

STRATEGI *DIGITAL BRANDING* TENTARA NASIONAL INDONESIA MELALUI MEDIA BUKU DIGITAL

RENATA PUTRI PERTIWI



**PROGRAM STUDI EKOWISATA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “**Strategi Digital Branding Tentara Nasional Indonesia Melalui Media Buku Digital**” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Renata Putri Pertiwi
J0302211103

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

RENATA PUTRI PERTIWI. Strategi *Digital Branding* Tentara Nasional Indonesia Melalui Media Buku Digital (*Digital Branding Strategy of the Indonesian National Armed Forces through Digital Book Media*). Dibimbing oleh RICKY AVENZORA.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi digital *branding* Tentara Nasional Indonesia (TNI) melalui media buku digital sebagai sarana komunikasi visual dan naratif yang dirancang untuk membentuk citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi militer. Buku digital dipilih karena dinilai mampu menghadirkan representasi TNI secara humanis melalui perpaduan antara kekuatan visual dan narasi personal yang menyentuh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, dengan data primer diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden setelah mereka membaca buku digital. Penilaian dilakukan menggunakan sistem *one score one criteria scoring system*, dengan aspek yang dinilai meliputi kualitas visual, daya tarik judul, kerapihan tipografi, kualitas bahasa dan gaya penulisan, struktur isi, kedalaman serta relevansi konten, dan kesan serta dampak pasca membaca. Hasil penelitian menunjukkan bahwa buku digital memberikan pengaruh positif terhadap persepsi masyarakat, membangun kedekatan emosional antara TNI dan publik, serta memperkuat pemahaman terhadap nilai-nilai dan peran penting TNI. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa buku digital merupakan strategi digital *branding* yang efektif dalam menyampaikan pesan institusional secara menarik, komunikatif, dan relevan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan komunikasi masa kini.

Kata kunci: digital *branding*, Tentara Nasional Indonesia, buku digital, komunikasi visual, persepsi masyarakat

ABSTRACT

This study aims to analyze the digital branding strategy of the Indonesian National Armed Forces (TNI) through digital books as a visual and narrative communication medium designed to shape a positive institutional image and build public trust. Digital books were chosen for their ability to present a humanistic portrayal of TNI through a combination of strong visuals and emotionally engaging personal stories. This research uses a descriptive quantitative method, with primary data collected from questionnaires distributed to respondents after reading the digital book. The assessment applied a one score one criteria scoring system, evaluating aspects such as visual quality, title appeal, typography neatness, language and writing style, content structure, content depth and relevance, as well as post-reading impressions and impact. The findings indicate that the digital book positively influences public perception, fosters emotional closeness between TNI and the public, and enhances understanding of TNI's values and key roles. The study concludes that digital books are an effective digital branding strategy for conveying institutional messages in a compelling, communicative, and relevant way that aligns with technological advancements and today's communication needs.

Keywords: digital *branding*, Indonesian National Armed Forces, digital book, visual communication, public perception.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

RINGKASAN

RENATA PUTRI PERTIWI. Strategi *Digital Branding* Tentara Nasional Indonesia Melalui Media Buku Digital (*Digital Branding Strategy of the Indonesian National Armed Forces through Digital Book Media*). Dibimbing oleh RICKY AVENZORA.

Kebutuhan akan media komunikasi yang mampu merepresentasikan nilai-nilai dan peran Tentara Nasional Indonesia (TNI) secara humanis, emosional, dan naratif menjadi latar belakang dari penelitian ini. Selama ini, citra TNI di mata masyarakat kerap kali terbentuk dari representasi yang formal dan satu arah, tanpa memberikan ruang interaksi atau keterlibatan emosional dari publik, khususnya generasi muda. Buku digital dipilih sebagai media strategis karena mampu memadukan elemen visual dan naratif yang dapat menjangkau audiens dengan cara yang lebih komunikatif, mudah diakses, dan relevan di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas media buku digital dalam mendukung strategi digital *branding* TNI serta mengukur persepsi masyarakat terhadap media tersebut.

