

# PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MELALUI KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PT AQS GROUP INDONESIA

Satya Dwi Laksmiana<sup>1</sup>, Noor Hasyim<sup>2</sup>

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

E-mail : 114202003548@mhs.dinus.ac.id, noor.hasyim@dsn.dinus.ac.id

## INFO ARTIKEL

### Riwayat Artikel :

Diterima : 3 Agustus 2024

Disetujui : 4 September 2024

### Kata Kunci :

PT AQS Group Indonesia, konten Instagram, media promosi, brand awareness

## ABSTRAK

PT AQS Group Indonesia adalah salah satu produsen briket tempurung kelapa di Indonesia yang saat ini sedang berupaya membuat promosi karena kurangnya brand awareness dari pasar internasional. Salah satu media yang paling banyak digunakan secara global adalah media sosial Instagram. Oleh karena itu PT AQS Group Indonesia memerlukan perancangan konten Instagram untuk halaman sosial media Instagramnya. Penelitian untuk perancangan ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui proses wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan teknik SWOT dan dilanjutkan perancangan menggunakan metode 5 fase desain grafis Robin Landa. Penelitian ini menghasilkan konten Instagram berupa desain feed dan desain story Instagram dengan fokus utama konten yaitu mengenai proses produksi, kualitas produk, bahan baku, serta pengalaman saat menggunakan produk.

## ARTICLE INFO

### Article History :

Received : August 3, 2024

Accepted : September 4, 2024

### Keywords:

PT AQS Group Indonesia, Instagram content, promotional media, brand awareness

## ABSTRACT

*PT AQS Group Indonesia is one of the coconut shell briquette producers in Indonesia that is currently trying to make promotions due to the lack of its brand awareness in the international market. One of the most widely used media globally is Instagram social media. Therefore, PT AQS Group Indonesia needs to design Instagram content for its Instagram social media page. The research for this design uses qualitative research methods through interviews, observation, and documentation. The data was then analyzed using SWOT techniques and continued to design using Robin Landa's 5-phase graphic design method. This research resulted in Instagram content in the form of feed design and Instagram story design with the focus of the content being the production process, product quality, raw materials, and experience when using the product.*

## 1. PENDAHULUAN

Penggunaan sumber energi alternatif sebagai pengganti sumber energi konvensional merupakan isu yang selalu santer terdengar dari tahun ke tahun. Hal ini terjadi karena adanya isu kerusakan lingkungan yang dihasilkan oleh energi konvensional. Sumber energi alternatif merupakan sumber energi terbarukan yang hampir tidak mengandung polusi dan merupakan energi pengganti sumber energi fosil. Salah satu jenis sumber energi alternatif yang banyak dikembangkan dan digunakan di Indonesia karena ketersediaan bahan baku yang berlimpah adalah biomassa. Tempurung kelapa merupakan hasil sampingan atau limbah yang dihasilkan dari industri pengolahan kelapa. Namun, tempurung kelapa juga dapat dimanfaatkan kembali untuk menjadi arang briket.

PT AQS Group Indonesia adalah salah satu perusahaan yang memproduksi briket tempurung kelapa di Indonesia. Perusahaan yang memiliki kantor pusat di Dubai, Uni Emirat Arab ini memiliki pabrik yang memproduksi briket tempurung kelapa yang bertempat di Karanganyar, Solo. PT AQS Group Indonesia mengklaim bahwa produk briket yang mereka produksi merupakan sebuah karya seni yang tercipta dari gabungan antara kekayaan alam yang dimiliki oleh Indonesia dan pemikiran kolektif para pelaku Industri. PT AQS Group Indonesia memiliki misi untuk melampaui persaingan bisnis baik di dalam negeri maupun secara global.

Saat ini PT AQS Group Indonesia sedang berupaya untuk meningkatkan *brand awareness* dari target klien mereka di pasar global. Pabrik dari PT AQS Group Indonesia yang mulai beroperasi sejak tahun 2021 masih terhitung cukup baru. Oleh karena itu masih terdapat peluang bagi klien untuk mengembangkan cakupan bisnisnya lebih luas dari saat ini. Jika dilihat dari piramida *brand awareness* menurut Durianto, saat ini produk dari PT AQS Group Indonesia masih berada di tingkat kedua yaitu *brand recognition*. Hal ini berarti produk tersebut sudah cukup dikenali namun belum menjadi opsi utama dari calon konsumen. PT AQS Group Indonesia masih memiliki peluang untuk mencapai tingkatan selanjutnya yaitu *brand recall*.

