

## BAB IV

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### 4.1 Permasalahan Bisnis

Permasalahan bisnis yang ada di Te Boo Boo yaitu pengenalan *brand* atau merek dari Te Boo Boo kepada masyarakat menggunakan media sosial. Dalam memperkenalkan *brand* Te Boo Boo di media sosial diperlukan *digital marketing* yang digunakan untuk mengukur *engagement rate* dari media sosial. Hal ini dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak orang tahu tentang minuman tebu Te Boo Boo. Melalui *brand awareness*, maka merek dari Te Boo Boo akan dikenal banyak orang sehingga masyarakat tertarik untuk membeli produk dari Te Boo Boo.

#### 4.2 Hasil Penelitian

Sebagaimana diketahui, penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui *engagement rate brand awareness* Te Boo Boo di media sosial, (2) untuk mengetahui hubungan *brand awareness* dengan penjualan produk Te Boo Boo, (3) untuk mengetahui strategi terbaik yang dapat digunakan untuk meningkatkan *brand awareness* Te Boo Boo melalui *digital marketing* media sosial.

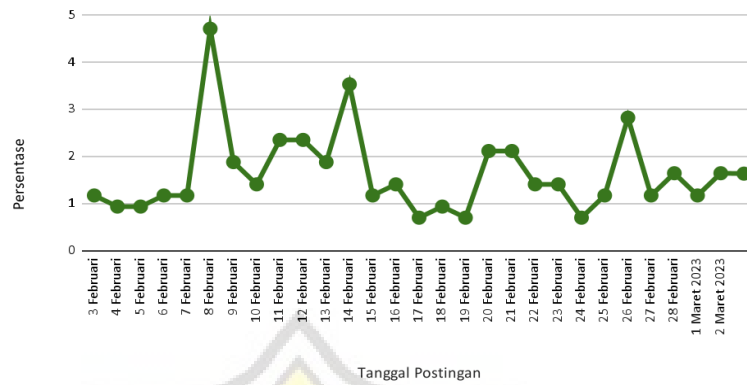
##### 4.2.1 *Engagement Rate Brand Awareness* Te Boo Boo di Media Sosial

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *brand awareness* Te Boo Boo di media sosial, diperoleh dari perbandingan *engagement rate* yaitu (1) jumlah *engagement rate* dari foto, *reels*, video pendek atau video panjang pada akun *Instagram* Te Boo Boo, (2) jumlah *engagement rate* dari foto, video pendek atau video panjang pada akun *Tiktok* Te Boo Boo, (3) jumlah *engagement rate* dari foto, video pendek atau video panjang pada akun *Facebook* Te Boo Boo. Pengambilan sampel dilakukan pada tanggal 3 Februari-3 April 2023.

##### 4.2.1.1 Diagram *Engagement Rate Instagram*

1. Diagram *Engagement Rate Instagram* pada tanggal 2 Maret 2023

Engagement Rate Instagram 2 Maret 2023

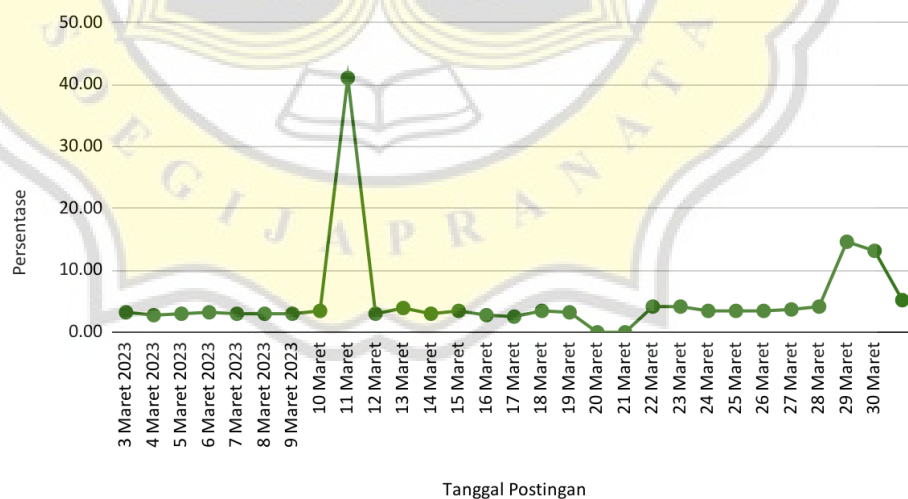


Gambar 1.4 Diagram *Engagement Rate Instagram* pada tanggal 2 Maret 2023.

Berdasarkan gambar 1.4, *engagement rate instagram* pada tanggal 2 Maret 2023 dapat diketahui bahwa jumlah total *engagement rate* tertinggi adalah 4.72; sedangkan untuk jumlah total *engagement rate* terendah adalah 0.71. Total dari *engagement rate* adalah 1.64. Berarti hasil pengukurannya adalah *awareness* baik.

2. Diagram *Engagement Rate Instagram* pada tanggal 30 Maret 2023

Engagement Rate Instagram 30 Maret 2023



Gambar 1.5 Diagram *Engagement Rate Instagram* pada tanggal 30 Maret 2023.

Berdasarkan Gambar 1.5, *engagement rate instagram* pada tanggal 30 Maret dapat diketahui bahwa jumlah total *engagement rate* tertinggi adalah 41.11; sedangkan untuk jumlah total *engagement rate* terendah adalah 0. Total dari *engagement rate* adalah 5.20. Berarti hasil pengukurannya adalah *awareness* sangat baik.

#### 4.2.1.2 Diagram *Engagement Rate Tiktok*

1. Diagram *Engagement Rate Tiktok* pada tanggal 2 Maret 2023

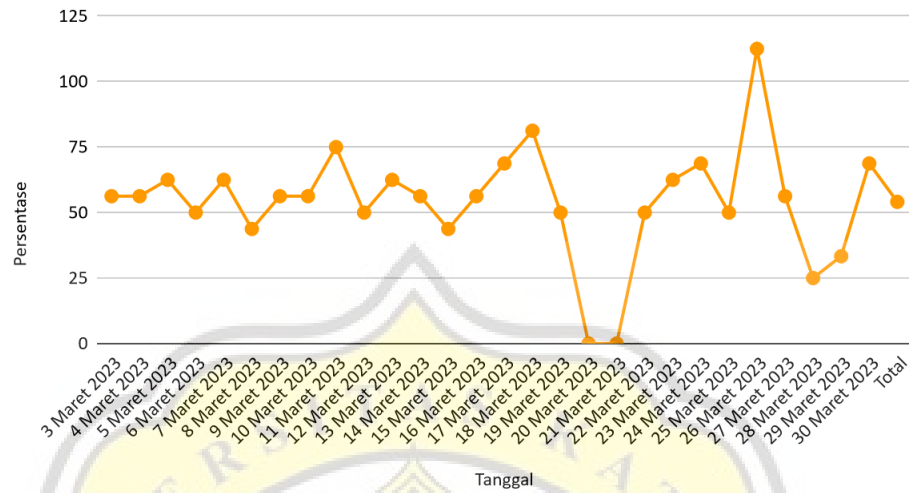


Gambar 1.6 Diagram *Engagement Rate Tiktok* pada tanggal 2 Maret 2023.

Berdasarkan diagram *engagement rate Tiktok* pada tanggal 2 Maret dapat diketahui bahwa jumlah total *engagement rate* tertinggi pada tanggal adalah 218.18; sedangkan untuk jumlah total *engagement rate* terendah adalah 9.09. Total dari *engagement rate* adalah 45.60. Berarti hasil pengukurannya adalah *awareness* sangat baik.

## 2. Diagram *Engagement Rate Tiktok* pada tanggal 30 Maret 2023

Engagement Rate Tiktok 30 Maret 2023



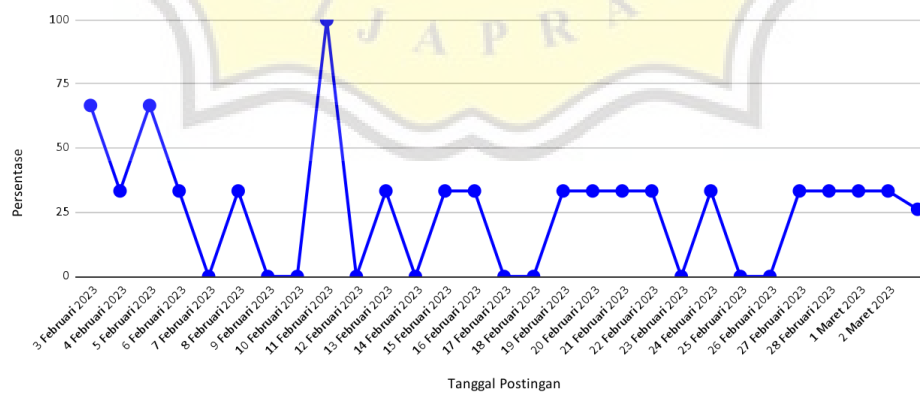
Gambar 1.7 Diagram *Engagement Rate Tiktok* pada tanggal 30 Maret 2023.

Berdasarkan diagram *engagement rate Tiktok* pada tanggal 30 Maret 2023 dapat diketahui bahwa jumlah total *engagement rate* tertinggi pada tanggal 30 Maret 2023 adalah 112.5; sedangkan untuk jumlah total *engagement rate* terendah adalah 0. Total dari *engagement rate* adalah 53.93. Berarti hasil pengukurannya adalah *awareness* sangat baik.

### 4.2.1.3 Diagram *Engagement Rate Facebook*

#### 1. Engagement Rate *Facebook* pada tanggal 2 Maret 2023

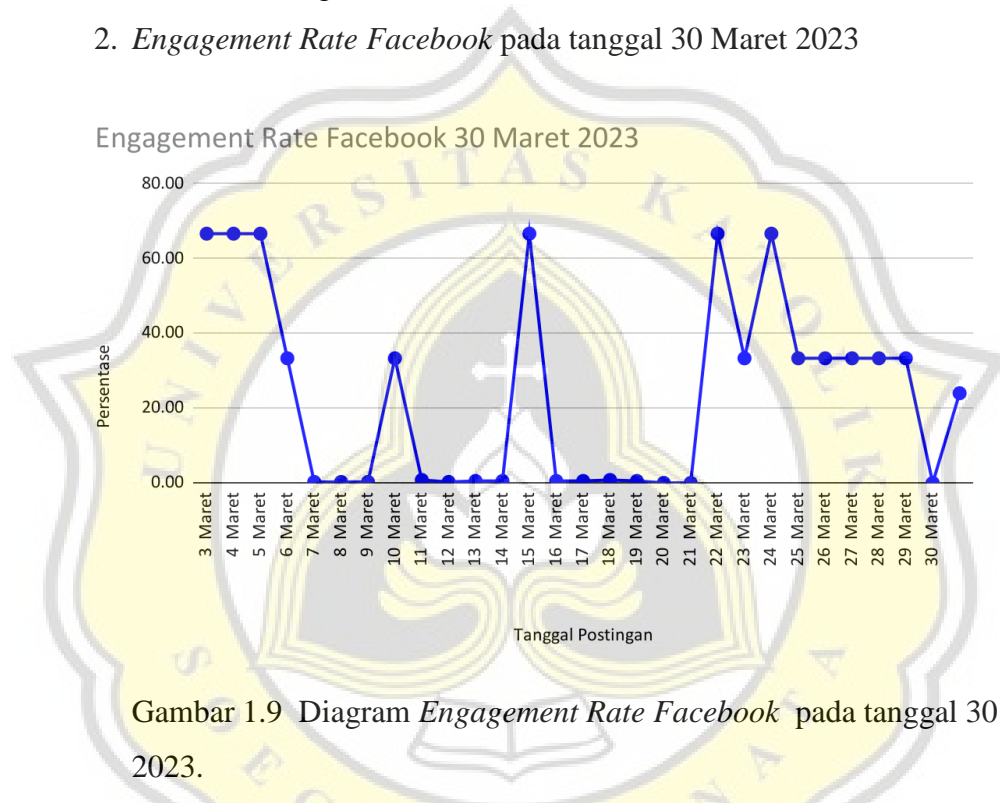
Engagement Rate Facebook 2 Maret 2023



Gambar 1.8 Diagram *Engagement Rate Facebook* pada tanggal 2 Maret 2023.

Berdasarkan diagram *engagement rate Facebook* pada tanggal 2 Maret 2023 dapat diketahui bahwa jumlah total *engagement rate* tertinggi adalah 100; sedangkan untuk jumlah total *engagement rate* terendah adalah 0. Total dari *engagement rate* adalah 26.19. Hasil dari pengukurannya adalah *awareness* sangat baik.

2. *Engagement Rate Facebook* pada tanggal 30 Maret 2023



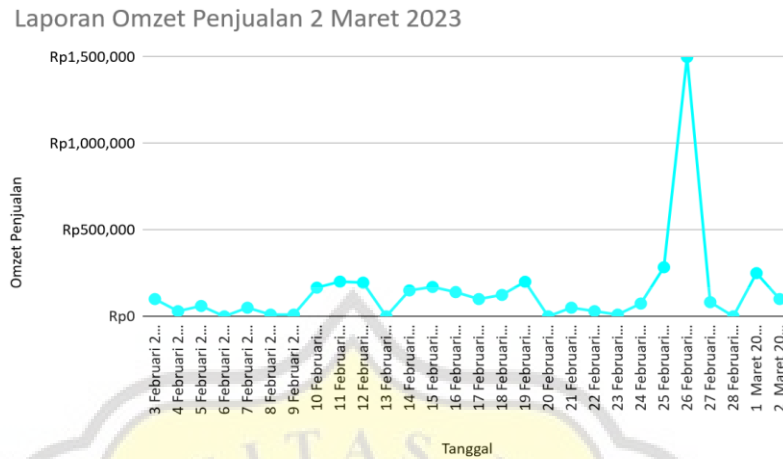
Gambar 1.9 Diagram *Engagement Rate Facebook* pada tanggal 30 Maret 2023.

Berdasarkan diagram *engagement rate Facebook* pada tanggal 30 Maret 2023 dapat diketahui bahwa jumlah total *engagement rate* tertinggi adalah 100; sedangkan untuk jumlah total *engagement rate* terendah adalah 0. Total dari *engagement rate* adalah 40.53. Hasil dari pengukurannya adalah *awareness* sangat baik.

**4.2.2 Hubungan *Brand Awareness* dengan Penjualan Produk Te Boo Boo**

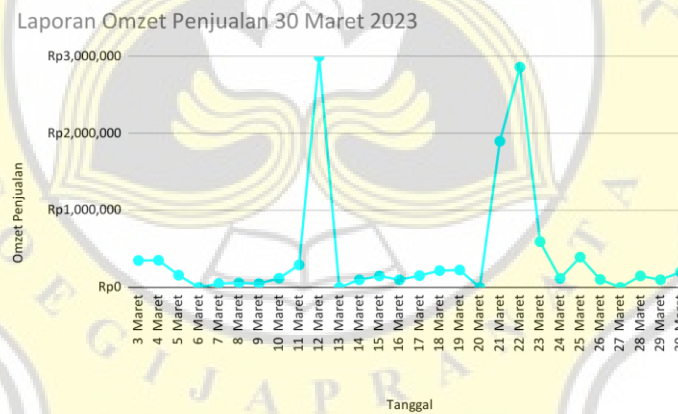
Untuk melihat hubungan antara *brand awareness* dengan penjualan produk Te Boo Boo, maka dilaporkan *omzet* penjualan Tee Boo Boo dan dilaporkan juga perbandingan antara *engagement rate* media sosial dan laporan *omzet* penjualan.

### 4.2.2.1 Laporan Omzet Penjualan



Gambar 2.0 Diagram Laporan *Omzet* Penjualan pada tanggal 2 Maret 2023.

Berdasarkan diagram di Gambar 2.0 per-2 Maret 2023, *omzet* penjualan tertinggi pada tanggal 26 Februari 2023 adalah Rp 1.500.000,00 dan *omzet* penjualan yang terendah pada tanggal 6,13,20,28 Februari 2023 adalah Rp 0,00.



