



PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP BRAND AWARENESS PADA PT MOUNT VERA SEJATI

AGTRIS HERLINAWATI



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
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.



@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 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* pada PT Mount Vera Sejati” 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, Juni 2025

Agtris Herlinawati
J0310211261

- 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 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.

ABSTRAK

AGTRIS HERLINAWATI. Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap *Brand Awareness* pada PT Mount Vera Sejati. Dibimbing oleh KHOIRUL AZIZ HUSYAIRI dan AMADEA SELMA AGNIA ELFATH.

PT Mount Vera Sejati baru menggunakan media sosial Instagram pada akhir tahun 2023 sehingga aktivitas *customer engagement* seperti *posting, like, comment, share*, dan *followers* masih sedikit. Saat ini, *brand awareness* masih tergolong sangat rendah yang membuat penjualannya menurun. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi pola pemasaran media sosial Instagram, mengkaji pengaruh media sosial Instagram terhadap *brand awareness* dan menganalisis dampaknya terhadap peningkatan penjualan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 160 *followers* Instagram @aloeland_id. Analisis pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif, analisis SEM-PLS dengan alat analisis SmartPLS 4.0 serta analisis finansial R/C rasio. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosial media Instagram berpengaruh secara signifikan terhadap *brand awareness* sebesar 68,1% dan 31,9% lainnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Hasil analisis R/C rasio dalam penelitian ini yaitu sebesar 1.71 yang berarti setelah adanya pengembangan *branding* pada media sosial Instagram @aloeland_id berpengaruh terhadap pendapatan PT Mount Vera Sejati.

Kata kunci: *Brand awareness*, instagram, lidah buaya, media sosial, SEM-PLS

ABSTRACT

AGTRIS HERLINAWATI. The Influence of Instagram Social Media on Brand Awareness at PT Mount Vera Sejati. Supervised by KHOIRUL AZIZ HUSYAIRI and AMADEA SELMA AGNIA ELFATH.

PT Mount Vera Sejati only began utilizing Instagram as a social media platform in late 2023, resulting in low levels of customer engagement activities such as posting, likes, comments, shares, and followers. Currently, the brand awareness remains very low, which has led to a decline in sales. The purpose of this research is to identify the marketing pattern of Instagram social media, examine the influence of Instagram on brand awareness, and analyze its impact on sales improvement. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 160 followers of the Instagram account @aloeland_id. The analysis in this study employed descriptive methods, Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) using SmartPLS 4.0, and financial analysis using the R/C ratio. The results show that Instagram significantly influences brand awareness by 68.1%, while the remaining 31.9% is explained by other variables outside the model. The R/C ratio analysis yields a value of 1.71, indicating that the branding development on the Instagram account @aloeland_id has positively impacted PT Mount Vera Sejati's revenue.

Keywords: Aloe vera, brand awareness, instagram, SEM-PLS, social media



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.



PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP BRAND AWARENESS PADA PT MOUNT VERA SEJATI

AGTRIS HERLINAWATI

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
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.



@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* pada PT Mount Vera Sejati

Nama : Agtris Herlinawati

NIM : J0310211261

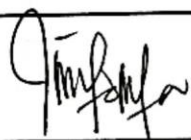
Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Khoirul Aziz Husyairi, S.E., M.Si.

Pembimbing 2:

Amadea Selma Agnia Elfath, S.T., M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

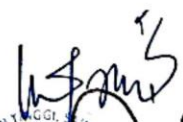
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.

NPI. 201811198309142016

Dekan Sekolah Vokasi:

Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.

NIP. 196607171992031003




Tanggal Ujian: 24 Juni 2025

Tanggal Lulus:



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

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Topik yang dipilih dalam penelitian sejak bulan Juli 2024 sampai bulan Desember 2024 ini berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap *Brand Awareness* pada PT Mount Vera Sejati”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada mamak, bapak, dan mbak tercinta, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan proyek akhir ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing yaitu Bapak Khoirul Aziz Husyairi, S.E., M.Si. dan Ibu Amadea Selma Agnia Elfath, S.T., M.Si. yang telah memberikan saran dan perbaikan. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Bapak Alan Efendi, S.Kom. selaku pembimbing lapangan yang telah membantu selama menjalankan Magang Industri dan juga telah membantu mengumpulkan data, serta kepada seluruh keluarga dan karyawan PT Mount Vera Sejati atas semua pengalaman dan ilmu pengetahuan. Selanjutnya, penulis sampaikan rasa terima kasih kepada teman-teman di luar dan dalam kampus yang telah kebersamai selama masa perkuliahan.