Perancangan ini diperlukan karena belum cukupnya awareness dari pasar internasional. Hal tersebut dapat dilihat dari engagement rate Instagram PT AQS Group Indonesia yang hanya sebesar 3,31% dimana statistik pengikut masih didominasi oleh pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 59% dan pengikut dari negara lain sebanyak 36%. Sementara itu sisanya sebanyak 5% merupakan akun-akun yang terkait dengan briket, arang, serta shisha. Hal ini menjadi masalah karena masih kurangnya atensi dari para audiens internasional.

Pada era digitalisasi saat ini sosial media merupakan cara yang paling instan untuk menggapai perhatian global. Salah satu sosial media yang paling banyak digunakan di dunia adalah Instagram. PT AQS Group Indonesia memiliki halaman Instagram yang mulai beroperasi sejak awal tahun 2022. Isi konten yang dibagikan di halaman Instagram tersebut di antaranya yaitu pengenalan mengenai briket tempurung kelapa serta kelebihanannya, produksi briket tempurung kelapa di Indonesia, serta lowongan kerja yang ditawarkan oleh PT AQS Group Indonesia.

Interval pengunggahan sebuah postingan di halaman Instagram ini bervariasi mulai dari dua hari hingga satu bulan. Hal yang sama juga terjadi pada unggahan story dimana dalam suatu waktu terdapat beberapa story yang di unggah dalam satu hari namun tidak jarang juga tidak adanya unggahan story yang dilakukan selama beberapa hari. Oleh karena itu diperlukan adanya suatu perancangan yang lebih terstruktur untuk membuat halaman Instagram PT AQS Group Indonesia lebih terlihat tersusun dengan baik dari segi tampilan visual, copy writing, isi konten, serta jadwal upload yang lebih teratur.

## 2. METODE

Perancangan ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dan mendalam untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam perancangan media promosi PT AQS Group Indonesia ini. Pada wawancara yang dilakukan untuk mendapatkan data-data mengenai PT AQS Group Indonesia, melibatkan direktur dari PT AQS Group Indonesia yaitu Bassel Saleh. Selain dari wawancara, data-data juga didapatkan dari proses observasi dan dokumentasi langsung

di pabrik yang terletak di Karanganyar, Jawa Tengah serta studi pustaka dari internet, buku, dan jurnal sebagai data pelengkap seperti referensi dan statistik.

Data-data yang sudah didapatkan tersebut akan dianalisis menggunakan metode analisis SWOT. Metode ini dipilih untuk dapat mengenali brand klien dengan lebih baik dengan mengetahui kelebihan serta kekurangannya, peluang yang dapat dicapai, serta ancaman dari kompetitor. Dari metode ini nantinya akan dihasilkan strategi yang dinilai paling efektif dalam perancangan ini.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. data perusahaan

PT AQS Group Indonesia merupakan perusahaan yang berfokus untuk memproduksi briket tempurung kelapa di Indonesia dan memasarkan produknya secara global. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT AQS Group Indonesia masih dilakukan dengan menggunakan halaman Instagram mereka. Halaman Instagram PT AQS Group Indonesia @aqsgroup.id memiliki 3.397 pengikut dengan 22 postingan dibagikan. Hampir seluruh feed yang dibagikan hanya berupa foto tertentu dan copywriting hanya ada pada bagian caption. Pada fitur story halaman ini membagikan update pembangunan pabrik serta proses produksi yang terjadi.

Terdapat 2 jenis briket tempurung kelapa yang diproduksi di PT AQS Group Indonesia di pabrik yang terletak di Karanganyar, Jawa Tengah sesuai kegunaannya yaitu untuk shisha dan barbeque. Keduanya berbeda secara fisik, kegunaan, dan lamanya waktu pembakaran. PT AQS Group Indonesia mendapatkan bahan baku tempurung kelapa dari Sulawesi, Indonesia. Beberapa provinsi di Pulau Sulawesi merupakan produsen kelapa tertinggi di Indonesia sehingga hal tersebut memungkinkan PT AQS Group Indonesia untuk mendapatkan bahan baku dengan kualitas terbaik.