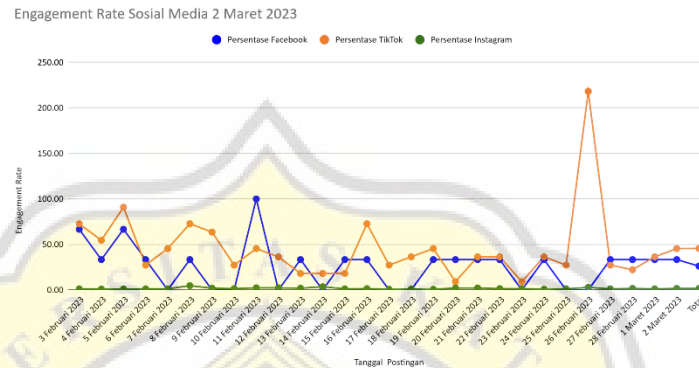
Gambar 2.1 Diagram Laporan *Omzet* Penjualan pada tanggal 30 Maret 2023

Berdasarkan diagram di Gambar 2.1 per-30 Maret 2023, *omzet* penjualan tertinggi adalah 12 Maret (Rp 3.000.000,00), 21 Maret (Rp 1.900.000), dan 22 Maret (Rp 2.862.000,00) dan *omzet* penjualan yang terendah pada tanggal 6,13,20,27 Maret 2023 adalah Rp 0,00.



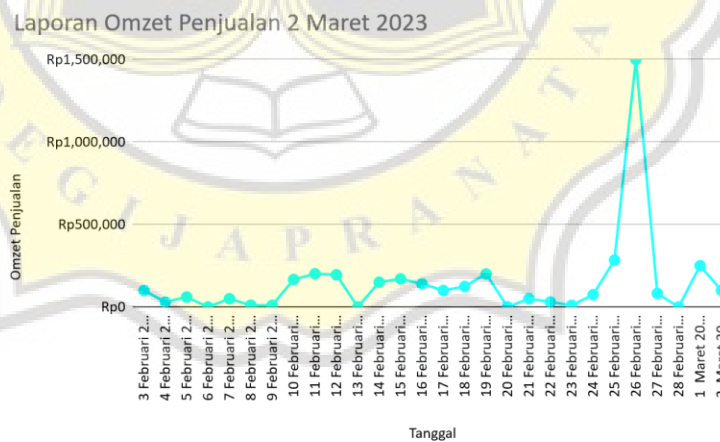
#### 4.2.2.2 Laporan Perbandingan antara *Engagement Rate* Media Sosial dan Laporan *Omzet* Penjualan

1. Perbandingan antara *Engagement Rate* Media Sosial dan Laporan *Omzet* Penjualan pada tanggal 2 Maret 2023



Gambar 2.2 Diagram *Engagement Rate* Media sosial pada Tanggal 2 Maret 2023

Berdasarkan diagram di Gambar 2.2 ditunjukkan kalau *engagement rate* media sosial yang tertinggi adalah *Tiktok* (45.60), *engagement rate* media sosial yang terendah adalah *Facebook* (26.19).

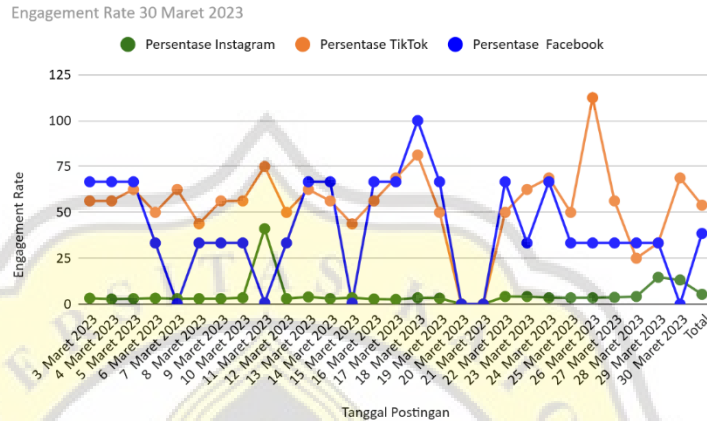


Gambar 2.3 Laporan *Omzet* Penjualan pada Tanggal 2 Maret 2023

Berdasarkan diagram di gambar 2.3 per-2 Maret 2023, *omzet* penjualan tertinggi pada tanggal 26 Februari 2023 adalah Rp 1.500.000,00 dan *omzet*

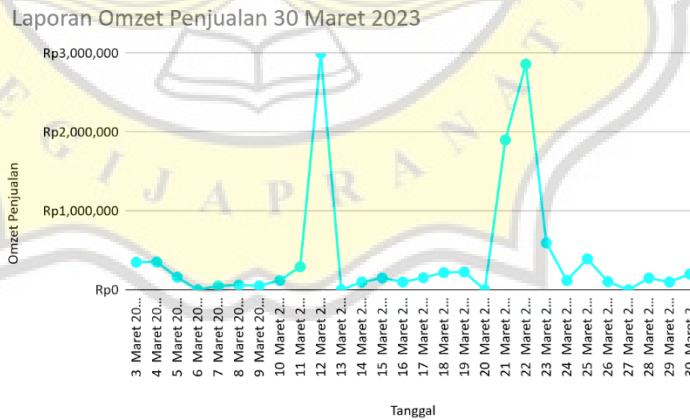
penjualan yang terendah pada tanggal 6,13,20,28 Februari 2023 adalah Rp 0,00.

2. Perbandingan Persentase antara *Engagement Rate* Media Sosial dan Laporan *Omzet* Penjualan pada tanggal 30 Maret 2023



Gambar 2.4 Persentase *Engagement Rate* Media sosial Pada Tanggal 30 Maret 2023

Berdasarkan diagram di Gambar 2.4 ditunjukkan kalau *engagement rate* media sosial yang tertinggi adalah *Tiktok* (54.09), *engagement rate* media sosial yang terendah adalah *Instagram* (5.20).



Gambar 2.5 Laporan *Omzet* Penjualan Pada Tanggal 30 Maret 2023

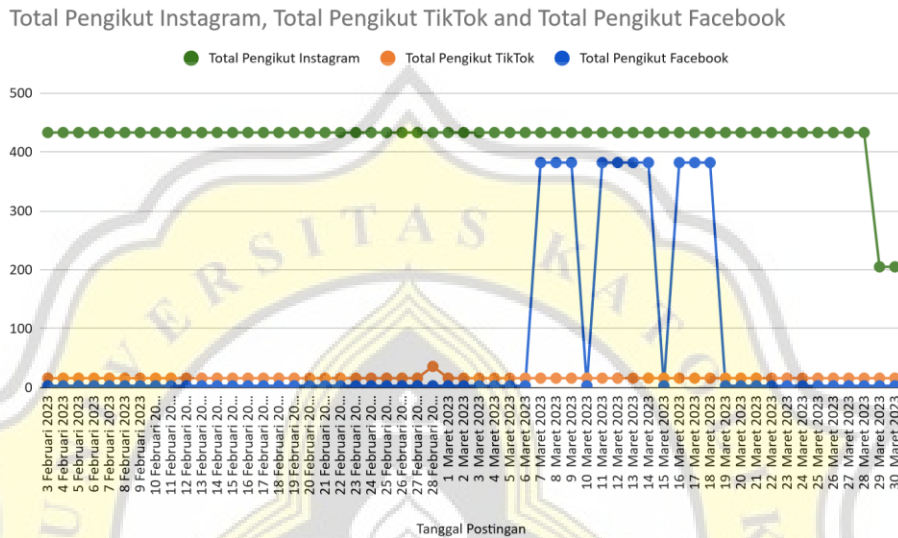
Berdasarkan diagram di Gambar 2.5 per-30 Maret 2023, *omzet* penjualan tertinggi pada tanggal 12 Maret 2023 adalah Rp3.000.000,00 dan



omzet penjualan yang terendah pada tanggal 6,13,20,27 Maret 2023 adalah Rp 0,00.

Selain hubungan *brand awareness* juga ditentukan oleh jumlah *followers*. Berikut disajikan laporan diagram *followers*.

#### 4.2.2.3 Laporan Diagram *Followers*



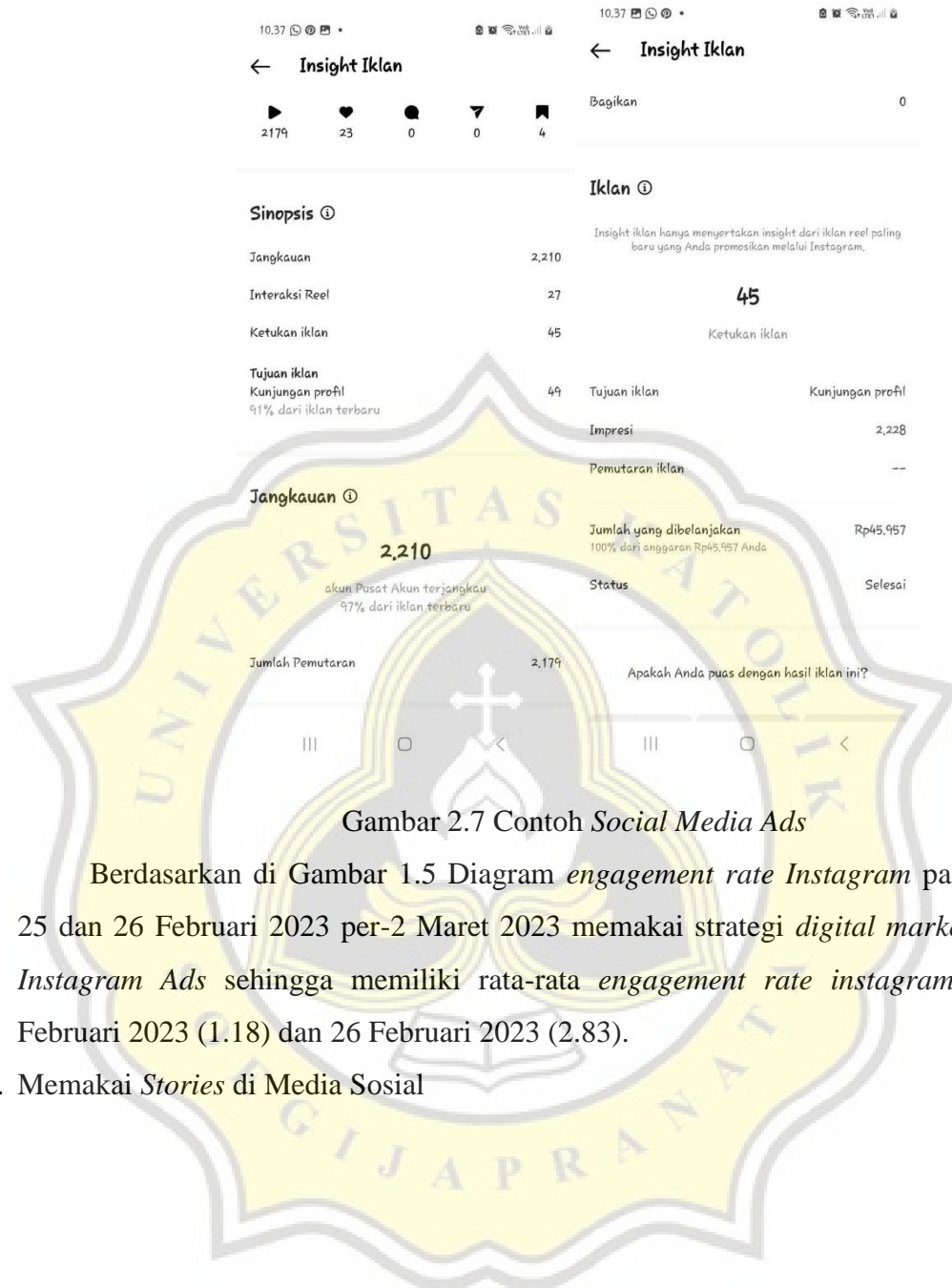
Gambar 2.6 Diagram *Followers* Media sosial pada Tanggal 30 Maret 2023

Berdasarkan diagram di Gambar 2.6, *followers* media sosial yang tertinggi adalah *Instagram* (433) dan *followers* media sosial yang terendah adalah *Facebook* (3).

#### 4.2.3 Strategi Meningkatkan *Brand Awareness* Te Boo Boo melalui *Digital Marketing Media Sosial*

Terdapat beberapa strategi yang diterapkan oleh Te Boo Boo untuk meningkatkan *brand awareness*-nya yaitu sebagai berikut:

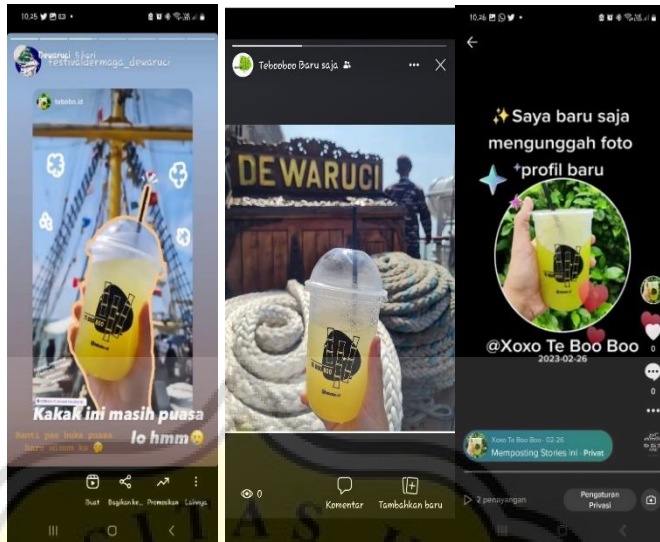
1. *Social Media Ads*



Gambar 2.7 Contoh *Social Media Ads*

Berdasarkan di Gambar 1.5 Diagram *engagement rate Instagram* pada tanggal 25 dan 26 Februari 2023 per-2 Maret 2023 memakai strategi *digital marketing* yaitu *Instagram Ads* sehingga memiliki rata-rata *engagement rate instagram* yaitu 25 Februari 2023 (1.18) dan 26 Februari 2023 (2.83).

## 2. Memakai *Stories* di Media Sosial



Gambar 2.8 Contoh Memakai *Stories* di Media Sosial

Bahwa dalam memakai *stories* ini membantu pebisnis untuk memberitahu *followers* bahwa memiliki postingan baru.

### 3. Penggunaan Selebgram di Media Sosial



Gambar 2.9 Penggunaan Selebgram di Media Sosial

Berdasarkan Gambar 1.5 Diagram *Engagement Rate Instagram* pada tanggal 12 Maret 2023 per-30 Maret 2023 memakai strategi *digital marketing* yaitu penggunaan selebgram sehingga memiliki rata-rata *engagement rate instagram* yaitu 112,5.

#### 4. Penggunaan Konten yang Menarik di Media Sosial



Gambar 3.0 Penggunaan Konten yang Menarik di Media sosial

Berdasarkan di Gambar 1.7 Diagram *Engagement Rate Tiktok* pada tanggal 26 Februari 2023 pada diagram *engagement rate Tiktok* per-2 Maret 2023 memakai strategi *digital marketing* yaitu konten yang menarik di media sosial sehingga memiliki rata-rata *engagement rate instagram* yaitu 218.18.