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif deskriptif menggunakan instrumen kuesioner yang disebarakan kepada responden setelah membaca buku digital. Sistem penilaian yang digunakan adalah *one score one criteria scoring system* dengan tujuh indikator penilaian, yaitu kualitas visual, daya tarik judul, kerapihan tipografi, kualitas bahasa dan gaya penulisan, struktur isi, kedalaman dan relevansi konten, serta kesan dan dampak pasca membaca. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh aspek penilaian memperoleh skor yang tinggi, khususnya pada kedalaman konten, visualisasi cerita, dan dampak emosional. Buku digital dinilai mampu menyampaikan nilai-nilai TNI secara menyentuh dan menggugah, sekaligus meningkatkan pemahaman dan apresiasi publik terhadap dedikasi para prajurit.

Penelitian ini menegaskan bahwa buku digital merupakan media yang efektif dalam strategi digital *branding* TNI karena mampu membangun komunikasi dua arah yang lebih personal, menyentuh, dan informatif. Buku ini tidak hanya berfungsi sebagai alat informasi, tetapi juga sebagai media reflektif yang membuka ruang bagi masyarakat untuk memahami sisi kemanusiaan TNI. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan media digital militer yang lebih adaptif, inklusif, dan relevan dalam konteks komunikasi publik masa kini.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

STRATEGI *DIGITAL BRANDING* TENTARA NASIONAL INDONESIA MELALUI MEDIA BUKU DIGITAL

RENATA PUTRI PERTIWI

Proyek Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Ekowisata

**PROGRAM STUDI EKOWISATA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Proyek Akhir: Strategi *Digital Branding* Tentara Nasional Indonesia
Melalui Media Buku Digital
Nama : Renata Putri Pertiwi
NIM: : J0302211103

Disetujui oleh

Pembimbing:
Prof. Dr. Ir. Ricky Avenzora, M.Sc., F.Trop.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Kania Sofiantina Rahayu, S.I.KOM., M.Par., MTIIM,
NPI 201807198501202001



Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP 196607171992031003



Tanggal Ujian: 24 Juli 2025

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan proyek akhir yang berjudul “**Strategi Digital Branding Tentara Nasional Indonesia Melalui Media Buku Digital**”. Laporan ini disusun berdasarkan data empiris yang diperoleh di lapangan serta ditunjang oleh studi literatur yang relevan. Penulisan karya ilmiah ini merupakan salah satu bentuk tanggung jawab akademik dalam menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Ekowisata.

