

LAPORAN TUGAS AKHIR
UJI PENERIMAAN PASAR TERHADAP *BRAND* KLETUS
SEBAGAI INOVASI *MOCKTAIL* BERBAHAN DASAR
TANAMAN KECOMBRANG

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh:

NADILA PEBRIANI

NIM: 2294406034

PROGRAM STUDI SENI KULINER
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA

2025

LAPORAN TUGAS AKHIR

“UJI PENERIMAAN PASAR TERHADAP *BRAND* KLETUS SEBAGAI INOVASI *MOCKTAIL* BERBAHAN DASAR TANAMAN KECOMBRANG “

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh:

NADILA PEBRIANI

NIM: 2294406034

PROGRAM STUDI SENI KULINER

JURUSAN PARIWISATA

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Uji penerimaan pasar terhadap *brand* Kletus sebagai inovasi Mocktail
Berbahan Dasar Tanaman Kecombrang

Penulis : Nadila Pebriani

NIM : 2294406034

Program Studi : Seni Kuliner

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan tim Penguji

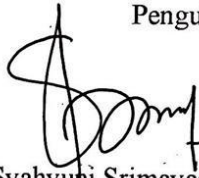
Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada, 08 Juli 2025

Ketua Penguji,



Anindita Budi Astuti, S.E., M.M
NIP. 198103052008122001

Penguji 1



Syahyuni Srimayasandy, S.Sn, M.A.
NIP. 199006302019032012

Penguji 2



Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par
NIP. 198804112020121008



Mengetahui,
Ketua Jurusan

Maria Ulfah Capur Afriasih, S.Pd., M.M
NIP 1986050920190032011

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Uji penerimaan pasar terhadap brand Kletus sebagai inovasi
Mocktail berbahan dasar Tanaman Kecombrang
Penulis : Nadila Pebriani
NIM : 2294406034
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta,

Pembimbing 1



Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par.
NIP: 198804112020121008

19/6 - 2025

Pembimbing 2



Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom
NIP 198812222020122006

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Seni Kuliner



Dimas Bayu Pinandoyo, S.Si., M.Sc.,
NIP. 198402032019031005

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR
DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Nadila Pebriani
NIM	: 2294406034
Program Studi	: Seni Kuliner
Jurusan	: Pariwisata
Tahun Akademik	: 2024/2025

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul :
Uji Penerimaan Pasar Terhadap Brand Kletus Sebagai Inovasi Mocktail Berbahan
Dasar Tanaman Kecombrang **adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak
lain, dan bebas dari plagiarisme.** Bilamana pada kemudian hari ditemukan
ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai
dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-
benarnya.

Jakarta, 19 Juni 2025

Yang menyatakan,



Nadila Pebriani
NIM: 2294406034

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Nadila Pebriani
NIM	: 2294406034
Program Studi	: Seni Kuliner
Jurusan	: Pariwisata
Tahun Akademik	: 2024/2025

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: Uji Penerimaan Pasar Terhadap Brand Kletus Sebagai Inovasi Mocktail Berbahan Dasar Tanaman Kecombrang

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 19 Juni 2025

Yang menyatakan,



Nadila Pebriani

NIM: 2294406034

ABSTRACT

Branding is a vital process for building a unique product identity that can stand out in a competitive market. A brand goes beyond just a name or logo—it represents a set of values and imagery that shape consumer perceptions and buying decisions. Marketing communication is key to conveying this identity and value to the target audience. As digital platforms grow, social media has become a primary tool for businesses, especially among younger audiences. Instagram’s features, such as Stories and Reels, make it easier to interact with customers and strengthen brand presence. The implementation of STP (Segmentation, Targeting, and Positioning) helps companies adjust their strategies to better meet customer needs. Market acceptance testing is also important, especially for new and innovative products. In the food and beverage industry, Mocktails—alcohol-free drinks—can capture consumer interest through creative combinations and appealing visual presentation. This research highlights the innovation of a Mocktail drink using kecombrang as a base, under the brand name “Kletus.” Kecombrang’s unique flavor profile and vibrant color offer a refreshing twist. This study explores how branding, marketing strategies, and customer perceptions come together to create a competitive and appealing product in the dynamic modern market.