## 4.3 Pembahasan

### 4.3.1 *Engagement Rate Brand Awareness Te Boo Boo di Media Sosial*

Sejalan dengan tujuan penelitian ini, yaitu (1) untuk mengetahui *engagement rate brand awareness* Te Boo Boo di media sosial, (2) untuk mengetahui hubungan *brand awareness* dengan penjualan produk Te Boo Boo, dan (3) untuk mengetahui strategi terbaik yang dapat digunakan untuk meningkatkan *brand awareness* Te Boo Boo melalui *digital marketing* media sosial, maka berikut dibahas hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *engagement rate brand awareness* Te Boo Boo dalam setiap media sosial berbeda-beda. Pada media sosial *instagram*, berdasarkan Gambar 1.4, *engagement rate instagram* pada tanggal 2 Maret 2023 dapat diketahui bahwa jumlah total *engagement rate* tertinggi adalah 4.72; sedangkan untuk jumlah total *engagement rate* terendah adalah 0.71. Total dari *engagement rate* adalah 1.64. Berarti hasil pengukurannya adalah *awareness* baik. Berdasarkan Gambar 1.5, *engagement rate instagram* pada tanggal 30 Maret dapat diketahui bahwa jumlah total *engagement rate* tertinggi adalah 41.11; sedangkan untuk jumlah total *engagement rate* terendah adalah 0. Total dari *engagement rate* adalah 5.20. Berarti hasil pengukurannya adalah *awareness* sangat baik. **Ini berarti *engagement rate Instagram* adalah BAIK dan SANGAT BAIK.**

Pada *Tiktok*, *engagement rate* pada tanggal 2 Maret dapat diketahui bahwa jumlah total *engagement rate* tertinggi adalah 218.18, sedangkan untuk jumlah total *engagement rate* terendah adalah 9.09. Total dari *engagement rate* adalah 45.60. Berarti hasil pengukurannya adalah *awareness* sangat baik. Pada tanggal 30 Maret 2023 dapat diketahui bahwa jumlah total *engagement rate* tertinggi pada tanggal 30 Maret 2023 adalah 112.5; sedangkan untuk jumlah total *engagement rate* terendah adalah 0. Total dari *engagement rate* adalah 53.93. Berarti hasil pengukurannya adalah *awareness* sangat baik. **Ini berarti *engagement rate Tiktok* adalah SANGAT BAIK.**

Pada *Facebook*, *engagement rate Facebook* pada tanggal 2 Maret 2023 dapat diketahui bahwa jumlah total *engagement rate* tertinggi adalah 100; sedangkan untuk jumlah total *engagement rate* terendah adalah 0. Total dari *engagement rate* adalah 26.19. Hasil dari pengukurannya adalah *awareness* sangat baik. Pada tanggal 30 Maret 2023



dapat diketahui bahwa jumlah total *engagement rate* tertinggi adalah 100; sedangkan untuk jumlah total *engagement rate* terendah adalah 0. Total dari *engagement rate* adalah 40.53. Hasil dari pengukurannya adalah *awareness* sangat baik. **Ini berarti *engagement rate Facebook* adalah BAIK dan SANGAT BAIK.**

Sejalan dengan hal di atas, berikut disajikan data hasil tabulasi *engagement rate* dari setiap media sosial.

a. *Engagement Rate Instagram* pada tanggal 2 Maret 2023

Tanggal Postingan	Like	Komentar	Share	Penjumlahan	Followers	<i>Engagement Rate Instagram</i>
3 Februari 2023	5	0	0	5	424	1.18
4 Februari 2023	4	0	0	4	424	0.94
5 Februari 2023	4	0	0	4	424	0.94
6 Februari 2023	5	0	0	5	424	1.18
7 Februari 2023	5	0	0	5	424	1.18
8 Februari 2023	9	0	11	20	424	4.72
9 Februari 2023	8	0	0	8	424	1.89
10 Februari 2023	6	0	0	6	424	1.42
11 Februari 2023	10	0	0	10	424	2.36
12 Februari 2023	10	0	0	10	424	2.36
13 Februari 2023	8	0	0	8	424	1.89
14 Februari 2023	12	2	1	15	424	3.54
15 Februari 2023	5	0	0	5	424	1.18
16 Februari 2023	6	0	0	6	424	1.42
17 Februari 2023	3	0	0	3	424	0.71
18 Februari 2023	4	0	0	4	424	0.94
19 Februari 2023	3	0	0	3	424	0.71
20 Februari 2023	9	0	0	9	424	2.12
21 Februari 2023	9	0	0	9	424	2.12
22 Februari 2023	6	0	0	6	424	1.42
23 Februari 2023	6	0	0	6	424	1.42
24 Februari 2023	3	0	0	3	424	0.71
25 Februari 2023	5	0	0	5	424	1.18
26 Februari 2023	12	0	0	12	424	2.83
27 Februari 2023	5	0	0	5	424	1.18
28 Februari 2023	7	0	0	7	424	1.65



1 Maret 2023	5	0	0	5	424	1.18
2 Maret 2023	7	0	0	7	424	1.65
Total						1.64

Tabel 1.1 *Engagement Rate Instagram* pada tanggal 2 Maret 2023

b. *Engagement Rate Instagram* pada tanggal 30 Maret 2023

Tanggal Postingan	Like	Komentar	Share	Penjumlahan	Followers	<i>Engagement Rate Instagram</i>
3 Maret 2023	14	0	0	14	433	3.23
4 Maret 2023	12	0	0	12	433	2.77
5 Maret 2023	13	0	0	13	433	3.00
6 Maret 2023	14	0	0	14	433	3.23
7 Maret 2023	13	0	0	13	433	3.00
8 Maret 2023	13	0	0	13	433	3.00
9 Maret 2023	13	0	0	13	433	3.00
10 Maret 2023	15	0	0	15	433	3.46
11 Maret 2023	173	3	2	178	433	41.11
12 Maret 2023	13	0	0	13	433	3.00
13 Maret 2023	16	1	0	17	433	3.93
14 Maret 2023	13	0	0	13	433	3.00
15 Maret 2023	15	0	0	15	433	3.46
16 Maret 2023	12	0	0	12	433	2.77
17 Maret 2023	11	0	0	11	433	2.54
18 Maret 2023	15	0	0	15	433	3.46
19 Maret 2023	14	0	0	14	433	3.23
20 Maret 2023	0	0	0	0	433	0.00
21 Maret 2023	0	0	0	0	433	0.00
22 Maret 2023	18	0	0	18	433	4.16
23 Maret 2023	17	0	1	18	433	4.16
24 Maret 2023	15	0	0	15	433	3.46
25 Maret 2023	15	0	0	15	433	3.46
26 Maret 2023	14	0	1	15	433	3.46
27 Maret 2023	16	0	0	16	433	3.70
28 Maret 2023	18	0	0	18	433	4.16
29 Maret 2023	24	4	2	30	205	14.63
30 Maret 2023	27	0	0	27	205	13.17
Total						5.20

Tabel 1.2 *Engagement Rate Instagram* pada tanggal 30 Maret 2023

c. *Engagement Rate Tiktok* pada tanggal 2 Maret 2023

Tanggal Postingan	<i>Like</i>	Komentar	<i>Share</i>	Penjumlahan	<i>Followers</i>	<i>Engagement Rate Tiktok</i>
3 Februari 2023	5	2	1	8	11	72.73
4 Februari 2023	6	0	0	6	11	54.55
5 Februari 2023	9	0	1	10	11	90.91
6 Februari 2023	3	0	0	3	11	27.27
7 Februari 2023	4	0	1	5	11	45.45
8 Februari 2023	8	0	0	8	11	72.73
9 Februari 2023	7	0	0	7	11	63.64
10 Februari 2023	3	0	0	3	11	27.27
11 Februari 2023	5	0	0	5	11	45.45
12 Februari 2023	4	0	0	4	11	36.36
13 Februari 2023	2	0	0	2	11	18.18
14 Februari 2023	2	0	0	2	11	18.18
15 Februari 2023	2	0	0	2	11	18.18
16 Februari 2023	8	0	0	8	11	72.73
17 Februari 2023	3	0	0	3	11	27.27
18 Februari 2023	4	0	0	4	11	36.36
19 Februari 2023	5	0	0	5	11	45.45
20 Februari 2023	1	0	0	1	11	9.09
21 Februari 2023	4	0	0	4	11	36.36
22 Februari 2023	4	0	0	4	11	36.36
23 Februari 2023	1	0	0	1	11	9.09
24 Februari 2023	4	0	0	4	11	36.36
25 Februari 2023	3	0	0	3	11	27.27
26 Februari 2023	23	0	1	24	11	218.18
27 Februari 2023	3	0	0	3	11	27.27
28 Februari 2023	8	0	0	8	36	22.22
1 Maret 2023	4	0	0	4	11	36.36
2 Maret 2023	5	0	0	5	11	45.45
Total						45.60

Tabel 1.3 *Engagement Rate Tiktok* pada tanggal 2 Maret 2023

d. *Engagement Rate Tiktok* pada tanggal 30 Maret 2023

Tanggal Postingan	<i>Like</i>	Komentar	<i>Share</i>	Penjumlahan	<i>Followers</i>	<i>Engagement Rate Tiktok</i>
-------------------	-------------	----------	--------------	-------------	------------------	-------------------------------

3 Maret 2023	9	0	0	9	16	56.25
4 Maret 2023	9	0	0	9	16	56.25
5 Maret 2023	10	0	0	10	16	62.5
6 Maret 2023	8	0	0	8	16	50
7 Maret 2023	10	0	0	10	16	62.5
8 Maret 2023	7	0	0	7	16	43.75
9 Maret 2023	9	0	0	9	16	56.25
10 Maret 2023	9	0	0	9	16	56.25
11 Maret 2023	12	0	0	12	16	75
12 Maret 2023	8	0	0	8	16	50
13 Maret 2023	10	0	0	10	16	62.5
14 Maret 2023	9	0	0	9	16	56.25
15 Maret 2023	7	0	0	7	16	43.75
16 Maret 2023	9	0	0	9	16	56.25
17 Maret 2023	11	0	0	11	16	68.75
18 Maret 2023	12	0	1	13	16	81.25
19 Maret 2023	8	0	0	8	16	50
20 Maret 2023	0	0	0	0	16	0
21 Maret 2023	0	0	0	0	16	0
22 Maret 2023	8	0	0	8	16	50
23 Maret 2023	10	0	0	10	16	62.5
24 Maret 2023	11	0	0	11	16	68.75
25 Maret 2023	8	0	0	8	16	50
26 Maret 2023	18	0	0	18	16	112.5
27 Maret 2023	9	0	0	9	16	56.25
28 Maret 2023	4	0	0	4	16	25
29 Maret 2023	12	0	0	12	36	33.33
30 Maret 2023	11	0	0	11	16	68.75
Total						54.09

Tabel 1.4 *Engagement Rate Tiktok* pada tanggal 30 Maret 2023

e. *Engagement Rate Facebook* pada tanggal 2 Maret 2023

Tanggal Postingan	Like	Komentar	Share	Penjumlahan	Followers	<i>Engagement Rate Facebook</i>
3 Februari 2023	2	0	0	2	3	66.67
4 Februari 2023	1	0	0	1	3	33.33

5 Februari 2023	2	0	0	2	3	66.67
6 Februari 2023	1	0	0	1	3	33.33
7 Februari 2023	0	0	0	0	3	0.00
8 Februari 2023	1	0	0	1	3	33.33
9 Februari 2023	0	0	0	0	3	0.00
10 Februari 2023	0	0	0	0	3	0.00
11 Februari 2023	3	0	0	3	3	100.00
12 Februari 2023	0	0	0	0	3	0.00
13 Februari 2023	1	0	0	1	3	33.33
14 Februari 2023	0	0	0	0	3	0.00
15 Februari 2023	1	0	0	1	3	33.33
16 Februari 2023	1	0	0	1	3	33.33
17 Februari 2023	0	0	0	0	3	0.00
18 Februari 2023	0	0	0	0	3	0.00
19 Februari 2023	1	0	0	1	3	33.33
20 Februari 2023	1	0	0	1	3	33.33
21 Februari 2023	1	0	0	1	3	33.33
22 Februari 2023	1	0	0	1	3	33.33
23 Februari 2023	0	0	0	0	3	0.00
24 Februari 2023	1	0	0	1	3	33.33
25 Februari 2023	0	0	0	0	3	0.00
26 Februari 2023	0	0	0	0	3	0.00
27 Februari 2023	1	0	0	1	3	33.33
28 Februari 2023	1	0	0	1	3	33.33
1 Maret 2023	1	0	0	1	3	33.33
2 Maret 2023	1	0	0	1	3	33.33
Total						26.19

Tabel 1.5 *Engagement Rate Facebook* pada tanggal 2 Maret 2023

f. *Engagement Rate Facebook* pada tanggal 30 Maret 2023

Tanggal Postingan	<i>Like</i>	Komentar	<i>Share</i>	Penjumlahan	<i>Followers</i>	<i>Engagement Rate Facebook</i>
3 Maret 2023	2	0	0	2	3	66.67
4 Maret 2023	2	0	0	2	3	66.67
5 Maret 2023	2	0	0	2	3	66.67
6 Maret 2023	1	0	0	1	3	33.33
7 Maret 2023	1	0	0	1	382	0.26

8 Maret 2023	1	0	0	1	3	33.33
9 Maret 2023	1	0	0	1	3	33.33
10 Maret 2023	1	0	0	1	3	33.33
11 Maret 2023	3	0	0	3	382	0.79
12 Maret 2023	1	0	0	1	3	33.33
13 Maret 2023	2	0	0	2	3	66.67
14 Maret 2023	2	0	0	2	3	66.67
15 Maret 2023	2	0	0	2	382	0.52
16 Maret 2023	2	0	0	2	3	66.67
17 Maret 2023	2	0	0	2	3	66.67
18 Maret 2023	3	0	0	3	3	100.00
19 Maret 2023	2	0	0	2	3	66.67
20 Maret 2023	0	0	0	0	3	0.00
21 Maret 2023	0	0	0	0	3	0.00
22 Maret 2023	2	0	0	2	3	66.67
23 Maret 2023	1	0	0	1	3	33.33
24 Maret 2023	2	0	0	2	3	66.67
25 Maret 2023	1	0	0	1	3	33.33
26 Maret 2023	1	0	0	1	3	33.33
27 Maret 2023	1	0	0	1	3	33.33
28 Maret 2023	1	0	0	1	3	33.33
29 Maret 2023	1	0	0	1	3	33.33
30 Maret 2023	0	0	0	0	3	0.00
Total						40.53

Tabel 1.6 *Engagement Rate Facebook* pada tanggal 30 Maret 2023

### 4.3.2 Hubungan *Brand Awareness* dengan Penjualan Produk Te Boo Boo

#### 4.3.2.1 Korelasi antara Diagram *Engagement Rate* Media Sosial dan Laporan *Omzet Penjualan*

##### a. Media Sosial *Instagram*

Tanggal	<i>Omzet Penjualan</i>
12 Maret 2023	Rp3,000,000

Tabel 1.7 *Omzet Penjualan* pada tanggal 12 Maret 2023

Tanggal	Engament Rate Instagram
11 Maret 2023	41.11

Tabel 1.8 *Engagement Rate Instagram* per 11 Maret 2023

Berdasarkan Gambar 2.2 dan Tabel 1.7, *omzet* penjualan pada tanggal 12 Maret 2023 pada laporan *omzet* penjualan per-30 Maret 2023 adalah Rp 3.000.000 yang memiliki korelasi dengan *engagement rate* postingan *Instagram* pada tanggal 11 Maret 2023 pada laporan diagram *engagement rate instagram* per- 30 Maret 2023 yang ditunjukkan pada Gambar 1.5 dan Tabel 1.2 yang memiliki *engagement rate* tertinggi adalah 112,5. Hal ini disebabkan karena *postingan instagram* ini menggunakan selebgram *instagram* yang membantu pebisnis untuk mempromosikan produk minuman Te Boo Boo dengan informasi yang jelas, menarik dan padat agar para konsumen tertarik untuk mencobanya sehingga pembelian produk mengalami peningkatan dan juga pengaruh dari *event offline*.

b. *Tiktok*

Tanggal	Engagement Rate Tiktok	Laporan Omzet Penjualan
26 Februari 2023	218.18	Rp1,500,000

Tabel 1.9 *Engagement Rate Tiktok* dan Laporan *Omzet* Penjualan per 26 Februari 2023

Berdasarkan Gambar 1.6 dan Tabel 1.3, *omzet* penjualan pada tanggal 26 Februari 2023 pada laporan *omzet* penjualan per-2 Maret 2023 adalah Rp 1.500.000 yang memiliki korelasi dengan *engagement rate* postingan *Tiktok* pada tanggal 26 Februari 2023 pada laporan diagram *engagement rate Tiktok* per-2 Maret 2023 yang ditunjukkan pada Gambar 1.7 dan Tabel 1.3 yang memiliki *engagement rate* tertinggi adalah 218.18. Hal ini disebabkan karena postingan *Tiktok* ini memakai lagu yang sedang *trending*, memiliki visualisasi yang menarik dan informasi atau konten yang jelas sehingga hal itu membuat postingan ini memiliki *fyp* yang meningkatkan sehingga pembelian produk mengalami peningkatan dan juga dipengaruhi oleh adanya *event offline*.