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Alm. Yedi Supriyadi dan Ibunda Dwi Prapti Sopiah, atas segala kasih sayang, doa, serta dukungan moral yang tak henti-hentinya diberikan
2. Dosen Pembimbing penulis, Prof. Dr. Ir. Ricky Avenzora, M.Sc., F.Trop., yang telah memberikan bimbingan arahan, dan ilmu yang sangat berharga dalam proses penyusunan laporan ini.
3. Seluruh dosen Program Studi Ekowisata yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta pengalaman yang sangat berarti selama masa perkuliahan.
4. Pihak Batalyon Infanteri 315 Kota Bogor, Letkol INF Raden Aldi Wibisono, S.E., M.PM., selaku Danyonif 315 masa jabatan 2023-2024, serta Letkol INF Bistok Barry Simarmata, S.Hub.Int., M.S.S., selaku Danyonif 315 masa jabatan 2024 hingga saat ini, atas izin dan kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk melakukan penelitian di lingkungan Yonif 315
5. Letda INF Asep, Letda INF Adnan, Kapten INF Sukisworo, Letda INF Hendra, Serma Fauzi Gumilang, Sertu Julianto, Serda Kristianto, Prada Kadafi, Sertu Ike Wahyu, Sertu Taufik, dan Serda Yoga Ndun, yang telah mendampingi, membantu, serta memberikan berbagai informasi terkait Batalyon Infanteri 315 Bogor selama proses penelitian berlangsung.
6. Adelia Rahmi Fajriana, Afifah Zahra Istigfarah, Audy Miftahul Jannah, Sri Dewi Anjani, Fatimatuzahra Khairunissa, selaku sahabat penulis yang setia menemani sejak awal perjalanan perkuliahan, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat. Terima kasih telah tumbuh, belajar, dan saling menguatkan dalam proses ini.
7. Fatimatuzahra Khairunissa, Lailani Ananda Satriani, Firyal Najla Zahirah, Fitria Nur Khayrani, Hanifa Syakira, Defani Khairunissa, dan Sastidya Farah Lesmana yang telah menjadi teman seperjuangan ketika menyelesaikan PKL dan Tugas Akhir.
8. Teman-teman Ekowisata Angkatan 58 yang telah menjadi bagian dalam perjalanan ini, terima kasih atas semangat, kebersamaan, dan dukungannya.
9. Seluruh *Staf D'Danze Academy* terutama Miss Rebeka Steven dan Kak Raafi Alfarizi yang telah memberikan izin, toleransi, serta menciptakan lingkungan kerja yang suportif selama penulis menjalani proses penyusunan tugas akhir ini. Dukungan tersebut sangat berarti dan membantu penulis dalam menjaga keseimbangan antara tanggung jawab pekerjaan dan penyelesaian studi.



10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah memberikan dukungan, pemikiran, serta bantuan yang berarti dalam kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini, terima kasih banyak.

Bogor, Juli 2025

Renata Putri Pertiwi

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Luaran	4
1.6 Kerangka Berpikir	4
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Strategi	6
2.2 Digital	6
2.3 <i>Branding</i>	7
2.4 Majas dan Gaya Bahasa	8
2.5 Teori Desain Grafis	9
2.6 Teori Komunikasi Sosial	9
2.7 Pedagogi dan Andragogi	10
2.8 <i>Storytelling</i>	10
2.9 Teori Respons	11
III KONDISI UMUM	12
3.1 Letak dan Luas	12
3.2 Sejarah	12
3.3 Kondisi Fisik	13
3.4 Kondisi Biotik	13
3.5 Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat	14
3.6 Kondisi Kepariwisata	14
IV METODE PENELITIAN	16
4.1 Waktu dan Tempat	16
4.2 Alat dan Bahan	16
4.3 Prosedur Kerja	16
4.4 Jenis Data	17
4.5 Metode Pengambilan Data	20
4.6 Metode Analisis Data	21
V HASIL DAN PEMBAHASAN	23
5.1 Perancangan Buku Digital	23
5.2 Penilaian Buku Digital	143
VI SIMPULAN DAN SARAN	150
6.1 Simpulan	150
6.2 Saran	150
DAFTAR PUSTAKA	151
LAMPIRAN	154
RIWAYAT HIDUP	158

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL

No.		Halaman
1	Hasil uji validitas	147
2	Hasil uji reliabilitas	148

DAFTAR GAMBAR

No.		Halaman
1	Kerangka berpikir	5
2	Peta lokasi penelitian	16
3	Cover depan	24
4	Halaman isi	25
5	Cover belakang	26
6	Diagram radar kualitas visual <i>ebook</i>	143
7	Diagram radar daya tarik dan kesesuaian judul	144
8	Diagram radar keterbacaan dan kerapihan tipografi	144
9	Diagram radar kualitas bahasa dan gaya penulisan	145
10	Diagram radar struktur dan alur penyampaian isi	145
11	Diagram radar kedalaman dan relevansi konten	146
12	Diagram radar kesan dan dampak pasca membaca	146

DAFTAR LAMPIRAN

No.		Halaman
1	Kuesioner tugas akhir	154