Keywords: *Branding, Marketing, SocialMedia, Mocktail, Kletus.*

ABSTRAK

Branding adalah proses penting dalam menciptakan identitas produk yang unik agar menonjol di pasar yang kompetitif. Merek bukan hanya sekadar nama atau logo, tetapi juga mewakili nilai dan citra yang membentuk persepsi serta keputusan pembelian konsumen. Komunikasi pemasaran menjadi kunci untuk menyampaikan identitas dan nilai tersebut kepada konsumen sasaran. Perkembangan pesat media digital, terutama media sosial seperti Instagram dengan fitur, Stories dan Reels, memungkinkan interaksi yang lebih dekat dengan konsumen dan memperkuat kehadiran merek. Penerapan STP (Segmentasi, Targeting, dan Positioning) membantu perusahaan menyesuaikan strategi agar lebih efektif. Pengujian penerimaan pasar juga penting, khususnya untuk produk baru dan inovatif. Dalam industri makanan dan minuman, Mocktail—minuman tanpa alkohol—dapat menarik minat konsumen melalui kombinasi kreatif dan presentasi visual yang memikat. Penelitian ini menyoroti inovasi minuman Mocktail berbahan dasar kecombrang dengan merek “Kletus.” Kecombrang, dengan cita rasa dan warna yang khas, memberikan sentuhan segar yang berbeda. Merek. Penelitian ini menggambarkan bagaimana branding, strategi pemasaran, dan persepsi konsumen bersinergi untuk menghasilkan produk yang kompetitif dan menarik di era modern ini.

Kata Kunci: *Branding, Pemasaran, Media Sosial, Mocktail, Kletus.*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan Tugas Akhir yaitu sebagai kewajiban bagi penulis untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III Program Studi Seni Kuliner jurusan Pariwisata di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Dalam tugas akhir ini penulis melakukan inovasi. Dengan hal ini, penulis menyusun laporan Tugas Akhir **“UJI PENERIMAAN PASAR TERHADAP BRAND KLETUS SEBAGAI INOVASI MOCKTAIL BERBAHAN DASAR TANAMAN KECOMBRANG”**, dengan ini penulis mengharapkan Tugas Akhir ini dapat membantu mahasiswa/i untuk mengetahui teori yang didapat selama perkuliahan.

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini penulis mendapatkan banyak bimbingan, referensi, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., selaku Direktur Politeknik Media Kreatif Jakarta.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, S.Si., M.Si., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M., selaku Ketua Jurusan Pariwisata.
4. Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata dan selaku Dosen Pembimbing I.
5. Dimas Bayu Pinandoyo, S.Si., M.Sc. selaku Kepala Program Studi Seni Kuliner.
6. Rr. Christiana Mayang Anggraeni Stj, S.Pd., M.Pd., selaku Sekretaris Program Studi Seni Kuliner.

7. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II, yang telah membantu penulis dalam penulisan.
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan.
9. Kepada mama, terimakasih atas doamu yang menjadi kekuatanku di setiap langkah sampai hari ini.
10. Kedua adik penulis yaitu, Danis Maulana dan Aghit Khanza Azahra yang selalu memberi dukungan .
11. Kepada salah satu perantau dari bukittinggi, yang setia melangkah bersama penulis sejak awal perkuliahan hingga kini. Disetiap jatuh bangun yang penulis hadapi, terimakasih sudahmenjadisupport systemterbaikdalam hidup.
12. Teman-teman anggota kelompok mockletus yaitu, Ilham Winata, Rio Tri Prayoga, dan Dimas Aria Sena yang telah bekerjasama dalam tugas akhir.
13. Sahabat terdekat yaitu, Fairuz Rinjani Haran, Sheva Nuraini Wahyuni, Arfiani Puspita Lovely, Nazwa Melya, dan Dectra Tri Rizki yang telah memberi semangat dan bantuan dalam penyusunan tugas akhir ini.
14. Staff Kumaw Ramen benhil, yang telah memberi semangat penulis dan menemani perjalanan penulis diawal perkuliahan.
15. Seluruh teman-teman Seni Kuliner terlebih khususnya Angkatan 2022 yang telah memberi semangat dalam penyusunan laporan ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 19 Juni 2025