Briket yang diproduksi oleh PT AQS Group Indonesia diproduksi dengan teknologi modern dan lebih menysasar pasar internasional terutama negara-negara timur tengah seperti Uni Emirat Arab, Oman, dan Iran. Hal ini menyebabkan produk ini memiliki harga yang lebih kompetitif di pasar internasional. Untuk produk Coco Army dan Coco Taxi dijual dengan harga 75.000 rupiah untuk kemasan 72 pcs dan 25.000 untuk kemasan 18 pcs.

Perusahaan ini dikelola oleh PT AQS Group dengan Direktur bernama Bassel Saleh yang berasal dari Lebanon. Pada pabrik ini terdapat sekitar 200 karyawan. Kapasitas Pabrik ini sekitar 2,2 Ton perjam atau hampir sekitar 20 Ton perharinya. Terdapat beberapa proses tahapan produksi briket tempurung kelapa yang dilakukan di pabrik ini dimulai dari proses pembersihan bahan baku tempurung kelapa, proses extrusion, Cutting, Milling, Coolant, Mixing, Blending, Weathering, hingga proses packing dan pengiriman. Proses dilakukan dengan menggunakan mesin modern dengan dibantu tenaga manusia untuk beberapa bagian seperti proses packing. Briket tempurung kelapa hasil produksi PT AQS Group Indonesia memiliki beberapa standarisasi seperti residu asap yang minimum, lama pembakaran selama 2 jam untuk briket shisha dan 5 jam untuk briket barbeque, tidak berbau dan tidak berasa, panas pembakaran yang konsisten, hanya menghasilkan asap tipis, dan potongan briket yang baik.



Gambar 1.1. Physical Evidence PT AQS Group Indonesia  
[Sumber: penulis]

### 3.2. Data Kompetitor

#### A. Glowing Charcoal Indonesia

Halaman Instagram @glowingcharcoal.id menjadi media bagi Glowing Charcoal Indonesia untuk memperkenalkan produk mereka. Konten-konten yang dibagikan berupa footage proses produksi dengan penjelasan spesifikasi produk di bagian caption. Instagram Glowing Charcoal Indonesia memiliki 1.629 pengikut dengan postingan feed berjumlah 332 postingan. Beberapa konten yang dibagikan pada halaman Instagram ini yaitu footage proses produksi, pengangkutan, dan produk yang ditawarkan.

Glowing Charcoal Indonesia memiliki pabrik yang digunakan untuk proses produksi briket tempurung kelapa yang terletak di jalan DR. Ide Anak Agung Gede Agung, Kuningan, Kuningan Tim., Kecamatan Setiabudi, Jakarta. Pabrik ini dapat memproduksi 30 Ton briket perhari.

Glowing Charcoal Indonesia memproduksi briket tempurung kelapa yang diperuntukkan untuk shisha untuk brand Al-Ameer Coconut Charcoal. Produk ini banyak dipasarkan di negara timur tengah seperti Bahrain. Untuk satu kotak Al-Ameer Coconut Charcoal dengan berat satu kilogram yang berisi 72 pcs briket dihargai dengan 50.000 rupiah.



Gambar 1.2. Physical Evidence Glowing Charcoal Indonesia  
[Sumber: instagram]

#### B. PT Digdaya Berkah Indonesia

Halaman Instagram ini memiliki 498 pengikut dan 59 postingan diunggah. Beberapa isi konten yang dibagikan pada halaman instagram ini yaitu pengenalan produk dan spesifikasi yang ditawarkan, edukasi mengenai briket tempurung kelapa, proses produksi, dan kegiatan di pabrik.

PT Digdaya Berkah Indonesia memproduksi beberapa jenis briket tempurung kelapa yang diperuntukkan untuk keperluan yang berbeda dengan spesifikasi yang berbeda pula. Ketiganya juga memiliki nama merek yang berbeda yaitu Han Coco, HJ Coco, dan Jo Coco. HJ Coco yang merupakan briket untuk shisha yang dijual dalam ukuran 1 kg berisi 72 pcs yang seharga 80.000 rupiah.

Pabrik milik PT Digdaya Berkah Indonesia yang beroperasi untuk memproduksi briket tempurung kelapa terletak di Jalan Kebonanigoro Rt.05/Rw Desa Bener Kec. Tenganan Kabupaten Semarang, Jawa Tengah - Indonesia. Proses produksi yang berjalan di pabrik ini merupakan kobinasi antara mesin dan tenaga manusia. Beberapa proses seperti mixing dan pencetakan menggunakan mesin sedangkan proses lainnya seperti pengemasan dan pemotongan menggunakan tenaga manusia.