Berdasarkan di Gambar 2.1 dan 2.2, Laporan *Omzet* Penjualan per-30 Maret 2023 dan per-2 Maret 2023 kalau ada penjualan yang mengalami penurunan disebabkan oleh faktor hujan. Selain itu juga ada faktor peningkatan dikarenakan adanya *event offline* seperti *bazar* dan pasar malam (Semawis Semarang).

Dapat dikatakan bahwa terdapat korelasi antara *engagement rate* media sosial dan *omzet* penjualan. Semakin bagus *engagement rate*-nya, semakin bagus *omzet* penjualannya.

#### 4.3.2.2 Korelasi antara Diagram *Engagement Rate* Media Sosial dan Diagram *Followers* Media Sosial

Untuk menampilkan korelasi antara diagram *engagement rate* media sosial dan diagram *followers* media sosial, berikut dibuat tabulasi *engagement rate* untuk setiap media sosial dan total *followers* masing-masingnya.

Tanggal	<i>Engagement Rate</i> <i>Instagram</i>	<i>Engagement Rate</i> <i>Tiktok</i>	<i>Engagement Rate</i> <i>Facebook</i>
Per-2 Maret 2023	1.64	45.60	26.19
Per-30 Maret 2023	5.20	54.09	40.53

Tabel 2.0 *Engagement Rate* Media Sosial pada tanggal 2 dan 30 Maret 2023

Total <i>Followers Instagram</i>	Total <i>Followers Tiktok</i>	Total <i>Followers Facebook</i>
433	16	3

Tabel 2.1 Total *Followers* Media sosial

Berdasarkan Gambar 1.7 dan Tabel 2.0 di atas, *engagement rate* media sosial yang paling tinggi adalah *Tiktok* (45.60) per-2 Maret 2023 dan (54.09) per-30 Maret 2023 dikorelasi dengan *followers* media sosial pada Gambar 2.6 yang menunjukkan kalau rata-rata *followers Tiktok* adalah 16 (Tabel 2.1) yang menjadi netral untuk diagram *followers* sehingga dalam menghitung total rata-rata *engagement rate* untuk *Tiktok* itu sangat tinggi karena faktor dari *followers* yang sangat sedikit.

Berdasarkan Gambar 1.4, Gambar 1.5, dan Tabel 2.0, diketahui bahwa *engagement rate* media sosial yang termasuk rendah adalah *Instagram* (1.64) per-2 Maret 2023 dan (5.20) per-30 Maret 2023 dikorelasi dengan *followers* media sosial pada Tabel 2.1 yang menunjukkan bahwa *followers instagram* adalah 433 yang menjadi tertinggi untuk diagram *followers* sehingga dalam menghitung total rata-rata *engagement rate* untuk *instagram* sangat sedikit karena faktor dari *followersnya* yang sangat tinggi .

Tanggal Postingan	Like	Komentar	Share	Penjumlahan	Followers	Engagement Rate
29 Maret 2023	24	4	2	30	205	14.63
30 Maret 2023	27	0	0	27	205	13.17

Tabel 2.2 Postingan Instagram tanggal 29 dan 30 Maret 2023

Menggunakan Akun Pribadi

Terkait *followers* berdasarkan Tabel 2.2 di atas, pada tanggal 29 Maret 2023 (205) dan 30 Maret 2023 (205) pada diagram *engagement rate* per-30 Maret 2023, penelitian ini mencoba menampilkan *postingan* di akun pribadi *instagram* untuk melihat apakah *engagement rate* akan mengalami penurunan atau peningkatan yaitu pengaruhnya kurang terlalu besar untuk laporan *omzet* penjualan tetapi mengalami kenaikan untuk *engagement rate*.

Tanggal Postingan	Like	Komentar	Share	Penjumlahan	Followers	Engagement Rate
28 Februari 2023	8	0	0	8	36	22.22
29 Maret 2023	10	0	0	10	36	27.78

Tabel 2.3 Postingan *Tiktok* tanggal 28 Februari 2023 Menggunakan Akun Pribadi

Berdasarkan Tabel 2.3, pada tanggal 28 Februari 2023 (36) dan berdasarkan Tabel 2.2 pada tanggal 29 Maret 2023 (205), penelitian ini mencoba menampilkan *postingan* di akun pribadi *Tiktok* di mana pengaruhnya pun tidak terlalu besar untuk laporan *omzet* penjualan tetapi mengalami kenaikan untuk *engagement rate*.

Tanggal Postingan	Like	Komentar	Share	Penjumlahan	Followers	Engagement Rate
-------------------	------	----------	-------	-------------	-----------	-----------------

7 Maret 2023	1	0	0	1	382	0.26
11 Maret 2023	3	0	0	3	382	0.79
14 Maret 2023	2	0	0	2	3	66.67

Tabel 2.4 Postingan *Facebook* tanggal 28 Februari 2023 Menggunakan Akun Pribadi

Berdasarkan Tabel 2.4, Pada tanggal 7,11, dan 14 Maret 2023 (382) penelitian mencoba menampilkan *postingan* di akun pribadi *Facebook* di mana pengaruhnya pun tidak terlalu besar untuk laporan *omzet* penjualan tetapi mengalami penurunan untuk *engagement rate*.

Dapat dikatakan bahwa secara umum bahwa terdapat korelasi antara *engagement rate* media sosial dan jumlah *followers* media sosial, di mana semakin sedikit *follower*, semakin bagus *engagement rate*-nya. Untuk *postingan* di akun pribadi, tidak terdapat pengaruh yang signifikan terkait laporan *omzet* penjualan, namun berpengaruh pada kenaikan atau penurunan *engagement rate*.

### 4.3.3 Strategi Terbaik untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Te Boo Boo melalui *Digital Marketing Media Sosial*

Untuk mengetahui strategi terbaik guna meningkatkan *Brand Awareness* Te Boo Boo melalui *Digital Marketing Media Sosial*, maka berikut dibuat tabulasinya.

Tanggal Postingan	<i>Like</i>	Komentar	<i>Share</i>	Penjumlahan	<i>Followers</i>	<i>Engagement Rate</i>
25 Februari 2023	5	0	0	5	424	1.18
26 Februari 2023	12	0	0	12	424	2.83

Tabel 2.5 Postingan *Instagram* Memakai *Sosial Ads* pada tanggal 25-26 Februari 2023

Memakai *sosial ads* di media sosial, berdasarkan Tabel 2.5, pemakaian *Instagram Ads* pada tanggal 25-26 Februari 2023 dikorelasikan jumlah *engagement rate instagram* pada Gambar 1.4 Diagram *engagement rate Instagram* pada tanggal 25 dan 26 Februari 2023 per-2 Maret 2023 mengalami kenaikan sebesar 7 % dari tanggal 25 Februari 2023 ke tanggal 26 Februari 2023 sehingga memiliki rata-rata *engagement rate instagram* yaitu 25 Februari 2023 (1.18) dan 26 Februari 2023 (2.83). Hal ini disebabkan karena postingan *instagram* ini dipromosikan menggunakan *instagram ads* sehingga mengalami

peningkatan sebesar 7% tetapi tidak memiliki pengaruh signifikan untuk laporan *omzet* penjualan. Untuk pemakaian promosi *stories* di media sosial, berdasarkan Gambar 2.8 dapat meningkatkan *engagement rate* dari media sosial sebesar 10%. Dengan demikian, jika menggunakan *social media ads*, maka *engagement rate*-nya semakin bagus.

Selanjutnya, jika memakai selebgram, maka tabulasinya ialah sebagai berikut.

Tanggal Postingan	Like	Komentar	Share	Total Penjumlahan	Total <i>Followers</i>	Engagement Rate
11 Maret 2023	173	3	2	178	433	41.11

Tabel 2.6 Postingan *Instagram* Menggunakan Selebgram pada tanggal 11 Maret Februari 2023

Berdasarkan Tabel 2.6, penggunaan selebgram memiliki peningkatan yang besar untuk *engagement rate* dan *omzet* penjualan yang terjadi pada tanggal 11 Maret 2023 pada laporan *omzet* penjualan per-30 Maret 2023 pada Gambar 2.9 dan *engagement rate* postingan *Instagram* pada tanggal 12 Maret 2023 pada laporan diagram *engagement rate* per-30 Maret yang ditunjukkan pada gambar 1.5.

Tanggal Postingan	Like	Komentar	Share	Total Penjumlahan	Total <i>Followers</i>	Engagement Rate
26 Februari 2023	23	0	1	24	11	218.18

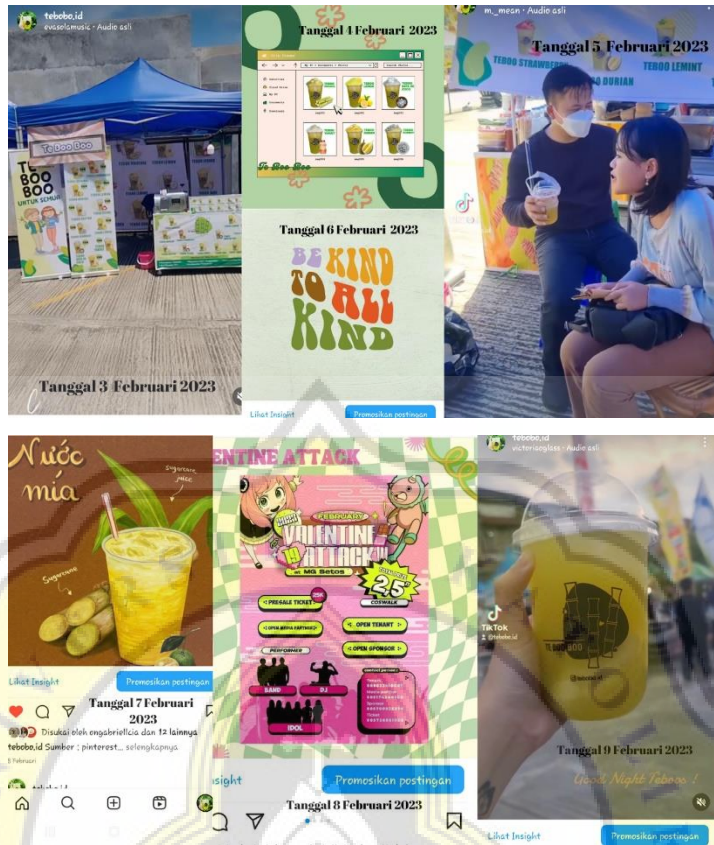
Tabel 2.7 Postingan *Tiktok* Menggunakan Konten Menarik dan Lagu *Trend* pada 26 Februari 2023

Selanjutnya jika memakai konten yang menarik di media sosial misalnya *Tiktok* berdasarkan Gambar 3.0, memiliki peningkatan yang besar untuk *engagement rate* dan *omzet* penjualan pada tanggal 22 Februari 2023 pada laporan *omzet* penjualan per-2 Maret 2023 di Tabel 1.7 dan Gambar 2.3 dan *engagement rate* postingan *Tiktok* pada tanggal 26 Februari 2023 pada laporan diagram *engagement rate Tiktok* per-2 Maret yang ditunjukkan pada Gambar 1.6. penggunaan konten yang menarik dapat dilihat dalam gambar-gambar berikut.

#### 1. Konten *Instagram*

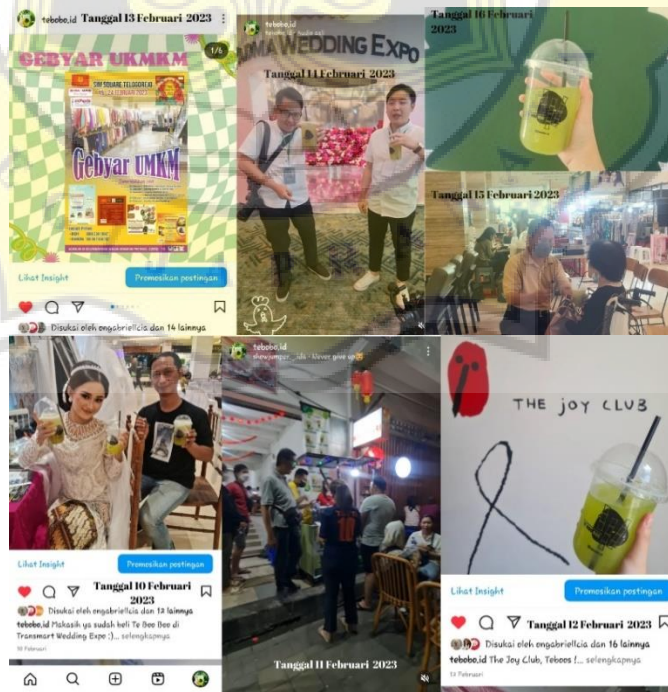
##### a. Konten *Instagram* pada tanggal 3-9 Februari 2023





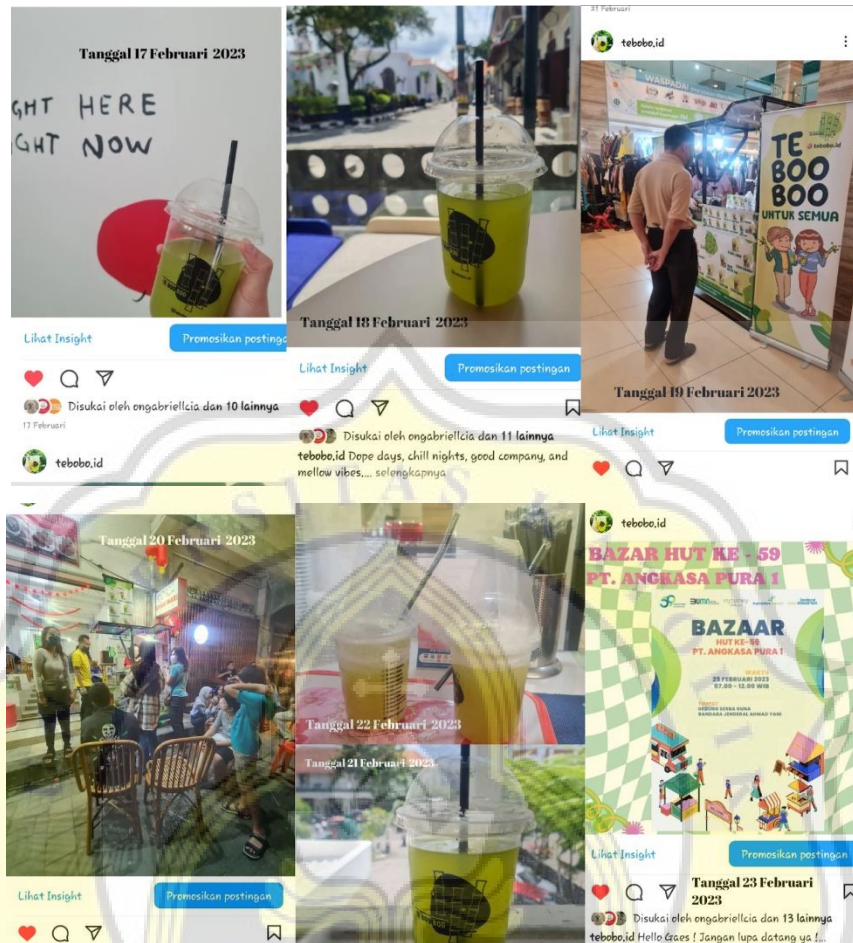
Gambar 3.1 Konten *Instagram* pada tanggal 3-9 Februari 2023

b. Konten *Instagram* pada tanggal 10-16 Februari 2023



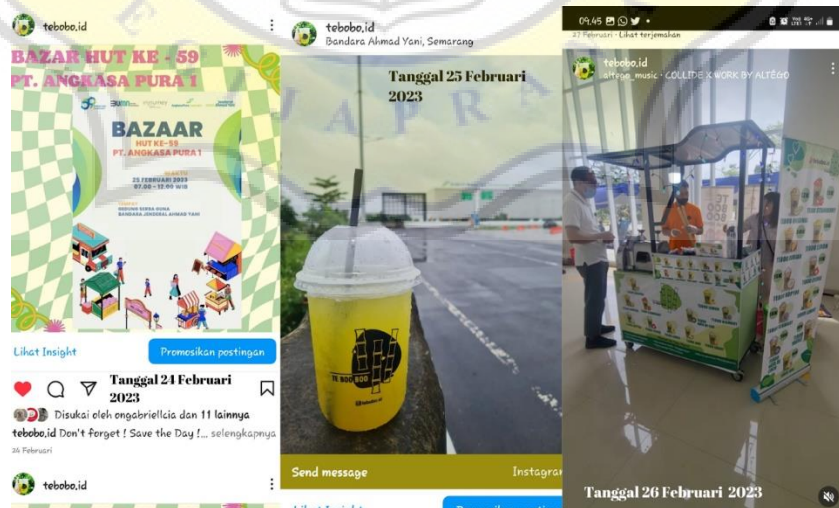
Gambar 3.2 Konten *Instagram* pada tanggal 10 - 16 Februari 2023