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

Bogor, Juni 2025

Agtris Herlinawati



@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	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	2
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pemasaran	5
2.2 Pemasaran Digital	6
2.3 <i>Social Media Marketing</i>	6
2.4 Instagram	7
2.5 <i>Engagement Rate</i>	8
2.6 <i>Brand Awareness</i>	9
2.7 <i>Structural Equation Modeling Partial Square (SEM-PLS)</i>	10
2.8 Analisis R/C Rasio	11
2.9 Penelitian Terdahulu	11
2.10 Kerangka Pemikiran	10
2.11 Hipotesis Penelitian	16
III METODE	17
3.1 Lokasi dan Waktu	17
3.2 Teknik Pengumpulan Data	17
3.3 Variabel dan Indikator Penelitian	19
3.4 Metode Analisis Data	22
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	25
4.2 Bauran Pemasaran	28
4.3 Analisis Deskriptif	32
4.4 Analisis SEM-PLS	38
4.5 Pembahasan	43
4.6 Analisis Finansial	48
4.7 Implikasi Manajerial	52
V SIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Simpulan	55
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	57
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	77



DAFTAR TABEL

1	Media sosial paling banyak digunakan di Indonesia Tahun 2024	1
2	Perbandingan aktifitas Instagram PT Mount Vera Sejati dengan	2
3	Perbandingan penjualan Juli-September 2024	3
4	Variabel dan indikator penelitian	20
5	Klasifikasi kategori jawaban responden (Skala <i>Likert</i>)	21
6	Persentase responden berdasarkan usia	33
7	Persentase responden berdasarkan jenis kelamin	33
8	Persentase responden berdasarkan wilayah	33
9	Persentase responden berdasarkan pekerjaan	34
10	Persentase responden berdasarkan pendapatan	35
11	Persentase waktu belanja responden	35
12	Persentase waktu berselancar di media sosial Instagram	36
13	Persentase responden mengetahui produk Rasane Vera	36
14	Persentase aktivitas responden berkunjung ke akun Instagram	37
15	Persentase jenis konten disukai	37
16	Frekuensi pembelian responden	37
17	Uji validitas konvergen	39
18	Fasil uji validitas diskriminan fornell-lacker	40
19	Uji reliabilitas <i>composite reliability</i> dan <i>cronbach's alpha</i>	41
20	Nilai <i>R-square</i>	41
21	Uji hipotesis	42
22	Rencana produksi konten Instagram	46
23	Uji analisis deskriptif	48
24	Biaya tetap sebelum pengembangan <i>branding</i>	49
25	Biaya tetap sesudah pengembangan <i>branding</i>	49
26	Biaya variabel sebelum pengembangan <i>branding</i>	50
27	Biaya variabel setelah pengembangan <i>branding</i>	50
28	Total penerimaan sebelum pengembangan <i>branding</i>	51
29	Total penerimaan setelah pengembangan <i>branding</i>	51
30	Analisis R/C Rasio	52
31	Perbandingan Instagram sebelum (September 2024) dan sesudah dan sebelum <i>branding</i>	53

@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 GAMBAR

1	Piramida <i>brand awareness</i>	10
2	Hubungan antara pengaruh <i>digital marketing</i> dengan <i>brand awareness</i>	12
3	Hubungan antara pengaruh <i>digital marketing</i> dengan <i>brand wareness</i>	12
4	Hubungan antara pengaruh <i>digital marketing</i> dengan <i>brand awareness</i>	13
5	Kerangka pemikiran	14
6	Kerangka penelitian	15
7	Hubungan antara <i>digital marketing</i> dengan <i>brand awareness</i>	16
8	Logo PT Mount Vera Sejati	25
9	Struktur organisasi PT Mount Vera Sejati	26
10	Instagram PT Mount Vera Sejati sebelum perbaikan	27
11	Konten promosi pengenalan produk	28
12	Produk konten sejarah lidah buaya	29
13	Produk berupa konten edukasi manfaat lidah buaya	29
14	Produk konten testimoni konsumen	30
15	Harga Instagram Ads	30
16	Tempat promosi melalui <i>feeds</i> Instagram	31
17	Tempat promosi melalui <i>highlight</i> akun Instagram	31
18	Promosi melalui hashtag	32
19	Spesifikasi model SEM-PLS <i>context, communication, collaboration, dan connection</i> terhadap <i>brand awareness</i>	38
20	<i>Outer model</i> SEM-PLS <i>context, communication, collaboration, dan connection</i> terhadap <i>brand awareness</i>	40
21	Hasil uji <i>bootstrapping context, communication, collaboration, dan connection</i> terhadap <i>brand awareness</i>	41
22	Visualisasi desain konten dan <i>comment audiens</i>	43
23	Kode warna dalam desain konten Instagram	43
24	Respon terhadap <i>comment</i> dan <i>direct message</i>	44
25	Respon terhadap <i>comment</i> dan <i>direct massege</i>	44
26	Bukti konsistensi posting, konten BTS, dan konten testimoni	46
27	Hari aktif <i>followers</i> PT Mount Vera Sejati	47

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 LAMPIRAN

1	Bukti poster penyebaran kuesioner melalui <i>broadcat link Google Form</i>	61
2	Kuesioner penelitian	62
3	Jawaban responden serta saran perbaikan konten Instagram	66
4	Konten promosi pengenalan produk	75
5	<i>Content planning</i>	76
6	Rincian biaya investasi sebelum dan sesudah <i>branding</i>	77
7	Jumlah tayangan terbanyak bulan Desember	78
8	Peningkatan jumlah konten Instagram	79
9	Kecepatan admin dalam merespon pesan sebelum dan sesudah pengembangan <i>branding</i>	80