Gambar 1.3. Physical Evidence PT Digdaya Berkah Indonesia  
[Sumber: instagram]

### 3.3. Analisis SWOT

Tabel 1.1 Matriks SWOT  
[Sumber: penulis]

PT AQS GROUP INDONESIA	OPPORTUNITIES	THREATS
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pabrik yang menggunakan mesin modern dengan melibatkan pekerja profesional untuk memproduksi briket berkualitas.</li> <li>2. Penggunaan tempurung kelapa sebagai bahan dasar untuk menarik perhatian terhadap penggunaan energi alternatif di pasar internasional</li> <li>3. Penggunaan tempurung kelapa sebagai bahan dasar</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya produk kompetitor yang memiliki harga lebih rendah.</li> <li>2. Adanya kompetitor yang memiliki kapasitas produksi yang lebih besar.</li> </ol>

	untuk menarik perhatian terhadap penggunaan energi alternatif di pasar internasional	
<b>STRENGTH</b>	<b>S - O</b>	<b>S – T</b>
<p>1. Produksi menggunakan mesin modern dan campuran bahan yang unik berstandar tinggi menghasilkan produk berkualitas</p> <p>2. Kualitas produk dengan campuran tertentu menghasilkan kelebihan seperti residu asap yang minimum, pembakaran lebih lama, tidak berbau dan tidak berasa, panas yang konsisten, dan menghasilkan asap t ipis.</p>	<p>1. Pabrik yang menggunakan mesin modern dan melibatkan para pekerja profesional dapat menciptakan proses yang menghasilkan produk terbaik dengan campuran bahan bahan tertentu. (S1- O1)</p> <p>2. Penggunaan bahan dasar tempurung kelapa pilihan untuk menciptakan kualitas produk terbaik. ( S2 – O2)</p>	<p>1. Harga yang cenderung mahal di tutupi dengan hasil produksi yang menghasilkan produk yang premium dengan kualitas tinggi. (S1 – T 1)</p> <p>2. Pembangunan citra brand bahwa klien mengutamakan kualitas produk dibandingkan kuantitasnya. (S1 – T2)</p>
<b>WEAKNESS</b>	<b>W - O</b>	<b>W - T</b>
<p>1. Harga jual poduk yang cenderung mahal karena mengikuti nilai tukar negara timur tengah seperti UEA.</p>	<p>1. Menampilkan briket yang memiliki kualitas tinggi sebagai energi alternatif yang</p>	<p>1. Proses produksi dan harga yang tinggi merupakan hasil dari proses yang menggunakan</p>

<p>2. Pabrik yang baru beroperasi dapat menimbulkan rasa kurang percaya dari target konsumen.</p>	<p>merupakan produk dari klien untuk meningkatkan kepercayaan konsumen di pasar Internasional. (W2 – O2)</p> <p>2. Harga yang ada sepadan dengan experience yang didapatkan saat memakai produk briket ini. (W1 – O3)</p>	<p>teknologi terbaru yang menghasilkan produk berkualitas tinggi. (W1 – T2)</p>
---	---	---

Berdasarkan analisis dan matriks SWOT yang telah dipaparkan dengan mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan dari klien, pada perancangan media promosi ini penulis memilih untuk menerapkan strategi (S1 - T1) dimana tema yang diangkat akan membahas mengenai kualitas dari produk, (S1 – O1) yang akan membahas mengenai proses produksi dan lingkup pabrik, (S2 – O2) untuk membahas pemilihan bahan baku tempurung kelapa, dan (W1 – O3) yang akan memberikan pembahasan mengenai experience dari penggunaan produk briket.

### 3.4. Metode Perancangan

#### A. Orientation

PT AQS Group Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang memproduksi arang briket dari tempurung kelapa dengan pabrik yang terletak di Karanganyar, Jawa Tengah. Pabrik ini mulai beroperasi sejak tahun 2022. Terdapat 2 jenis briket yang diproduksi oleh PT AQS Group Indonesia yaitu briket shisha dan briket barbeque.