c. Konten *Instagram* pada tanggal 17 - 23 Februari 2023



Gambar 3.3 Konten *Instagram* pada tanggal 17 - 23 Februari 2023

d. Konten *Instagram* pada tanggal 24 Februari - 2 Maret 2023

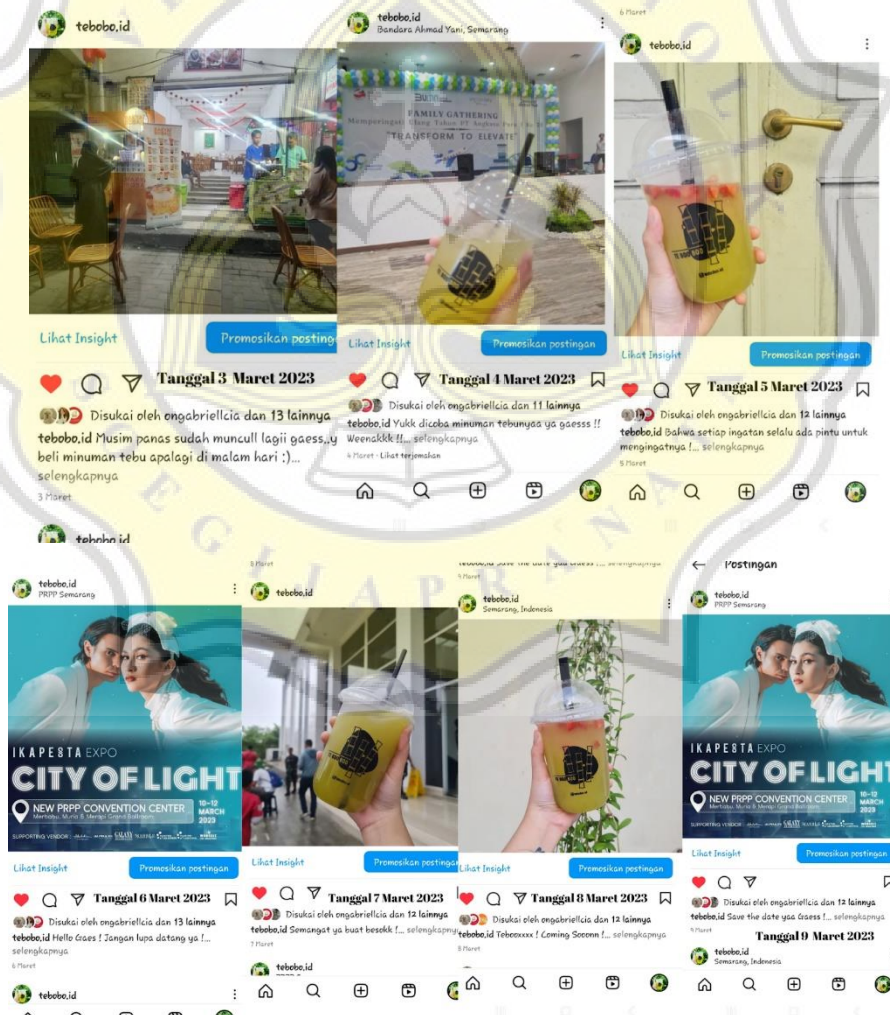






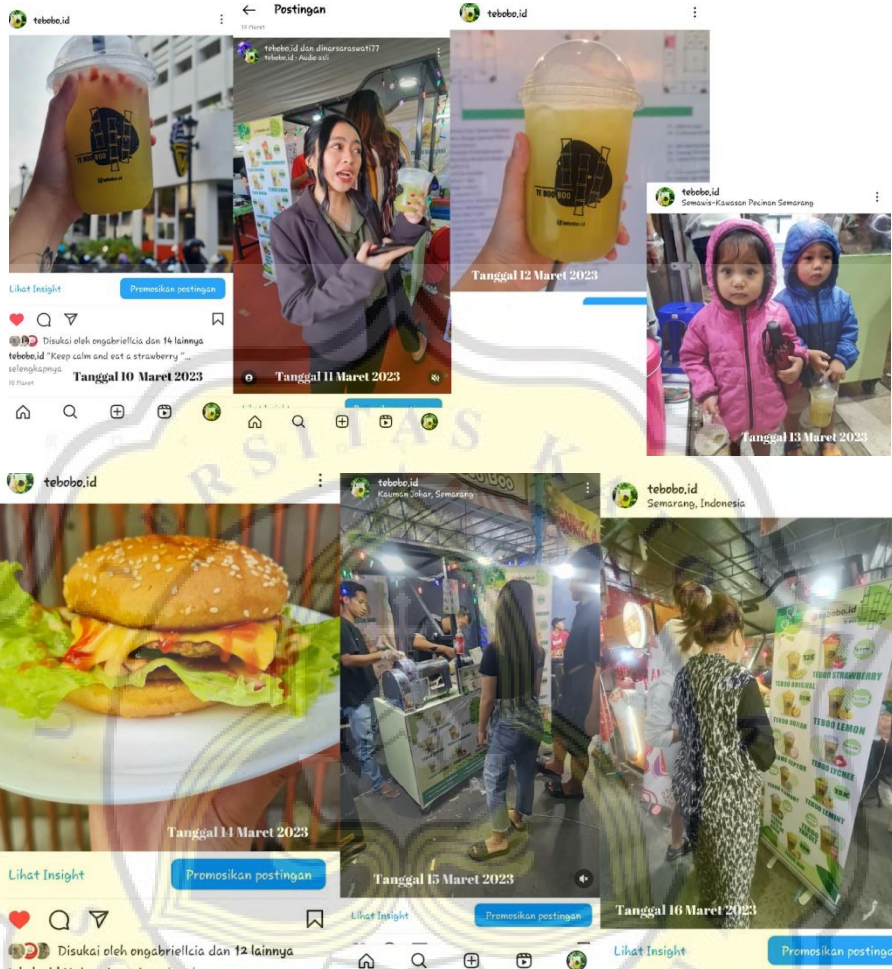
Gambar 3.4 Konten *Instagram* pada tanggal 24 Februari - 2 Maret 2023

