

TUGAS AKHIR

**ANALISIS *DIGITAL MARKETING* UNTUK PENINGKATAN
BRAND AWARENESS IT TELKOM PURWOKERTO**



WINA AENUN PUTRI

18106090

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS REKAYASA INDUSTRI DAN DESAIN
INSTITUT TEKNOLOGI TELKOM PURWOKERTO**

2022

TUGAS AKHIR

**ANALISIS *DIGITAL MARKETING* UNTUK PENINGKATAN
BRAND AWARENESS IT TELKOM PURWOKERTO**

***DIGITAL MARKETING ANALYSIS FOR IMPROVING IT
TELKOM PURWOKERTO BRAND AWARENESS***

Disusun sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik



WINA AENUN PUTRI

18106090

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS REKAYASA INDUSTRI DAN DESAIN
INSTITUT TEKNOLOGI TELKOM PURWOKERTO**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR
ANALISIS DIGITAL MARKETING UNTUK PENINGKATAN
BRAND AWARENESS IT TELKOM PURWOKERTO

Dipersiapkan dan Disusun oleh

Wina Aenun Putri

18106090

Laporan Tugas Akhir telah disetujui pada tanggal

30 Agustus 2022

Pembimbing I,

(Ridho Ananda, S.Pd., M.Si)
NIDN. 0626049003

Penguji I,

(Halim Qista Karima, S.T., M.Sc)
NIDN. 0601029601

Pembimbing II,

(Achmad Zaki Yamani, S.T., M.T.)
NIDN. 0613118701

Penguji II,

(Ade Yanyan Ramdhani, S.T., M.T)
NIDN. 0622019601

Ketua Program Studi SI Teknik Industri

(Aswan Munang, S.T., M.T.)
NIDN. 0603048702

Dekan Fakultas Rekayasa Industri dan Desain

(Muhammad Fajar Sidiq, S.T., M.T.)
NIDN. 0619029102

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Wina Aenun Putri

NIM : 18106090

Program Studi : Teknik Industri

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul berikut:

Analisis Digital Marketing Untuk Peningkatan Brand Awareness IT Telkom Purwokerto

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Institut Teknologi Telkom Purwokerto maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Tim Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggungjawab Saya, bukan tanggungjawab Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
5. Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima Sanksi Akademik dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Purwokerto, 10 Agustus 2022,

Yang Menyatakan,



(Wina Aenun Putri)

KATA PENGANTAR

Hamdallah, segala puji dan syukur senantiasa tercurahkan bagi Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas segala rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "**Analisis Digital Marketing Untuk Peningkatan Brand Awareness IT Telkom Purwokerto**" dengan lancar. Adapun Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelas Sarjana Teknik pada program studi Teknik Industri.

Proses penyelesaian Tugas Akhir ini juga dapat dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Muhammad Fajar Sidiq, S.T., M.T. selaku Dekan Fakultas Rekayasa Industri dan Desain Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
2. Bapak Aswan Munang, S.T, M.T. selaku Ketua Proddi Teknik Industri Fakultas Rekayasa Industri dan Desain Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
3. Ridho Ananda, S.Pd., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I Laporan Tugas Akhir saya yang telah memberikan dukungan moril, ilmu, nasihat dan motivasi untuk segera menyelesaikan Tugas Akhir.
4. Achmad Zaki Yamani, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing II Laporan Tugas Akhir saya yang telah memberikan dukungan moril, ilmu, nasihat dan motivasi untuk segera menyelesaikan Tugas Akhir.
5. Halim Qista Karima, S.T.,M.Sc. selaku Dosen Penguji I atas segala saran dan masukan.
6. Ade Yanyan Ramdhani, S.T.,M.T. selaku Dosen Penguji II atas segala saran dan masukan.
7. Prima Wuri Handayani, S.Pd yang telah berkenan untuk melakukan wawancara terkait tugas akhir

8. Bapak dan Ibu saya yang telah membiayai kuliah saya selama 8 semester dan memotivasi saya agar menempuh pendidikan kuliah ini tepat waktu.
 9. Adik saya yang selalu memberikan motivasi untuk segera menyelesaikan Tugas Akhir.
 10. Dya Ayu Listiyani dan Zhafirah selaku teman saya yang selalu memberikan semangat, dukungan dan motivasi belajar selama perkuliahan.
 11. Mahasiswa Angkatan 2021 yang telah berkenan untuk melakukan wawancara terkait pengambilan data.
 12. Kepada teman Angkatan Teknik Industri 2018 yang telah menempuh perkuliahan bersama.
- Semoga Laporan Tugas Akhir yang telah penulis susun ini dapat memberikan manfaat bagi penyusun dan pihak terkait.

