

## ABSTRAK

Andika Agus Trianto, 2024. Evaluasi Branding Digital Boogie Secondthrift Menggunakan Metode Design Thinking. Skripsi. Sistem Informasi, FT. Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dimas Setiawan, S.Kom.,M.Kom. (II) Hani Atun Mumtahana, S.Kom.,M.Kom

Boogie Secondthrift merupakan sebuah toko fashion yang dijalankan oleh lima orang dan dimiliki oleh Bapak Budi Santosa. Boogie Secondthrift berlokasi di pusat Kota Madiun, tepatnya di Jalan Halmahera No.50 Kelurahan Kartoharjo. Branding digital menjadi sangatlah penting di dalam hal peningkatan citra publik. Branding digital ini juga dapat membantu dalam menjangkau pasar dan membangun hubungan dengan konsumen serta meningkatkan branding dan penjualan Boogie Secondthrift. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui hasil penerapan metode *Design thinking* dalam branding digital Boogie Secondthrift. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *design thinking*. Hasil penelitian ini menunjukkan evaluasi branding digital Boogie SecondThrift menggunakan metode *Design thinking* berhasil mengidentifikasi permasalahan utama, yaitu kurangnya followers di media sosial, performa konten yang belum optimal, dan jumlah viewers yang masih terbatas. setelah dilakukannya penjadwalan posting produk serta pengiklanan pada aplikasi *Instagram*, *tiktok*, dan *platform e-commerce shopee*, menunjukkan bahwa hasil peningkatan penjualan tertinggi dari bulan Mei sampai dengan bulan Juli ada di platform Instagram.

Kata kunci – *Branding Digital*, Evaluasi

## **ABSTRACT**

*Andika Agus Trianto, 2024. Boogie Secondthrift digital branding evaluation using the design thinking method. Information Systems, FT, PGRI University of Madiun. Supervisor (I) Dimas Setiawan, S.Kom.,M.Kom. (II) Hani Atun Mumtahana, S.Kom.,M.Kom.*

*Boogie Secondthrift is a fashion store run by five people and owned by Mr. Budi Santosa. It is located in the center of Madiun City, specifically at Jalan Halmahera No.50, Kartoharjo District. Digital branding has become crucial for enhancing public image. This digital branding can also help in reaching the market, building relationships with consumers, and increasing Boogie Secondthrift's branding and sales. The purpose of this study is to determine the results of applying the Design thinking method in Boogie Secondthrift's digital branding. The method used in this research is design thinking. The results of this study show that the evaluation of Boogie SecondThrift's digital branding using the Design thinking method successfully identified the main problems, namely the lack of followers on social media, suboptimal content performance, and limited number of viewers. After implementing a product posting schedule and advertising on Instagram, TikTok, and the Shopee e-commerce platform, the results show that the highest sales increase from May to July occurred on the Instagram platform.*

*Keywords – Digital Branding, Evaluasi*