e. Konten *Instagram* pada tanggal 3 Maret - 9 Maret 2023



Gambar 3.5 Konten *Instagram* pada tanggal 3 - 9 Maret 2023

f. Konten *Instagram* pada tanggal 10 - 16 Maret 2023

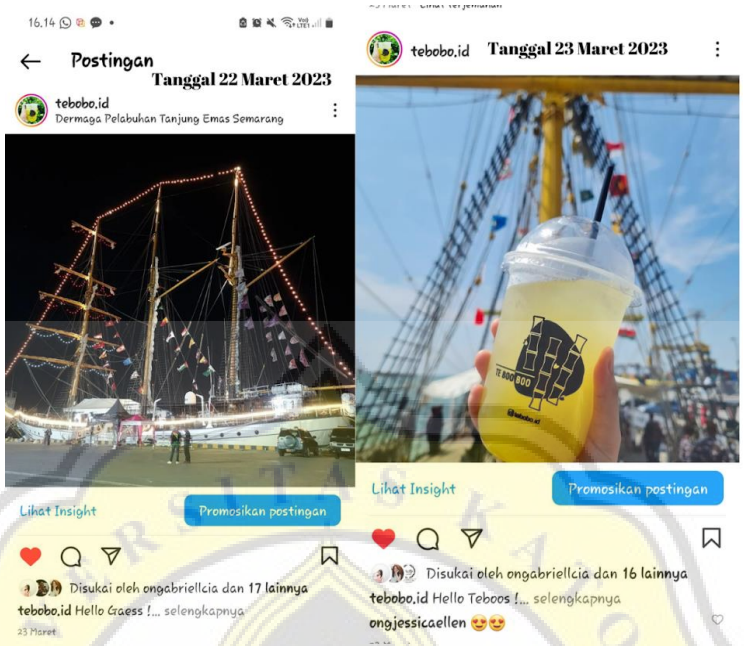


Gambar 3.6 Konten *Instagram* pada tanggal 10 - 16 Maret 2023

g. Konten *Instagram* pada tanggal 17 - 23 Maret 2023

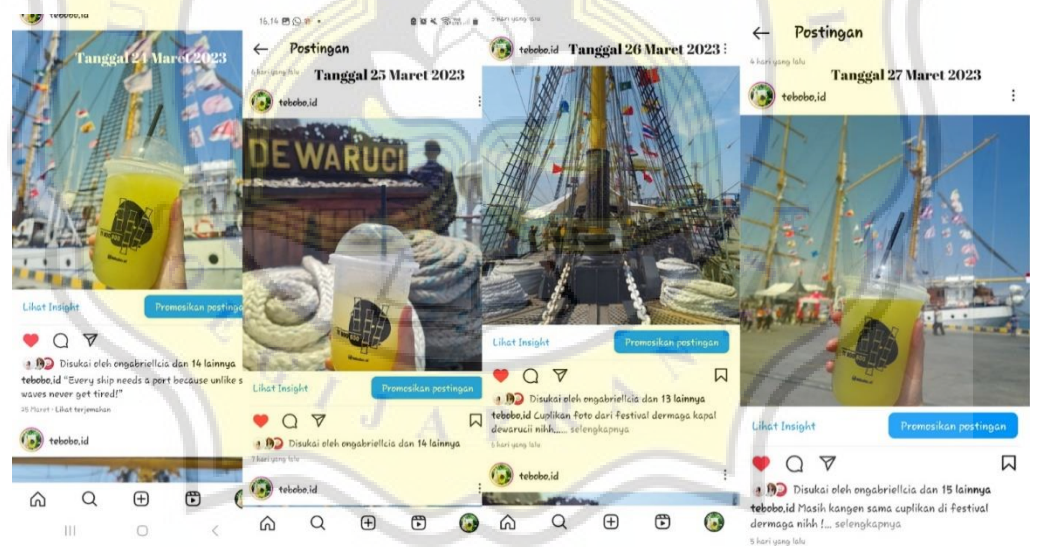


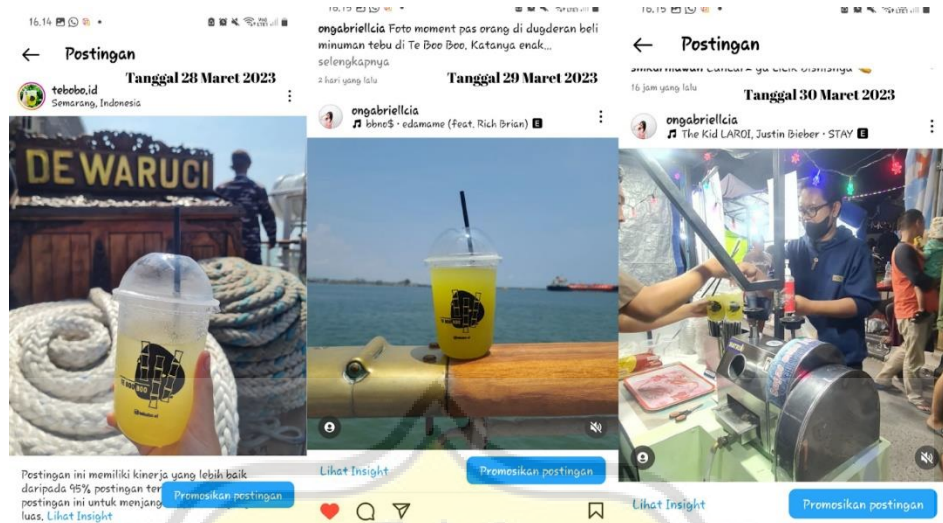




Gambar 3.7 Konten *Instagram* pada tanggal 17 - 23 Maret 2023

h. Konten *Instagram* pada tanggal 24 - 30 Maret 2023

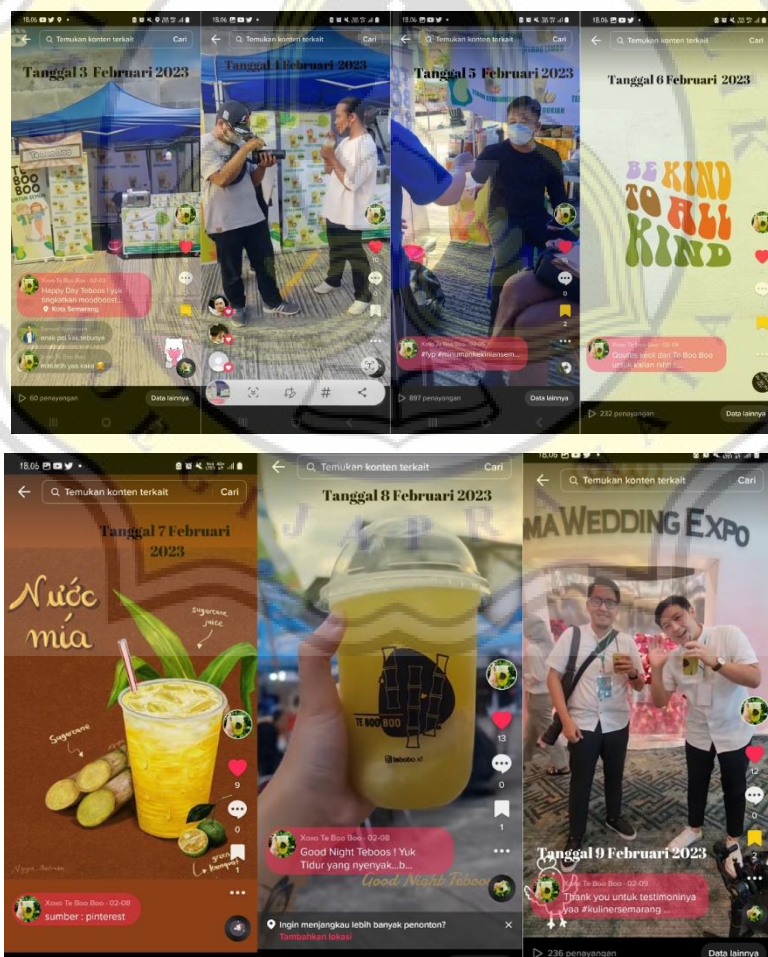




Gambar 3.8 Konten *Instagram* pada tanggal 24 - 30 Maret 2023

## 2. Konten *Tiktok*

### a. Konten *Tiktok* pada tanggal 3 - 9 Februari 2023



Gambar 3.9 Konten *Tiktok* pada tanggal 3 - 9 Februari 2023

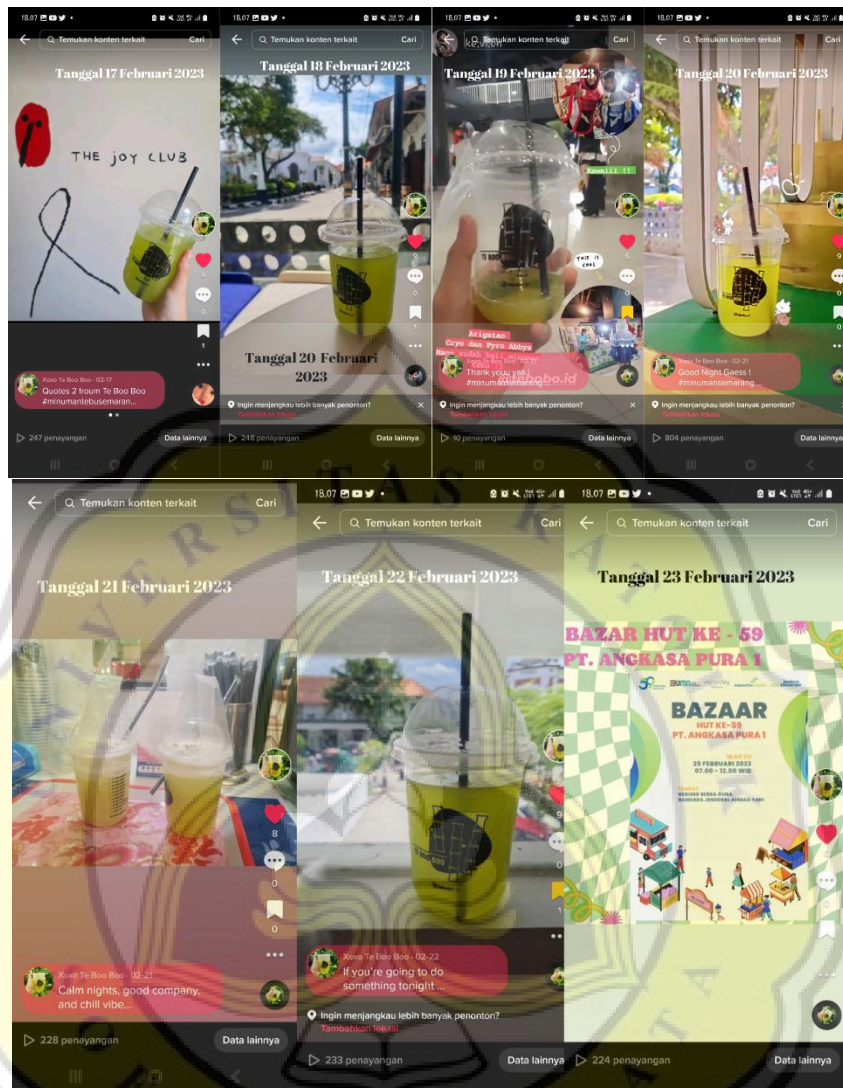


b. Konten *Tiktok* pada tanggal 10 - 16 Februari 2023



Gambar 4.0 Konten *Tiktok* pada tanggal 10 - 16 Februari 2023

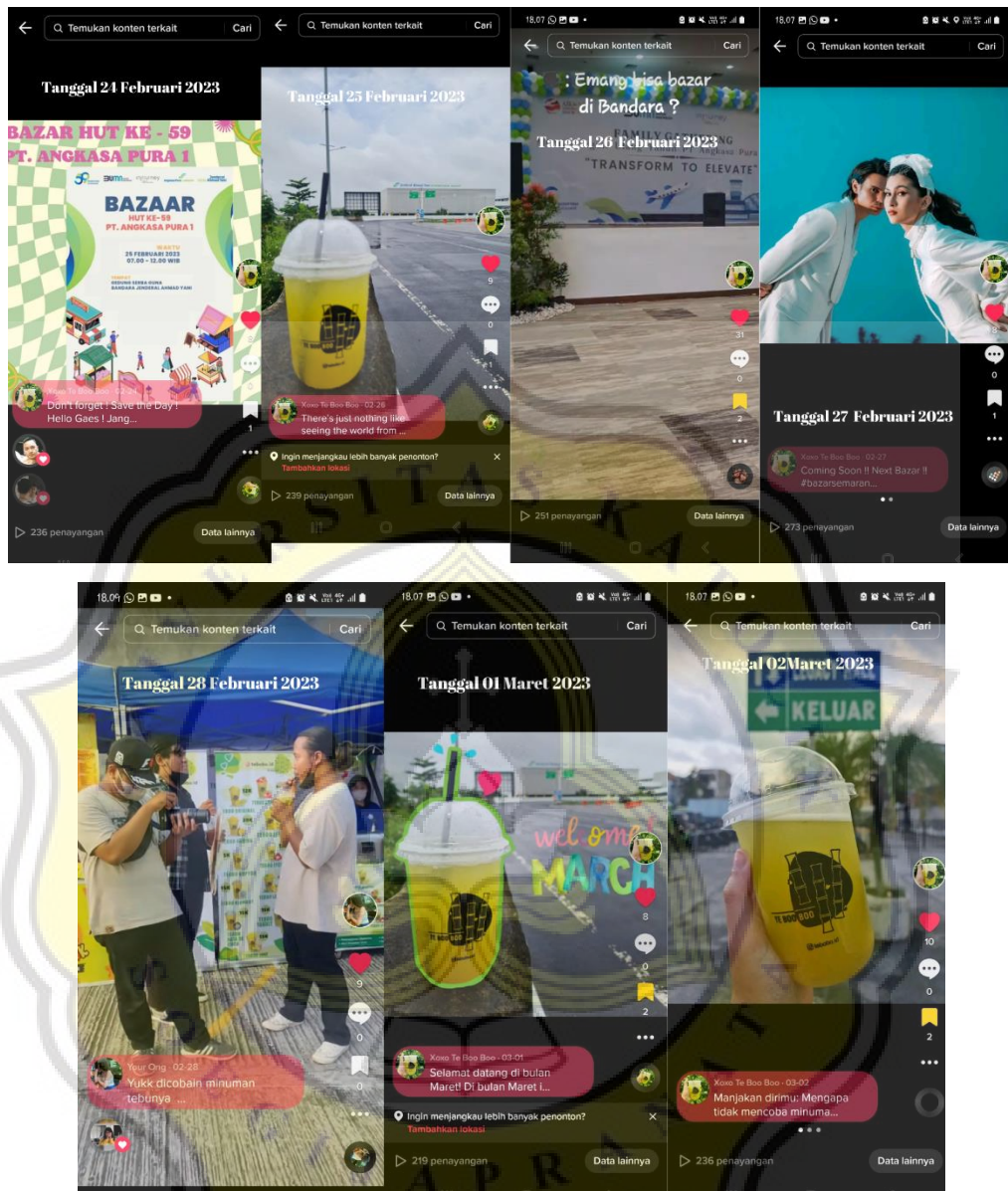
c. Konten *Tiktok* pada tanggal 17 - 23 Februari 2023



Gambar 4.1 Konten *Tiktok* pada tanggal 17 - 23 Februari 2023

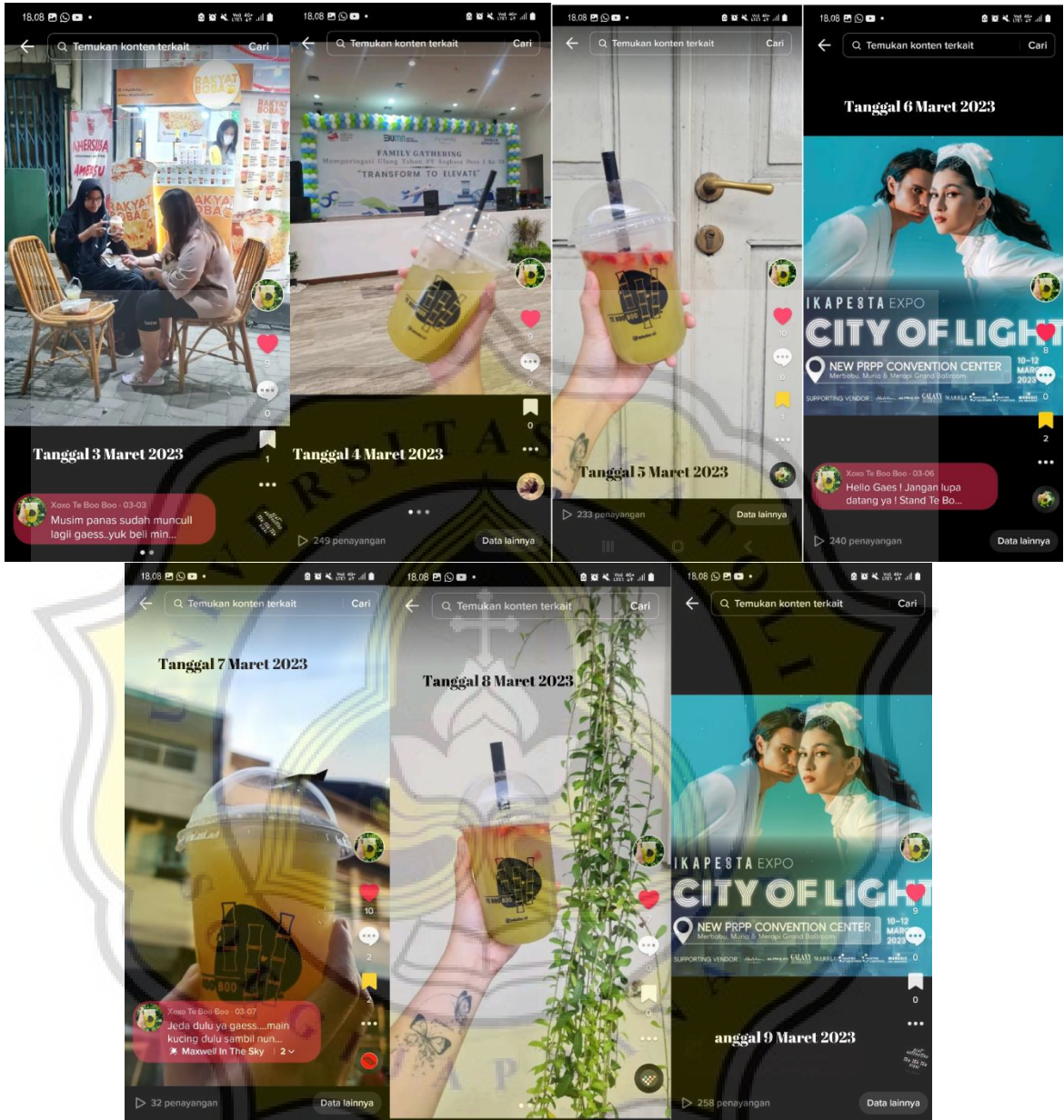


d. Konten *Tiktok* pada tanggal 24 Februari - 28 Maret 2023



Gambar 4.2 Konten *Tiktok* pada tanggal 24 Februari - 2 Maret 2023

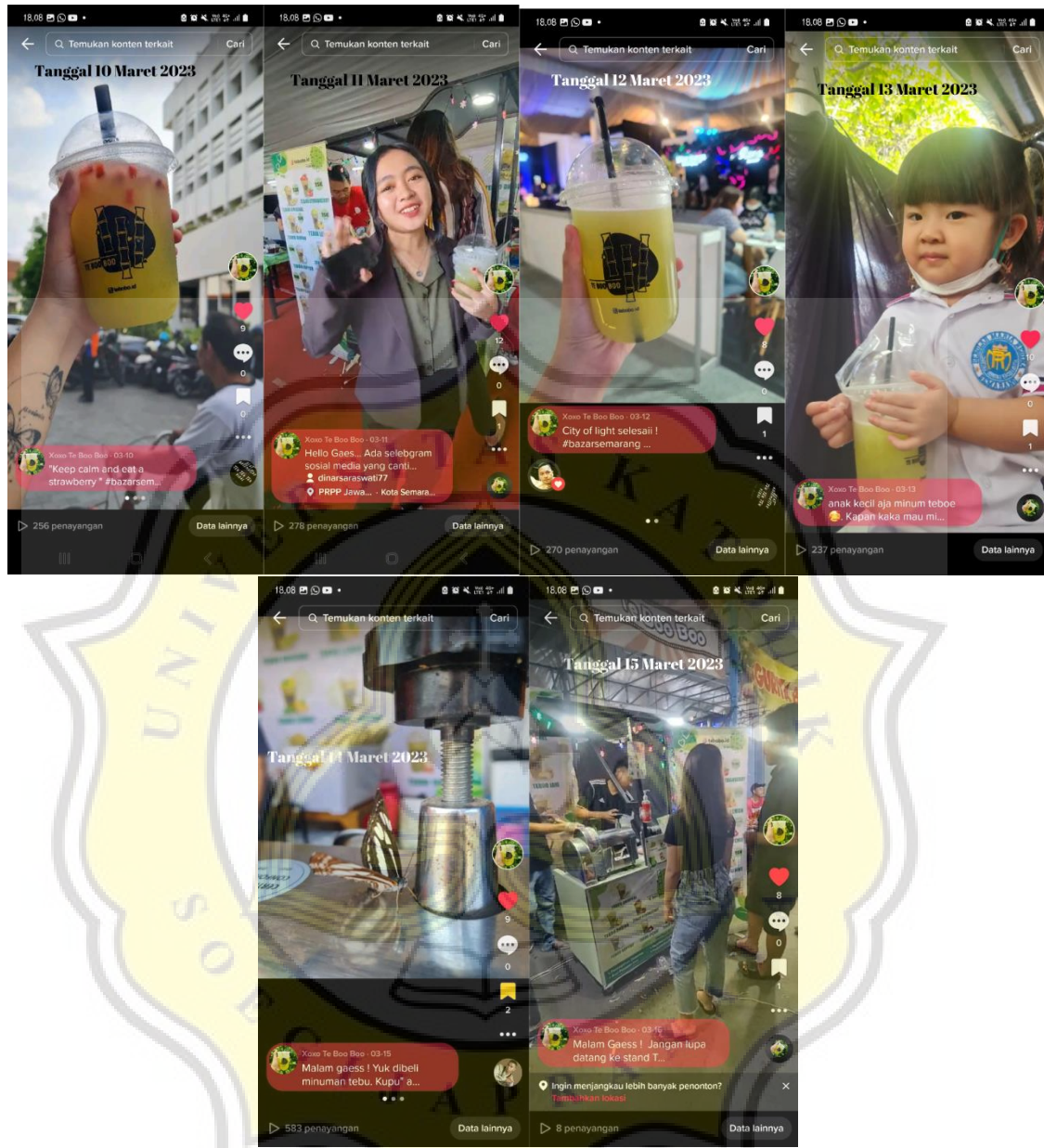
e. Konten *Tiktok* pada tanggal 3 - 9 Maret 2023