Purwokerto, 10 Agustus 2022



Wina Aenun Putri

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	i
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Studi Pustaka	9
2.2. Dasar Teori	12
2.2.1. <i>Digital Marketing</i>	12
2.2.2. <i>Segmentation, Targeting, Positioning (STP)</i>	13
2.2.3. Bauran Pemasaran 4C (<i>Co-Creation, Currency, Communal</i> <i>Activation, Conversation</i>)	14
2.2.4. <i>Brand Awareness</i>	16
2.2.5. Profil IT Telkom Purwokerto (ITTP).....	19
2.2.6. Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB)	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	22
3.2. Diagram Alur Penelitian.....	22
3.3. Pendekatan Penelitian.....	25
3.4. Jenis dan Sumber Data	25
3.5. Teknik Penentuan Responden	25

3.6.	Teknik Pengumpulan Data	26
3.7.	Teknik Analisis Data	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		30
4.1.	Gambaran Umum Institusi	30
4.2.	Bauran Pemasaran 4C	33
4.3.	Strategi <i>Digital Marketing</i> IT Telkom Purwokerto (ITTP).....	35
4.3.1.	<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> (STP) IT Telkom Purwokerto (ITTP) 35	
4.3.2.	<i>Internet Marketing</i> IT Telkom Purwokerto (ITTP).....	36
4.4.	Karakteristik Responden Internal	41
4.5.	Karakteristik Responden Eksternal	41
4.6.	<i>Brand Awareness</i> IT Telkom Purwokerto (ITTP).....	47
4.6.1.	Piramida <i>Brand Awareness</i>	47
4.7.	Identifikasi Masalah pada <i>Brand Awareness</i> IT Telkom Purwokerto (ITTP).....	52
4.8.	Usulan Perbaikan.....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		60
4.1.	Kesimpulan.....	60
4.2.	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN.....		65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2017-2021.....	1
Tabel 1. 2 Pengguna Media Sosial di Indonesia	2
Tabel 4. 3. Uji Validitas	44
Tabel 4. 4. Case Processing Summary	45
Tabel 4. 5. Reliability Statistics	46
Tabel 4. 6. Tanggapan Responden Terhadap Unaware Of Brand dari ITTP	48
Tabel 4. 7. Tanggapan responden terhadap brand recognition dari ITTP.....	48
Tabel 4. 8. Tanggapan responden terhadap brand recall dari ITTP.....	49
Tabel 4. 9. Tanggapan responden terhadap top of mind dari ITTP	50
Tabel 4. 10. Identifikasi masalah pada brand awareness ITTP.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Piramida Brand Awareness	17
Gambar 2. 2 Proses Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB).....	20
Gambar 4. 1. Laman Utama Situs IT Telkom Purwokerto (ITTP)	37
Gambar 4. 2. Facebook IT Telkom Purwokerto (ITTP)	39
Gambar 4. 3. Instagram @pmb_ittelkompurwokerto	40
Gambar 4. 4. Instagram @ittelkompurwokerto	40
Gambar 4. 5 Komposisi Karakteristik.....	42
Gambar 4. 6 Komposisi Karakteristik Lanjutan	43
Gambar 4. 7. Tingkatan Piramida Brand Awareness IT Telkom Purwokerto (ITTP)	51

PADANAN KATA

<i>Brand Awareness</i>	: Kesadaran merek
<i>Segmentation</i>	: Segmentasi
<i>Targeting</i>	: Target
<i>Positioning</i>	: Posisi
<i>Unaware of brand</i>	: Tidak mengenal merek
<i>Brand recognition</i>	: Peningat merek
<i>Brand recall</i>	: Peningat merek kembali
<i>Top of mind</i>	: Pikiran puncak
<i>Information</i>	: Informasi
<i>Communication</i>	: Komunikasi
<i>Technologies</i>	: Teknologi

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Eksternal.....	65
Lampiran 2 Wawancara Internal.....	69