Produk briket tempurung kelapa yang diproduksi oleh PT AQS Group Indonesia dipasarkan secara global. Oleh sebab itu PT AQS Group Indonesia memerlukan adanya suatu promosi yang dapat mencakup target pasar tersebut. Instagram merupakan media yang dipilih untuk mempromosikan brand dari PT AQS Group Indonesia. Hal ini dikarenakan media digital seperti Instagram dikenal secara luas di seluruh dunia dengan lebih dari 147 juta pengguna aktif.

Halaman Instagram PT AQS Group Indonesia saat ini masih memiliki konten yang belum terstruktur dengan baik dari segi konten, visual, maupun jadwal uploadnya. Nantinya konten yang akan dirancang akan menunjukkan kelebihan yang dimiliki oleh PT AQS Group Indonesia baik dari brand, proses produksi, hingga produk yang dihasilkan.

#### B. Analysis and Strategy

Produk yang diproduksi oleh PT AQS Group Indonesia memiliki beberapa kelebihan seperti proses produksi yang dilakukan di pabrik modern yang menghasilkan produk yang berkualitas. Selain itu campuran bahan yang dipakai juga menambah kualitas dari hasil produksi. Perancangan media promosi ini akan memfokuskan konten mengenai kualitas produk, bahan baku tempurung kelapa, proses yang terjadi di pabrik, serta experience yang didapatkan oleh pengguna.



### C. Concepts

#### 1. Strategi Promosi

Strategi promosi yang akan dilakukan nantinya akan menggunakan media sosial Instagram berupa konten feed dan story. Promosi nantinya akan dilakukan dengan teknik soft selling.

#### 2. Strategi Media

Perancangan ini menggunakan media sosial Instagram sebagai medianya. Hasil perancangan berupa desain feed dan story Instagram

#### 3. Strategi Kreatif

konten Instagram yang akan dirancang akan berfokus untuk memperkenalkan hal-hal seputar PT AQS Group Indonesia. Hal-hal tersebut yaitu kualitas produk yang ditawarkan, bahan dasar pilihan yang di dapatkan dari Pulau Sulawesi, proses produksi yang terjadi di pabrik, dan Experience yang di dapatkan oleh pengguna saat memakai produk.

#### 4. Program Kreatif

Tema pesan yang akan digunakan pada perancangan ini akan berfokus pada pengenalan PT AQS Group Indonesia. Pesan-pesan yang akan disampaikan yaitu mengenai poses produksi, kualitas, proses, dan experience dari produk PT AQS Group Indonesia. Isi pesan yang disampaikan pada perancangan desain ini yaitu dengan menggunakan pendekatan preemptive dengan menunjukkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh PT AQS Group Indonesia serta hasil produksinya.

Pesan yang akan disampaikan nantinya akan berfokus pada proses, bahan baku, kualitas, dan experience yang di tawarkan oleh PT AQS Group Indonesia baik dari lingkup brand, proses produksi, serta produk yang dihasilkan. Pesan tersebut nantinya akan divisualisasikan sesuai dengan konsep visual yang akan ditentukan dengan menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa internasional sesuai dengan target audiens yang ingin dicapai serta dengan menampilkan elemen visual berupa image yang relevan dengan copywriting nya.

Daya tarik pesan yang digunakan yaitu dengan daya tarik rasional. Hal-hal yang ditunjukkan seperti informasi mengenai brand dan kualitas produk serta bahan baku dan experience yang di dapatkan akan ditampilkan akan menjadi fokus utama dalam menarik minat audiens.

Pada perancangan ini visual akan menampilkan kesan yang modern serta premium. Pemilihan warna dan elemen visual disesuaikan dengan kesan modern premium yang ditampilkan.

#### 5. Konsep Visual

Tema visual yang akan ditampilkan dalam perancangan ini yaitu dengan menggunakan tema modern premium. Warna utama yang akan menjadi latar belakang yaitu putih yang terkesan modern dan kontras dengan produk briket serta bagian copy yang berwarna coklat keemasan untuk menunjukkan sisi premium.

Sementara itu teknik visualisasi pada perancangan ini akan menggunakan latar belakang berwarna putih dengan pattern yang memiliki opacity rendah sebagai aksen. Headline akan ditampilkan di sisi atas dengan warna coklat keemasan serta bodycopy dengan ukuran yang lebih kecil ditempatkan dibawahnya dengan warna coklat solid. Pada bagian tengah ditambahkan image yang relevan dengan copywriting seperti footage proses produksi atau product manipulation.