Gambar 4.3 Konten *Tiktok* pada tanggal 3 - 9 Maret 2023

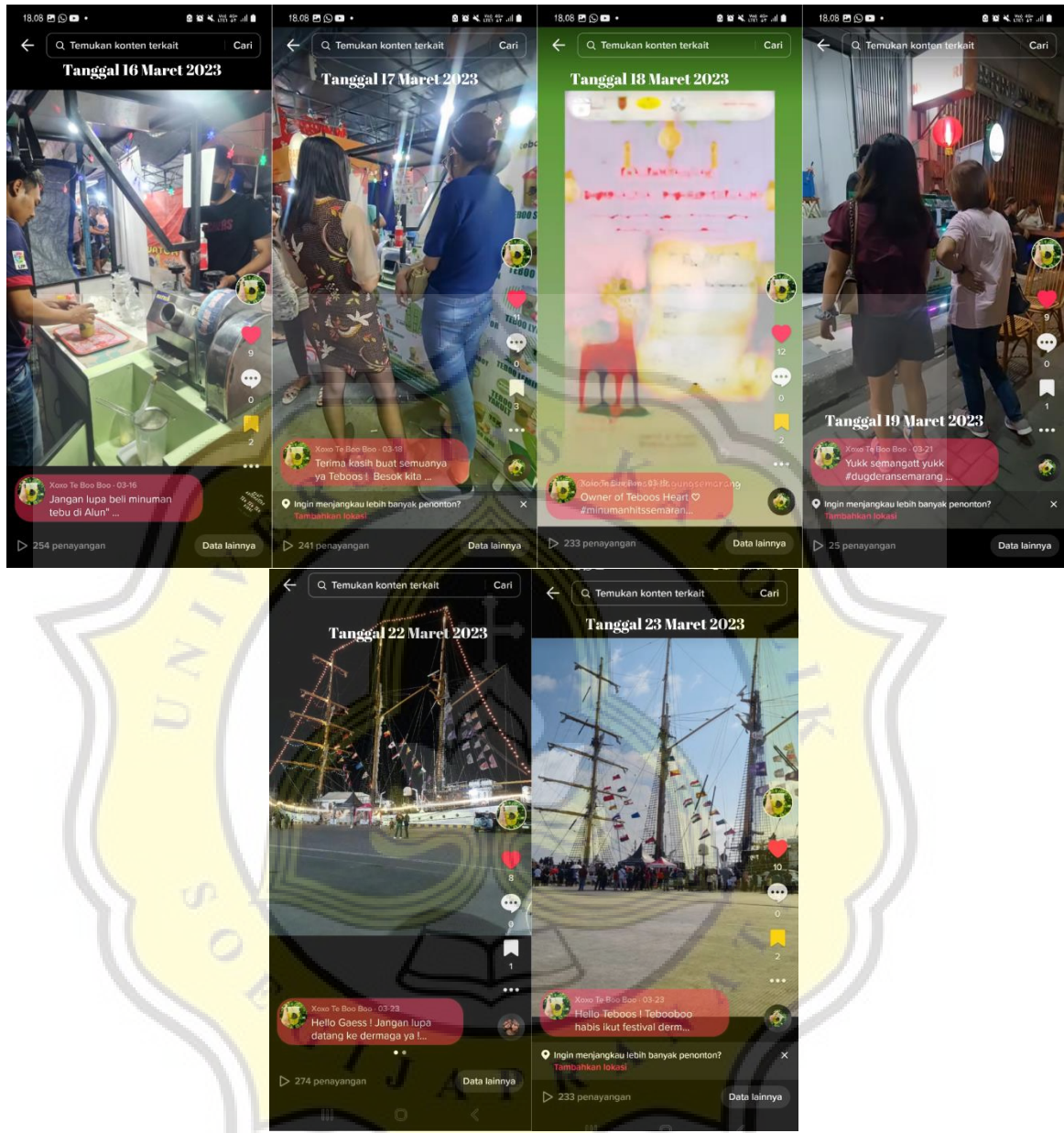


f. Konten *Tiktok* pada tanggal 10 - 16 Maret 2023



Gambar 4.4 Konten *Tiktok* pada tanggal 10 - 16 Maret 2023

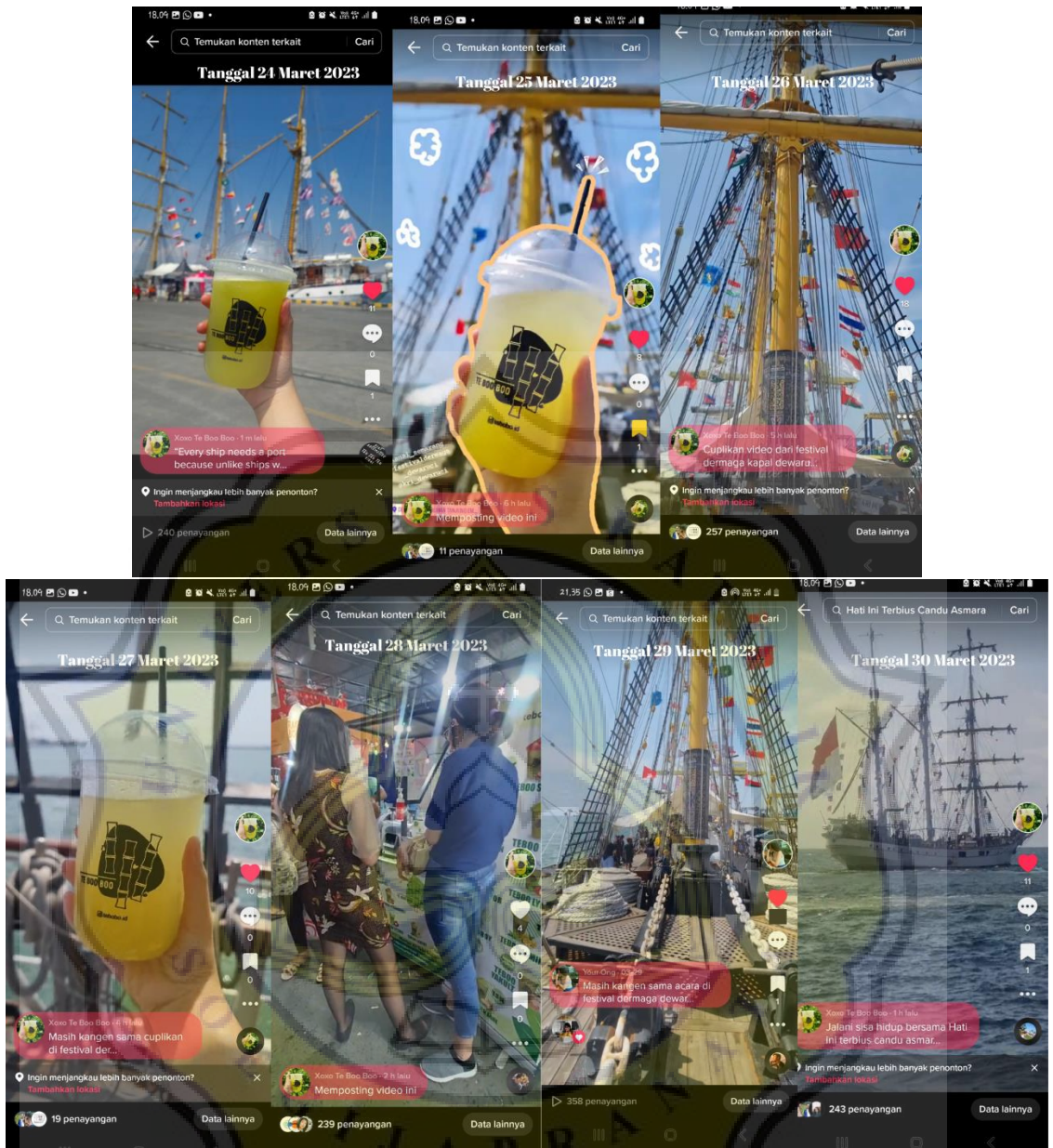
g. Konten *Tiktok* pada tanggal 17 - 23 Maret 2023



Gambar 4.5 Konten *Tiktok* pada tanggal 17 - 23 Maret 2023

h. Konten *Tiktok* pada tanggal 24 - 30 Maret 2023

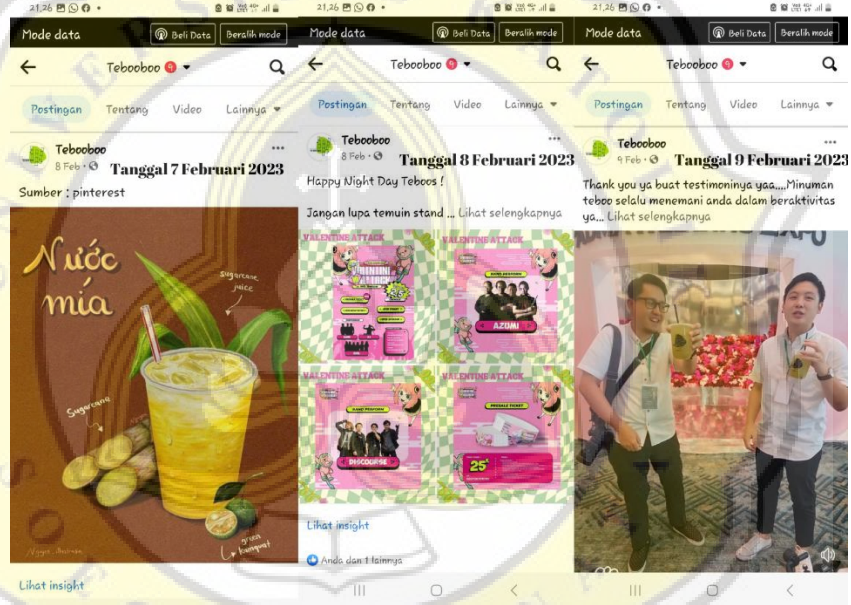
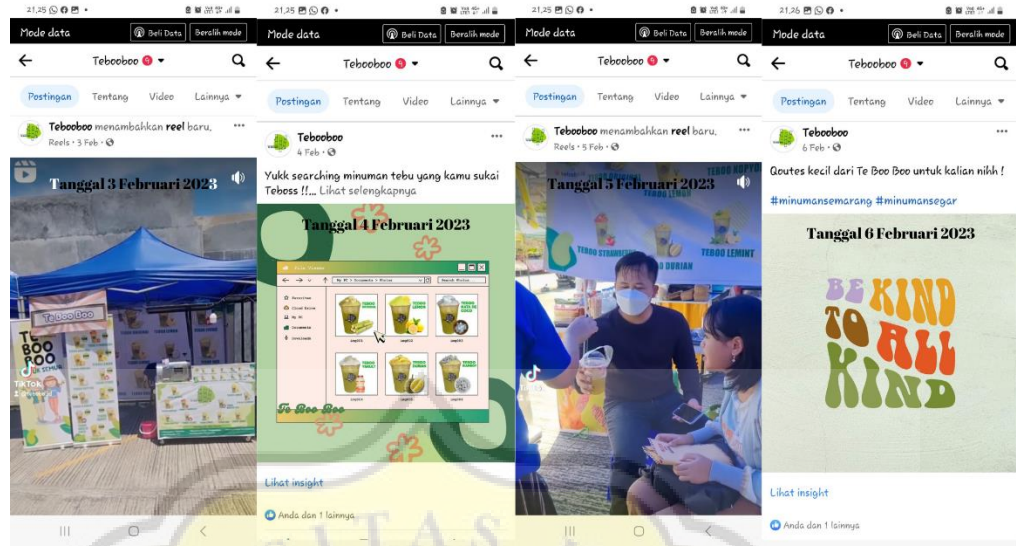




Gambar 4.6 Konten *Tiktok* pada tanggal 24 - 30 Maret 2023

### 3. Konten *Facebook*

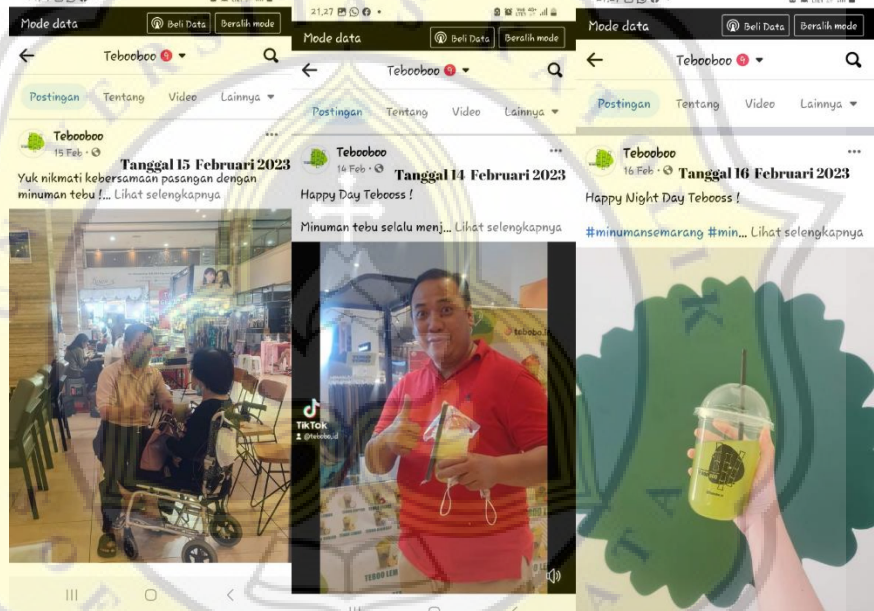
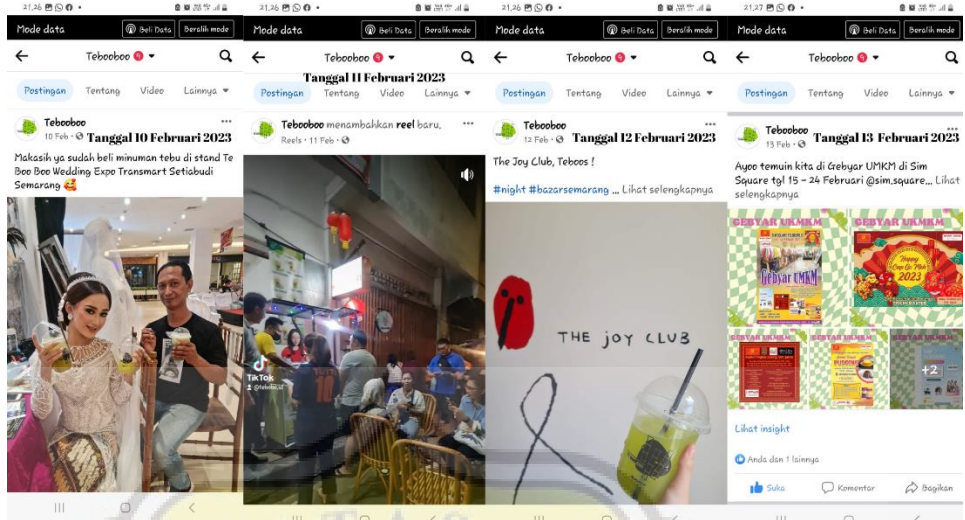
#### a. Konten *Facebook* pada tanggal 3 - 9 Februari 2023



Gambar 4.7 Konten Facebook pada tanggal 3 - 9 Februari 2023

b. Konten Facebook pada tanggal 10 - 16 Februari 2023





Gambar 4.8 Konten *Facebook* pada tanggal 10 - 16 Februari 2023

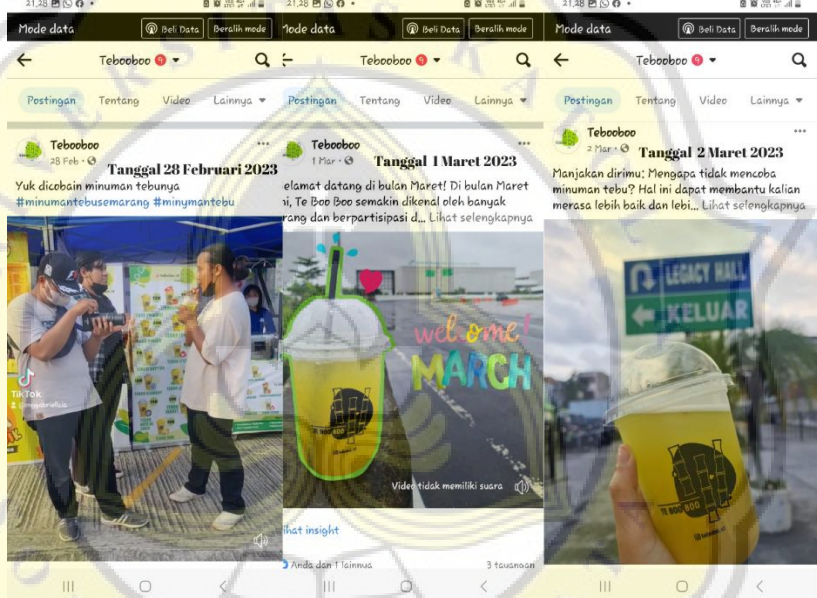
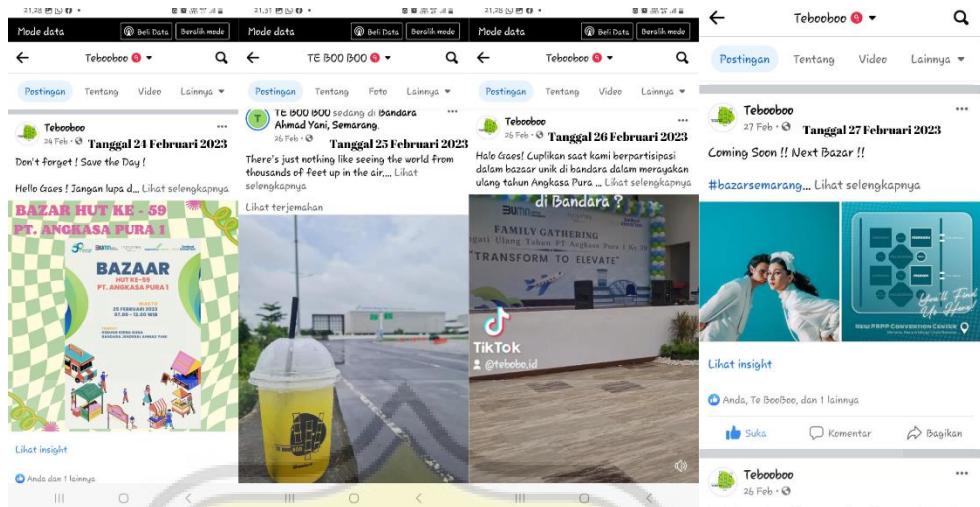
c. Konten *Facebook* pada tanggal 17 - 23 Februari 2023





