

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP BRAND AWARENESS PORTO'S CHICKEN NUGGET CRISPY DI PT PORTO FOOD INDONESIA

RESTY KURNIA ILAHI



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- 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 PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap *Brand Awareness* Porto’s *Chicken Nugget Crispy* di PT Porto Food Indonesia” 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 proyek akhir ini.

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

Bogor, Juli 2024

Resty Kurnia Ilahi

J1310201037

- 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

RESTY KURNIA ILAHI. Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap *Brand Awareness* Porto's *Chicken Nugget Crispy* di PT Porto Food Indonesia. Dibimbing oleh INTANI DEWI.

PT Porto Food Indonesia baru saja *launching* produk barunya pada akhir bulan Mei 2023 yaitu *Chicken Nugget Crispy* premium dengan nama *brand* Porto's. Porto's *Chicken Nugget Crispy* memiliki segmentasi pasar untuk kalangan menengah keatas. Saat ini, *brand awareness* Porto's masih tergolong sangat rendah yang membuat penjualannya masih belum banyak. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui karakteristik konsumen, mengetahui pengaruh media sosial Instagram terhadap *brand awareness* dan terhadap peningkatan penjualan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada 100 *followers* Instagram @portos.official. Analisis pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif, analisis SEM-PLS dengan alat analisis *Structural Equation Modeling – Partial Least Square* (SEM-PLS) dan analisis finansial R/C Rasio. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosial media Instagram berpengaruh secara signifikan terhadap *brand awareness* Porto's *Chicken Nugget Crispy*. Hasil analisis R/C Rasio dalam penelitian ini yaitu sebesar 1.6 yang berarti setelah adanya pengembangan *branding* pada media sosial Instagram @portos.official berpengaruh terhadap pendapatan PT Porto Food Indonesia.

Kata kunci: Instagram, kesadaran merek, media sosial, nugget, SEM-PLS

ABSTRACT

RESTY KURNIA ILAHI. The Influence of Social Media Instagram on Brand Awareness of Porto's *Chicken Nugget Crispy* at PT Porto Food Indonesia. Supervised by INTANI DEWI

PT Porto Food Indonesia has just launched its new product at the end of May 2023 which is *Chicken Nugget Crispy* premium under the brand name Porto's. At the moment, Porto's brand awareness is still at a very low level, so sales are still low. The aims of this research are to learn about the characteristics of consumers, to analyze the impact of social media Instagram on brand awareness and to increased sales. The data was collected by distributing a questionnaire to 100 Instagram followers @portos.official. The analysis in this study uses descriptive methods, SEM-PLS analysis with *Structural Equation Modeling – Partial Least Square* (SEM-PLS) analysis tool and financial analysis R/C Ratio. The results of this study show that social media Instagram has a significant influence on brand awareness Porto's *Chicken Nugget Crispy*. The result of R/C Ratio analysis in the study is 1.6 which means after the development of branding on Instagram social media @portos.official has an impact on the income of PT Porto Food Indonesia.

Keywords: Brand awareness, instagram, nugget, social media, SEM-PLS



@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 2024
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.

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP BRAND AWARENESS PORTO'S CHICKEN NUGGET CRISPY DI PT PORTO FOOD INDONESIA

RESTY KURNIA ILAHI

Laporan Proyek Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Manajemen Agribisnis

**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@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.

Judul Proyek Akhir : Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap *Brand Awareness* Porto's *Chicken Nugget Crispy* di PT Porto Food Indonesia

Nama : Resty Kurnia Ilahi
NIM : J1310201037

Disetujui oleh

Pembimbing:
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.
NPI 201811198309142016

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



Tanggal Ujian: 28 Juni 2024

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam laporan akhir kegiatan Magang Industri yang dilaksanakan sejak bulan Juli 2023 sampai bulan Januari 2024 ini ialah “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap *Brand Awareness* Porto’s *Chicken Nugget Crispy* di PT Porto Food Indonesia”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, ibu Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada bapak Maman Abdul Rahman selaku pembimbing lapangan yang telah membantu selama menjalankan Magang Industri dan juga telah membantu dalam pengumpulan data, serta kepada seluruh staff dan karyawan PT Porto Food Indonesia atas semua pengalaman dan ilmu pengetahun. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, serta seluruh keluarga kakak dan adik yang telah memberikan dukungan, doa, kasih sayangnya dan seterusnya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan..

Bogor, Juli 2024

Resty Kurnia Ilahi

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Media Sosial Marketing	6
2.1.2 Instagram	6
2.1.3 <i>Brand Awareness</i>	8
2.1.4 <i>Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM PLS)</i>	9
2.1.5 Analisis Finansial R/C Ratio	9
2.2 Peneliti Terdahulu	10
2.3 Kerangka Penelitian	12
2.4 Hipotesis Penelitian	14
III. METODE	15
3.1 Lokasi dan Waktu	15
3.2 Jenis dan Sumber Data	15
3.2.1 Teknik Pengumpulan Data	15
3.2.2 Alat pengumpulan data	16
3.3 Metode Pengumpulan Sampel	18
3.4 Metode Analisis	19
3.4.1 Analisis Deskriptif	19
3.4.2 <i>Structural Equation Model berbasis Partial Least Square (SEM-PLS)</i>	19
3.4.3 Analisis Finansial R/C Ratio	20
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	21
4.1.1 Visi dan Misi	21
4.1.2 Struktur Organisasi	22
4.1.3 Proses Bisnis	23
4.2 Aspek Pasar dan Pemasaran	23
4.3 Bauran Pemasaran	24
4.4 Kajian Konten Marketing Instagram Porto's	25
4.4.1 Tahapan <i>Content Marketing</i> Instagram Porto's	25
4.4.2 Kualitas <i>content marketing</i> Instagram Porto's	31
4.4.3 Evaluasi keberhasilan <i>content marketing</i> Instagram Porto's	34
4.5 Analisis Deskriptif	35
4.5.1 Karakteristik Responden	35
4.6 Analisis SEM-PLS	37

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.