#### 6. Referensi Desain





Gambar 1.4. Referensi desain  
[Sumber: pinterest]

## D. Desain Development

### 1. Sketsa



Gambar 1.5. Sketsa feed  
[Sumber: penulis]



Gambar 1.6. Sketsa story  
[Sumber: penulis]

## 2. Pengarahan Visual

Font yang digunakan pada perancangan ini adalah Montserrat. Font ini merupakan salah satu jenis font bertipe sans serif. Montserrat memiliki karakteristik tegas dan modern dengan stroke yang cukup kuat sehingga sesuai dengan konsep desain yang diusung yaitu modern dan premium.

**MONTSERAT**  
**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm**  
**NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz**  
**0123456789**

Gambar 1.7. Font Montserrat  
[Sumber: penulis]

Menggunakan 3 warna utama dalam perancangan ini yaitu putih yang digunakan sebagai latar belakang, coklat keemasan sebagai warna copywriting bagian headline, serta coklat tua pada bagian bodycopy.



Gambar 1.8. Palet warna  
[Sumber: penulis]

## E. Implementation

### 1. Desain feed



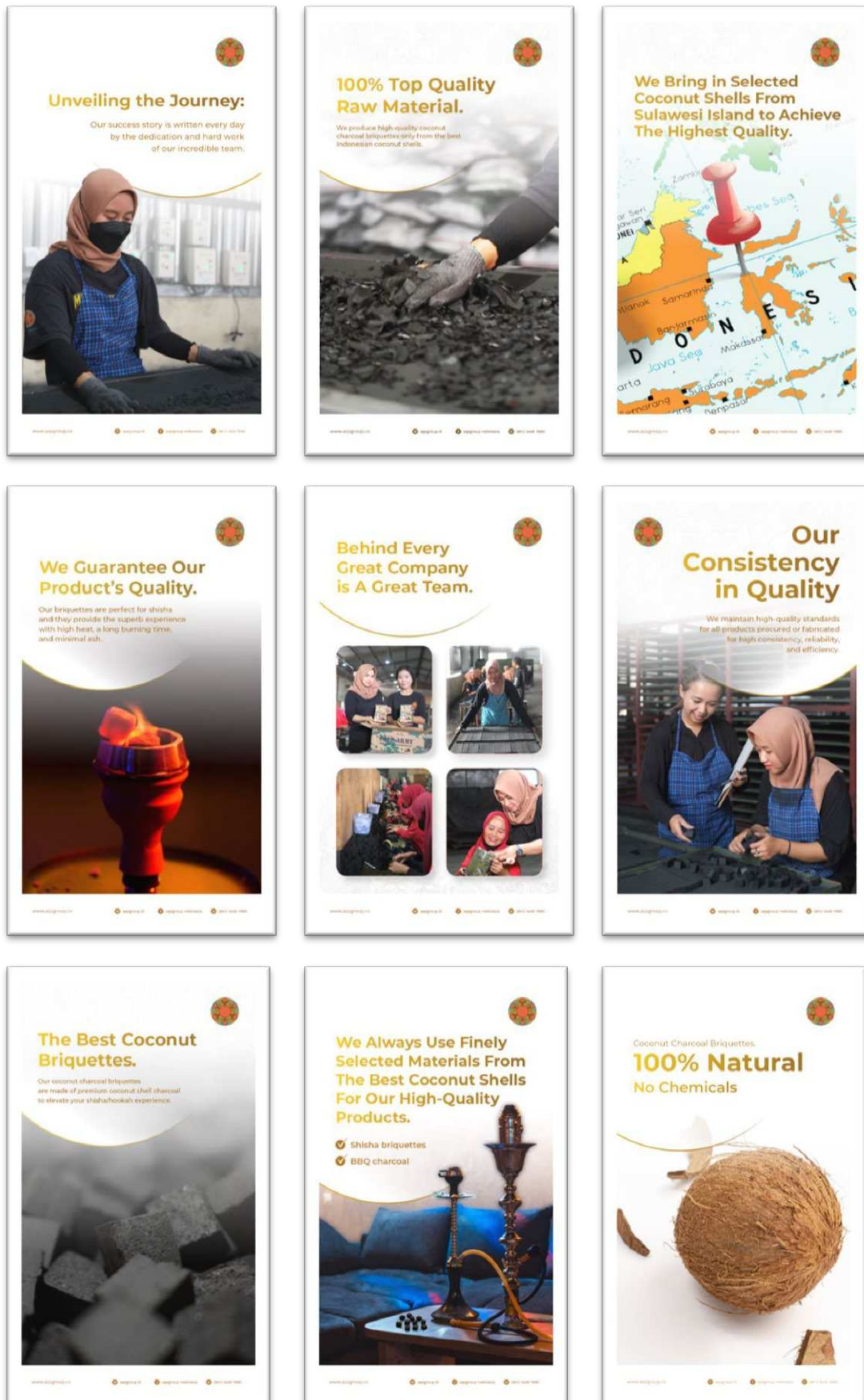


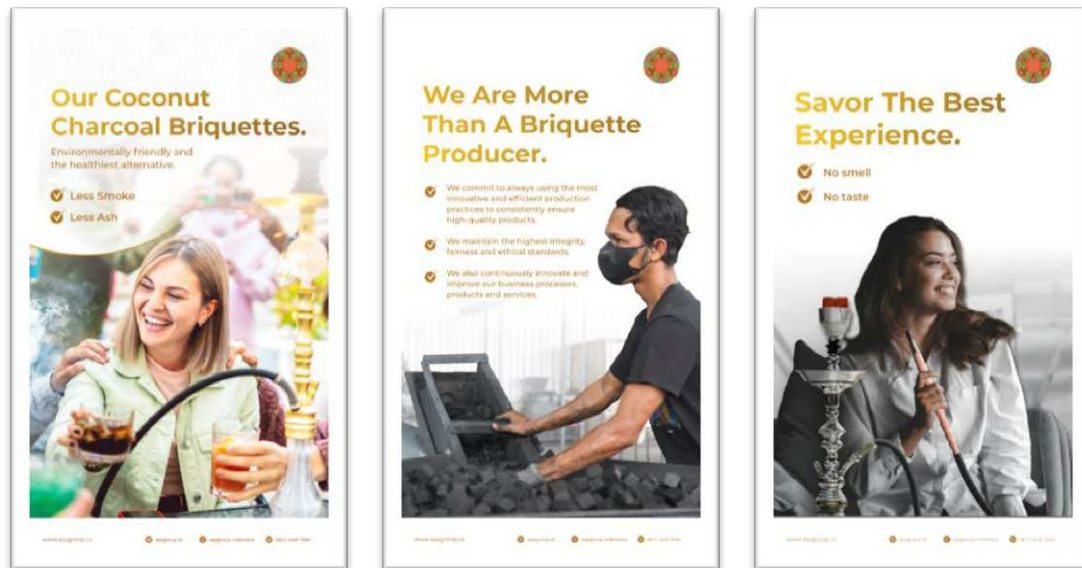
Gambar 1.9. Desain feed  
[Sumber: penulis]