Gambar 4.9 Konten Facebook pada tanggal 17 - 23 Februari 2023

d. Konten Facebook pada tanggal 24 Februari - 28 Maret 2023



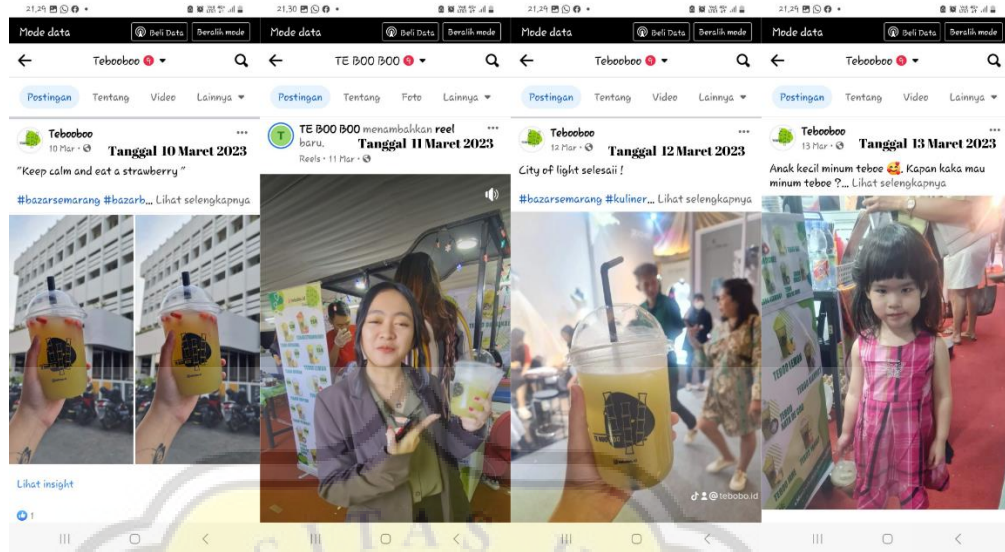
Gambar 5.0 Konten Facebook pada tanggal 24 Februari - 28 Maret 2023  
e. Konten Facebook pada tanggal 3 Maret - 9 Maret 2023



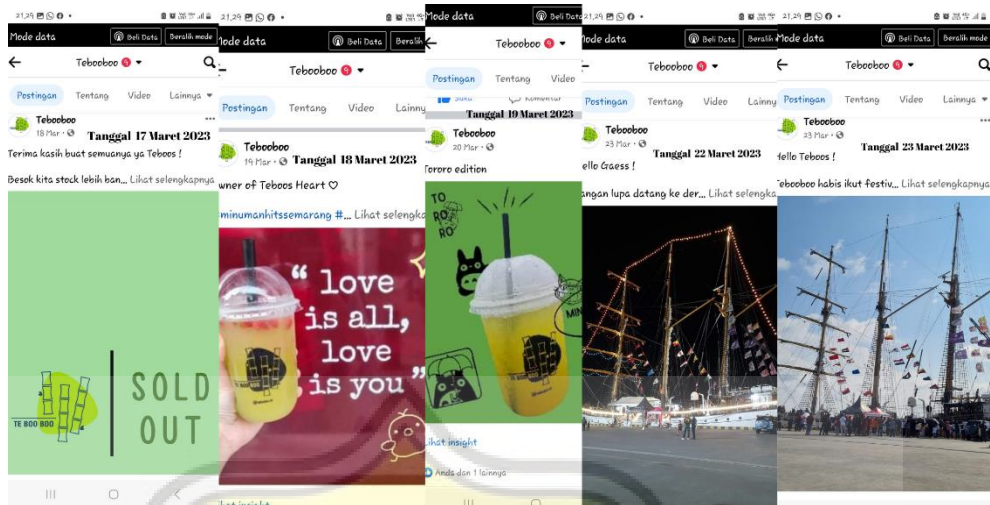
Gambar 5.1 Konten Facebook pada tanggal 3 Maret - 9 Maret 2023

f. Konten Facebook pada tanggal 10 - 16 Maret 2023





Gambar 5.2 Konten Facebook pada tanggal 10 - 16 Maret 2023  
 g. Konten Facebook pada tanggal 17 - 23 Maret 2023



Gambar 5.3 Konten Facebook pada tanggal 17 - 23 Maret 2023

h. Konten Facebook pada tanggal 24 - 30 Maret 2023



Gambar 5.4 Konten Facebook pada tanggal 24 - 30 Maret 2023

Berikut ditabulasikan laporan *omzet* penjualan pada 2 Maret 2023, 30 Maret 2023, dan kaitan antara *engagement rate* media sosial dan laporan *omzet* penjualan serta *followers* media sosial.

Tanggal	<i>Omzet</i> Penjualan
3 Februari 2023	Rp100,000
4 Februari 2023	Rp30,000
5 Februari 2023	Rp60,000
6 Februari 2023	Rp0
7 Februari 2023	Rp50,000
8 Februari 2023	Rp10,000
9 Februari 2023	Rp10,000
10 Februari 2023	Rp166,000
11 Februari 2023	Rp201,000
12 Februari 2023	Rp195,000
13 Februari 2023	Rp0
14 Februari 2023	Rp150,000
15 Februari 2023	Rp170,000
16 Februari 2023	Rp140,000
17 Februari 2023	Rp100,000
18 Februari 2023	Rp124,000
19 Februari 2023	Rp200,000
20 Februari 2023	Rp0
21 Februari 2023	Rp50,000
22 Februari 2023	Rp30,000
23 Februari 2023	Rp10,000
24 Februari 2023	Rp74,000
25 Februari 2023	Rp284,000
26 Februari 2023	Rp1,500,000
27 Februari 2023	Rp82,000
28 Februari 2023	Rp0
1 Maret 2023	Rp250,000
2 Maret 2023	Rp100,000

Tabel 2.8 Laporan *Omzet* Penjualan pada tanggal 2 Maret 2023

Tanggal	<i>Omzet</i> Penjualan
---------	------------------------



3 Maret 2023	Rp350,000
4 Maret 2023	Rp353,000
5 Maret 2023	Rp160,000
6 Maret 2023	Rp0
7 Maret 2023	Rp50,000
8 Maret 2023	Rp60,000
9 Maret 2023	Rp50,000
10 Maret 2023	Rp120,000
11 Maret 2023	Rp293,000
12 Maret 2023	Rp3,000,000
13 Maret 2023	Rp0
14 Maret 2023	Rp100,000
15 Maret 2023	Rp150,000
16 Maret 2023	Rp100,000
17 Maret 2023	Rp154,000
18 Maret 2023	Rp219,000
19 Maret 2023	Rp227,000
20 Maret 2023	Rp0
21 Maret 2023	Rp1,900,000
22 Maret 2023	Rp2,862,000
23 Maret 2023	Rp595,000
24 Maret 2023	Rp118,000
25 Maret 2023	Rp394,000
26 Maret 2023	Rp104,000
27 Maret 2023	Rp0
28 Maret 2023	Rp150,000
29 Maret 2023	Rp100,000
30 Maret 2023	Rp200,000

Tabel 2.9 Laporan *Omzet* Penjualan pada tanggal 30 Maret 2023

Tanggal	<i>Engagement Rate Instagram</i>	<i>Followers Instagram</i>	<i>Engagemet Rate Tiktok</i>	<i>Followes Tiktok</i>	<i>Engagement Rate Facebook</i>	<i>Followers Facebook</i>	Laporan <i>Omzet</i> Penjualan
3 Februari 2023	1.18	424	72.73	11	66.67	3	Rp100,000
4 Februari 2023	0.94	424	54.55	11	33.33	3	Rp30,000
5 Februari	0.94	424	90.91	11	66.67	3	Rp60,000

2023							
6 Februari 2023	1.18	424	27.27	11	33.33	3	Rp0
7 Februari 2023	1.18	424	45.45	11	0.00	3	Rp50,000
8 Februari 2023	4.72	424	72.73	11	33.33	3	Rp10,000
9 Februari 2023	1.89	424	63.64	11	0.00	3	Rp10,000
10 Februari 2023	1.42	424	27.27	11	0.00	3	Rp166,000
11 Februari 2023	2.36	424	45.45	11	100.00	3	Rp201,000
12 Februari 2023	2.36	424	36.36	11	0.00	3	Rp195,000
13 Februari 2023	1.89	424	18.18	11	33.33	3	Rp0
14 Februari 2023	3.54	424	18.18	11	0.00	3	Rp150,000
15 Februari 2023	1.18	424	18.18	11	33.33	3	Rp170,000
16 Februari 2023	1.42	424	72.73	11	33.33	3	Rp140,000
17 Februari 2023	0.71	424	27.27	11	0.00	3	Rp100,000
18 Februari 2023	0.94	424	36.36	11	0.00	3	Rp124,000
19 Februari 2023	0.71	424	45.45	11	33.33	3	Rp200,000
20 Februari 2023	2.12	424	9.09	11	33.33	3	Rp0
21 Februari 2023	2.12	424	36.36	11	33.33	3	Rp50,000
22 Februari 2023	1.42	424	36.36	11	33.33	3	Rp30,000
23 Februari 2023	1.42	424	9.09	11	0.00	3	Rp10,000
24 Februari 2023	0.71	424	36.36	11	33.33	3	Rp74,000
25 Februari 2023	1.18	424	27.27	11	0.00	3	Rp284,000
26 Februari 2023	2.83	424	218.18	11	0.00	3	Rp1,500,000
27 Februari 2023	1.18	424	27.27	11	33.33	3	Rp82,000
28 Februari 2023	1.65	424	22.22	36	33.33	3	Rp0
1 Maret 2023	1.18	424	36.36	11	33.33	3	Rp250,000
2 Maret 2023	1.65	424	45.45	11	33.33	3	Rp100,000
Total	1.64		45.60		26.19		Rp4,086,000

Tabel 3.0 *Engagement Rate* Media Sosial dan Laporan *Omzet* Penjualan pada tanggal 2 Maret 2023

Tanggal Postingan	<i>Engagement Rate Instagram</i>	<i>Followerst Instagram</i>	<i>Engagement Rate Tiktok</i>	<i>Followers Tiktok</i>	<i>Engagement Rate Facebook</i>	<i>Followers Facebook</i>	Omzet Penjualan
3 Maret 2023	3.23	433	56.25	16	66.67	3	Rp350,000
4 Maret 2023	2.77	433	56.25	16	66.67	3	Rp353,000
5 Maret 2023	3.00	433	62.5	16	66.67	3	Rp160,000
6 Maret 2023	3.23	433	50	16	33.33	3	Rp0
7 Maret 2023	3.00	433	62.5	16	0.26	382	Rp50,000
8 Maret 2023	3.00	433	43.75	16	33.33	382	Rp60,000
9 Maret 2023	3.00	433	56.25	16	33.33	382	Rp50,000
10 Maret 2023	3.46	433	56.25	16	33.33	3	Rp120,000
11 Maret 2023	41.11	433	75	16	0.79	382	Rp293,000
12 Maret 2023	3.00	433	50	16	33.33	382	Rp3,000,000
13 Maret 2023	3.93	433	62.5	16	66.67	382	Rp0
14 Maret 2023	3.00	433	56.25	16	66.67	382	Rp100,000
15 Maret 2023	3.46	433	43.75	16	0.52	3	Rp150,000
16 Maret 2023	2.77	433	56.25	16	66.67	382	Rp100,000
17 Maret 2023	2.54	433	68.75	16	66.67	382	Rp154,000
18 Maret 2023	3.46	433	81.25	16	100.00	382	Rp219,000
19 Maret 2023	3.23	433	50	16	66.67	3	Rp227,000
20 Maret 2023	0.00	433	0	16	0.00	3	Rp0
21 Maret 2023	0.00	433	0	16	0.00	3	Rp1,900,000
22 Maret 2023	4.16	433	50	16	66.67	3	Rp2,862,000
23 Maret 2023	4.16	433	62.5	16	33.33	3	Rp595,000
24 Maret 2023	3.46	433	68.75	16	66.67	3	Rp118,000
25 Maret 2023	3.46	433	50	16	33.33	3	Rp394,000
26 Maret 2023	3.46	433	112.5	16	33.33	3	Rp104,000
27 Maret 2023	3.70	433	56.25	16	33.33	3	Rp0
28 Maret 2023	4.16	433	25	16	33.33	3	Rp150,000
29 Maret 2023	14.63	205	33.33	36	33.33	3	Rp100,000
30 Maret 2023	13.17	205	68.75	16	0.00	3	Rp200,000
Total	5.20		54.09		40.53		Rp11,809,000

Tabel 3.1 *Engagement Rate* Media Sosial dan Laporan *Omzet* Penjualan pada tanggal 30 Maret 2023

Tanggal	<i>Followers Instagram</i>	<i>Followers Tiktok</i>	<i>Followers Facebook</i>
3 Februari 2023	424	11	3
4 Februari 2023	424	11	3
5 Februari 2023	424	11	3
6 Februari 2023	424	11	3
7 Februari 2023	424	11	3
8 Februari 2023	424	11	3
9 Februari 2023	424	11	3
10 Februari 2023	424	11	3
11 Februari 2023	424	11	3
12 Februari 2023	424	11	3
13 Februari 2023	424	11	3
14 Februari 2023	424	11	3
15 Februari 2023	424	11	3
16 Februari 2023	424	11	3
17 Februari 2023	424	11	3
18 Februari 2023	424	11	3
19 Februari 2023	424	11	3
20 Februari 2023	424	11	3
21 Februari 2023	424	11	3
22 Februari 2023	424	11	3
23 Februari 2023	424	11	3
24 Februari 2023	424	11	3
25 Februari 2023	424	11	3
26 Februari 2023	424	11	3
27 Februari 2023	424	11	3
28 Februari 2023	424	36	3
1 Maret 2023	424	11	3
2 Maret 2023	424	11	3
3 Maret 2023	433	16	3
4 Maret 2023	433	16	3
5 Maret 2023	433	16	3
6 Maret 2023	433	16	3
7 Maret 2023	433	16	382
8 Maret 2023	433	16	382
9 Maret 2023	433	16	382
10 Maret 2023	433	16	3
11 Maret 2023	433	16	382
12 Maret 2023	433	16	382
13 Maret 2023	433	16	382
14 Maret 2023	433	16	382

15 Maret 2023	433	16	3
16 Maret 2023	433	16	382
17 Maret 2023	433	16	382
18 Maret 2023	433	16	382
19 Maret 2023	433	16	3
20 Maret 2023	433	16	3
21 Maret 2023	433	16	3
22 Maret 2023	433	16	3
23 Maret 2023	433	16	3
24 Maret 2023	433	16	3
25 Maret 2023	433	16	3
26 Maret 2023	433	16	3
27 Maret 2023	433	16	3
28 Maret 2023	433	16	3
29 Maret 2023	205	36	3
30 Maret 2023	205	16	3

Tabel 3.2 *Followers* Media Sosial

Dari hasil penelitian dan pembahasan diketahui bahwa strategi terbaik untuk meningkatkan *brand awareness* Te Boo Boo melalui *digital marketing* media sosial berturut-turut ialah menggunakan selebgram, memakai konten yang menarik di media sosial misalnya lagu tertentu yang sedang *trending*, dan menggunakan menggunakan *social media ads*. Hal-hal tersebut dapat berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *engagement rate* dan *omzet* penjualan.

Meskipun telah diterapkan strategi-strategi di atas, namun terdapat kendala-kendala yang menyebabkan penurunan *engagement rate* Te Boo Boo. Pada tanggal 20 - 21 Maret 2023 per-30 Maret 2023 sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 3.3, terdapat penurunan *engagement rate* Te Boo Boo di media sosial.

Tanggal Postingan	<i>Engagement Rate Instagram</i>	<i>Followers Instagram</i>	<i>Engagement Rate Tiktok</i>	<i>Followers Tiktok</i>	<i>Engagement Rate Facebook</i>	<i>Followers Facebook</i>
20 Maret 2023	0.00	433	0	16	0.00	3
21 Maret 2023	0.00	433	0	16	0.00	3

Tabel 3.3 Penurunan *Engagement Rate* dari tanggal 20 - 21 Maret 2023



Dalam penelusuran ditemukan bahwa penurunan ini disebabkan oleh akun yang di-*hack* dan ketidakstabilan jaringan pada saat *memposting* konten Te Boo Boo.

