



IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* (MEDIA SOSIAL) DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* GUNA MEWUJUDKAN *CAMPAIGN #INDONESIAHEROINGREDIENTS* DI AQUILA HERB

@Hak cipta milik IPB University

REVINKA IYON KIREINA



**DEPARTEMEN TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
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.

PERNYATAAN MENGENAI TUGAS AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini, saya menyatakan bahwa tugas akhir dengan judul “Implementasi *Digital Marketing* (Media Sosial) dalam Meningkatkan *Brand Awareness* guna Mewujudkan *Campaign #IndonesiaHeroIngredients* di Aquila Herb” 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 tugas akhir ini.

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

Bogor, Agustus 2024

Revinka Iyon Kireina
F3401201096

- 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.



ABSTRAK

REVINKA IYON KIREINA. Implementasi *Digital Marketing* (Media Sosial) dalam Meningkatkan *Brand Awareness* guna Mewujudkan *Campaign #IndonesiaHeroIngredients* di Aquila Herb. Dibimbing oleh HARTRISARI HARDJOMIDJOJO dan ELISA ANGGRAENI.

Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang pesat mengakibatkan pergeseran pemasaran konvensional menjadi pemasaran digital. Aquila Herb merupakan salah satu perusahaan *personal care* berbasis natural yang juga menggunakan bahan lokal Indonesia dengan *campaign #IndonesiaHeroIngredients*. Dalam menjalankan *campaign* ini diperlukan pemasaran digital yang tepat agar kesadaran konsumen terhadap merek (*brand awareness*) Aquila yang menggunakan bahan natural lokal dapat meningkat. Terdapat lima tahapan desain keteknikan yang dilakukan antara lain eksplorasi, pendefinisian masalah, ideasi, pengembangan prototipe, dan validasi. Pemasaran digital melalui media sosial dengan *platform* Instagram dapat digunakan untuk menjalankan *campaign #IndonesiaHeroIngredients*. Terdapat beberapa bentuk konten yang dapat digunakan dalam *platform* Instagram salah satunya *reels*. Konten yang diunggah dalam bentuk *reels* dan jam unggah antara jam 17:00 hingga 19:00 dengan *caption* yang menarik dapat meningkatkan *brand awareness* Aquila yang dilihat dari kenaikan *engagement rate* akun Instagram Aquila.

Kata kunci: kampanye, kesadaran merek, pemasaran digital

ABSTRACT

REVINKA IYON KIREINA. Implementation of Digital Marketing (Social Media) to Increase Brand Awareness to Realize the #IndonesiaHeroIngredients Campaign at Aquila Herb. Supervised by HARTRISARI HARDJOMIDJOJO and ELISA ANGGRAENI.

Rapidly developing information and communication technology has resulted in a shift from conventional marketing to digital marketing. Aquila Herb is one of the natural-based personal care companies that also uses local Indonesian ingredients with campaign #IndonesiaHeroIngredients. In running this campaign, an appropriate digital marketing is needed so that consumer awareness of the Aquila brand that uses local and natural ingredients can increase. There are five stages of engineering design carried out including exploration, problem definition, ideation, prototype development, and validation. Digital marketing using social media with the Instagram platform can be used to implement the #IndonesiaHeroIngredients campaign. There are several forms of content that can be used on the Instagram platform, one of which is reels. Content uploaded in the forms of the reels between 17:00 to 19:00 with interesting captions can increase Aquila's brand awareness as seen from the increase in the engagement rate of Aquila's Instagram account.

Keywords: brand awareness, campaign, digital marketing



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

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 2024¹
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.



IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* (MEDIA SOSIAL) DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* GUNA MEWUJUDKAN *CAMPAIGN #INDONESIAHEROINGREDIENTS* DI AQUILA HERB

Hak Cipta milik IPB University

REVINKA IYON KIREINA

Tugas Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Teknik pada
Program Studi Teknik Industri Pertanian

**DEPARTEMEN TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

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.

Tim Penguji pada Ujian Tugas Akhir:

1. Prof. Dr. Ika Amalia Kartika, S.TP., M.Si.
2. Dr. Indah Yuliasih, S.TP., M.Si.

Judul Tugas Akhir : Implementasi *Digital Marketing* (Media Sosial) dalam Meningkatkan *Brand Awareness* guna Mewujudkan *Campaign #IndonesiaHeroIngredients* di Aquila Herb

Nam : Revinka Iyon Kireina
NIM : F3401201096

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Prof. Dr. Ir. Hartrisari Hardjomidjojo, DEA.

Pembimbing 2:

Dr. Elisa Anggraeni, S.TP., M.Sc., IPM.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Prof. Dr. Ono Suparno, S.TP., M.T., IPM.
NIP. 19721203199721001

Tanggal Ujian:
(06 Agustus 2024)

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga laporan tugas akhir dengan judul “Implementasi *Digital Marketing* (Media Sosial) dalam Meningkatkan *Brand Awareness* guna Mewujudkan *Campaign #IndonesiaHeroIngredients* di Aquila Herb” ini berhasil diselesaikan. Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana teknik pada program studi teknik industri pertanian, Institut Pertanian Bogor. Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini, antara lain:

1. Prof. Dr. Ir. Hartrisari Hardjomidjojo, DEA., selaku dosen pembimbing, Dr. Elisa Anggraeni, S.TP., M.Sc., IPM., selaku penanggung jawab (PIC) proyek desain utama, Prof. Dr. Ir. Illah Sailah, M.S., dan Dr. Indah Yuliasih, S.TP., M.Si., yang telah membimbing dan banyak memberikan saran dalam penyusunan laporan tugas akhir.
2. Ibu Apt. Puji Sopandi, S.Farm., MHKes, Mfarm *founder* dari Aquila Herb selaku mitra dari proyek ini.
3. Ibu, ayah, dan seluruh keluarga besar di Malang, Jawa Timur
4. Sahabat-sahabat di Malang, khususnya Winny Firmaninda.
5. Teman-teman terdekat selama perkuliahan; Mutiara Suci, YH Faiqah, dan Ihda Sabila yang telah membantu dan kebersamai selama berkuliah di Teknik Industri Pertanian, Anggi Setya, Dita Dervinta, dan Mutya Rosa sebagai teman bermain dan bercerita.
6. Teman-teman tim produta yang telah kebersamai selama proyek ini berlangsung.
7. Teman satu bimbingan dan teman-teman TIN 57 yang telah membantu dan berbagi pengetahuan selama kuliah di TIN.
8. Pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu-satu.

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

Bogor, Agustus 2024

Revinka Iyon Kireina



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	2
1.5 Ruang Lingkup	2
II TINJAUAN PUSTAKA	3
2.1 <i>Digital Marketing</i>	3
2.2 <i>Brand Awareness</i>	4
2.3 <i>Engagement Rate</i>	4
III METODE	5
3.1 Waktu dan Tempat	5
3.2 Tahapan Desain Keteknikan	5
3.3 Pengumpulan Data	6
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	7
4.1 Hasil Fase Eksplorasi	7
4.2 Hasil Fase Pendefinisian Masalah	8
4.3 Hasil Fase Ideasi	8
4.4 Prototipe Konsep Ide	15
4.5 Validasi Prototipe	18
V SIMPULAN DAN SARAN	22
5.1 Simpulan	22
5.2 Saran	22
DAFTAR PUSTAKA	23
LAMPIRAN	25
RIWAYAT HIDUP	34