## 2. Desain story



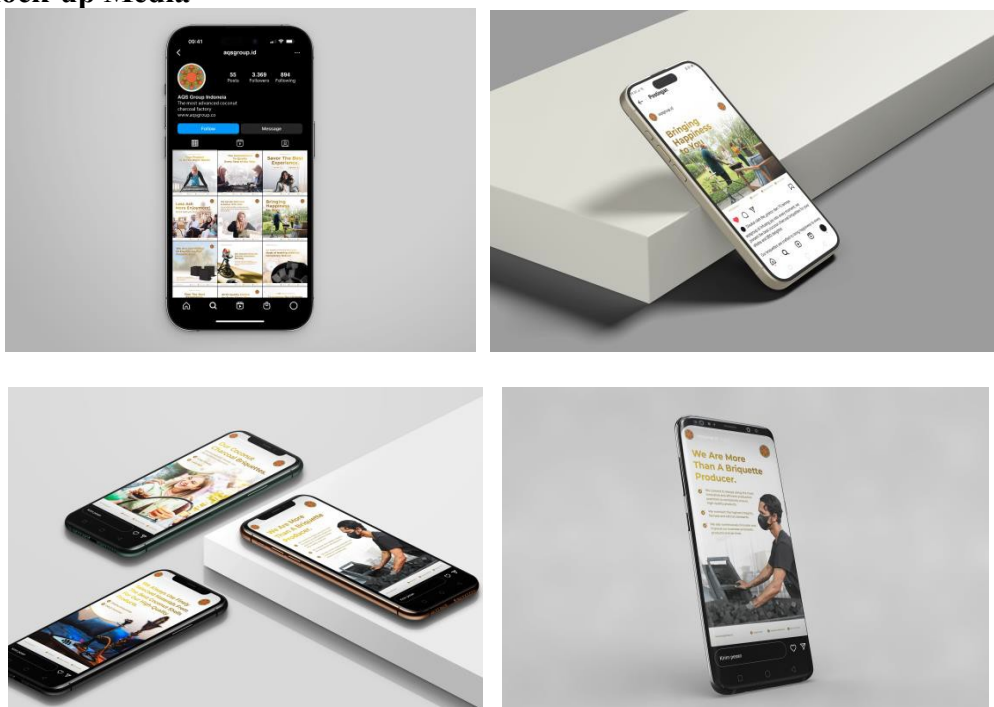






Gambar 1.10. Desain story  
[Sumber: penulis]

### 3.5. Mock-up Media



Gambar 1.11. Mock-up desain  
[Sumber: penulis]

## 4. PENUTUP

### 4.1. Kesimpulan

Perancangan media promosi PT AQS Group Indonesia merupakan sebuah upaya untuk meningkatkan brand awareness target audiens PT AQS Group Indonesia. Pada perancangan ini dipakai media berupa media sosial Instagram yang mampu menggapai pasar secara global. Perancangan yang dibuat berupa Instagram feed dan Instagram story yang akan dipublikasikan melalui halaman Instagram PT AQS Group Indonesia. Melalui serangkaian proses teknis yang

dilakukan menghasilkan total 12 desain feed dan 15 desain story yang akan dipublikasikan selama kurun waktu 3 bulan.

#### 4.2. Saran

Setelah perancangan ini selesai, perlu adanya keberlanjutan yang dilakukan oleh pihak perusahaan untuk terus aktif di media sosial Instagram kedepannya. Diharapkan pula perancangan ini dapat menjadi acuan untuk perancangan sejenis di masa depan

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Anholt, S. (2003). *Brand New Justice. The Upside Of Global Branding*. Elsevier Science & Technology Books.
- Baldwin, C. (2023). *4 Reasons Businesses Should Use Instagram Stories*. WSI.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuistas & Perilaku Merk*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kamalina, A. R. (2021). *Apa Arti Energi Fosil dan Jenis-Jenisnya?* Bisnis.Com.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Pretice Hall.
- Maryono, Sudding, & Rahmawati. (2013). Pembuatan dan Analisis Mutu Briket Arang Tempurung Kelapa Ditinjau dari Kadar Kanji. *Online Journal System UNM*, 14.
- Muhammad, D. R. A., Parnanto, N. H. R., & Widadie, F. (2013). Kajian Peningkatan Mutu Briket Arang Tempurung Kelapa Dengan Alat Pengering Tipe Rak Berbahan Bakar Biomassa The Study Of Quality Improvement Of Charcoal Briquette Made Of Coconut Shell With Biomass-Fuel Tray Dryer. *Teknologi Hasil Pertanian*, VI(1), 23–26. [www.uns.ac.id](http://www.uns.ac.id)
- Novita, D., & Yuliani, N. (2021). Pemanfaatan Instagram di Dalam Mengelola Bisnis Online bagi UMKM Forum Ilmiah. *Forum Ilmiah*, 18(1), 55.
- Rizanty, M. A. (2023). *Produksi Kelapa di Indonesia Sebanyak 2,87 Juta Ton pada 2022*. DataIndonesia.Id.
- Satriawan, N. (2023). *Pengertian Metode Penelitian dan Jenis-jenis Metode Penelitian*. PT Ranah Media Digital. <https://ranahresearch.com/metode-penelitian-dan-jenis-metode-penelitian/>
- Siagian, P., Suleman, N., Asrim, J., Tambi, Widiyanti, S. E., Prihatini, W. O. Z., Budirohmi, A., & Armus, R. (2023). *ENERGI BARU TERBARUKAN SEBAGAI ENERGI ALTERNATIF*. Yayasan Kita Menulis.
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. PT Elex Media Komputindo.
- Susanto, A. (2011). *Perkembangan Anak Usia Dini*. Kencana Prenada.
- Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team* (4th ed.). John Wiley & Sons, Inc.