4.6.1 Pengujian <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	38
4.6.2 Pengujian <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	40
4.6.3 Uji Hipotesis	41
4.7 Pembahasan	42
4.7.1 Pengaruh <i>Context</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i>	42
4.7.2 Pengaruh <i>Communication</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i>	43
4.7.3 Pengaruh <i>Collaboration</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i>	44
4.7.4 Pengaruh <i>Connection</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i>	45
4.7.5 Pengukuran Tingkat <i>Brand Awareness</i>	45
4.8 Analisis Finansial	46
4.9 Implikasi Terhadap Bisnis	51
V. SIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Simpulan	52
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	56
RIWAYAT HIDUP	70

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

1.1	Pengguna media sosial di Indonesia Tahun 2023	1
1.2	Data penjualan Porto's <i>Chicken Nugget Crispy</i> bulan Mei, Juni,	3
2.1	Peneliti terdahulu	10
3.1	Jenis dan Sumber Data	15
3.2	Kisi-kisi instrumen penelitian	16
3.3	Pengelompokan kategori jawaban responden (Skala <i>Likert</i>)	18
4.1	Persentase responden berdasarkan usia	35
4.2	Persentase responden berdasarkan wilayah	35
4.3	Persentase responden berdasarkan jenis kelamin	36
4.4	Persentase responden berdasarkan pekerjaan	36
4.5	Persentase responden berdasarkan pendapatan per bulan	37
4.6	Persentase responden mengetahui produk Porto's <i>Chicken Nugget Crispy</i>	37
4.7	Uji validitas konvergen	38
4.8	Hasil uji validitas diskriminan <i>fornell lacker criterion</i>	40
4.9	Uji reliabilitas <i>composite reliability</i> dan <i>cronbach's alpha</i>	40
4.10	Nilai <i>R square</i>	40
4.11	Hasil uji hipotesis	41
4.12	Hasil analisis statistik deskriptif	46
4.13	Biaya tetap sebelum pengembangan <i>branding</i>	47
4.14	Biaya tetap setelah pengembangan <i>branding</i>	47
4.15	Biaya variabel sebelum pengembangan <i>branding</i>	48
4.16	Biaya variabel setelah pengembangan <i>branding</i>	48
4.17	Total pendapatan sebelum pengembangan <i>branding</i>	49
4.18	Total pendapatan setelah pengembangan <i>branding</i>	50
4.19	Analisis R/C Rasio	50

DAFTAR GAMBAR

1.1	Foto produk <i>brand</i> Porto's <i>Chicken Nugget Crispy</i>	2
1.2	Hasil survei <i>brand awareness</i> Porto's <i>Chicken Nugget Crispy</i>	2
2.1	Piramida <i>brand awareness</i>	9
2.2	Kerangka pemikiran	13
2.3	Hipotesis	14
4.1	Logo PT Porto Food Indonesia	21
4.2	Foto produk Porto's <i>Chicken Nugget Crispy</i>	24
4.3	<i>Growth followers</i> Instagram @portos.official	25
4.4	<i>Top locations followers</i> Instagram @portos.official	26
4.5	<i>Age range followers</i> Instagram @portos.official	26
4.6	<i>Most active times followers</i> Instagram @portos.official	27
4.7	Video dan photo <i>content marketing</i> Instagram mami Austin	28
4.8	Video <i>content marketing</i> Instagram Tanboy kun	28
4.9	<i>Insight Instagram ads</i> mami austin	29
4.10	<i>Flyer give away</i> Porto's	30
4.11	Konten edukasi pada Instagram @portos.official	31
4.12	Konten informasi pada Instagram @portos.official	31

4.13	Konten interaksi dan ulasan pada Instagram @portos.official	32
4.14	Konten menghibur pada Instagram @portos.official	33
4.15	Review produk dan <i>insight</i> Instagram @portos.official	34
4.16	Insight iklan pada Instagram @portos.official	34
4.17	Spesifikasi model SEM-PLS	38
4.18	Outer model SEM-PLS	39
4.19	Hasil uji <i>bootstrapping</i>	41
4.20	<i>Design, tagline</i> , dan tanggal posting konten	42
4.21	<i>Insight</i> postingan <i>reel</i>	43
4.22	<i>Insight</i> postingan feeds	44

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	57
2	Struktur Organisasi PT Porto Food Indonesia	64
3	Kalender konten marketing Porto's	65
4	Biaya investasi sebelum dan sesudah pengembangan <i>branding</i>	66
5	Dokumentasi kegiatan pembuatan konten	68
6	Packing produk	68
7	Dokumentasi meeting bersama <i>influencer</i>	69
8	Dokumentasi presentasi di PT Porto Food Indonesia	69