Nadila Pebriani

NIM. 2294406034

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRACT.....	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penulisan.....	4
F. Manfaat Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. <i>Branding</i>	6
B. Pemasaran	8
C. STP (Segmentasi, Targeting, and Postioning).....	9
D. Komunikasi Pemasaran.....	10
E. Media Sosial	12
F. Persepsi Konsumen.....	13
G. Uji Penerimaan Pasar.....	14
H. <i>Mocktail</i>	15
I. Tanaman Kecombrang	16

J. <i>Popping boba</i>	17
K. Review penelitian	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
A. Data/Objek Penulisan	20
B. Tempat dan Waktu Penulisan.....	21
C. Populasi dan sampel.....	21
D. Teknik Pengumpulan Data.....	22
E. Definisi operasional.....	25
F. Pengukuran dan Analisis Data	30
G. Teknik Penjualan.....	33
H. Ruang Lingkup.....	35
I. Langkah Kerja	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Produk.....	38
B. Deskripsi Elemen Merek	39
C. Uji Validitas dan Realibilitas Kuisisioner.....	44
D. Analisis Pesaing Produk <i>Mocktail</i> Sejenis	49
E. Analisis Segmenting, Targeting, Postioning.....	50
F. Harga Pokok Produk	52
G. Laporan Penjualan.....	54
H. Uji Penerimaan Pasar Terhadap <i>Brand</i> “Kletus”	56
BAB V PENUTUP.....	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Mocktail</i>	16
Gambar 2. Tanaman Kecombrang.....	17
Gambar 3. <i>Popping boba</i>	18
Gambar 4. Bagan Tahap Uji Penerimaan Pasar.....	37
Gambar 5. <i>Mocktail</i> Kletus.....	38
Gambar 6. Logo Kletus	39
Gambar 7. Warna Kletus	41
Gambar 8. Font Kletus.....	43
Gambar 9. Kemasan Kletus	43
Gambar 10. Label Kemasan Kletus.....	44
Gambar 11. Diagram Penjualan	55
Gambar 12. Diagram Hasil Indikator Kesadaran Merek.....	60
Gambar 13. Diagram Hasil Indikator Kesadaran Merek.....	62
Gambar 14. Diagram Hasil Indikator Kesadaran Merek.....	64
Gambar 15. Diagram Hasil Indikator Citra Merek.....	66
Gambar 16. Diagram Hasil Indikator Citra Merek.....	67
Gambar 17. Diagram Hasil Indikator Citra Merek.....	69
Gambar 18. Diagram Hasil Indikator Identitas Merek.....	70
Gambar 19. Diagram Hasil Indikator Identitas Merek.....	72
Gambar 20. Diagram Hasil Indikator Identitas Merek.....	73
Gambar 21. Diagram Hasil Indikator Identitas Merek.....	75
Gambar 22. Diagram Hasil Indikator Persepsi Kualitas Produk	77
Gambar 23. Diagram Hasil Indikator Persepsi Kualitas Produk	78
Gambar 24. Diagram Hasil Indikator Persepsi Kualitas Produk	80
Gambar 25. Diagram Hasil Indikator Persepsi Harga.....	81
Gambar 26. Diagram Hasil Indikator Persepsi Harga.....	83
Gambar 27. Diagram Hasil Indikator Keterjangkauan harga.....	84
Gambar 28. Diagram Hasil Indikator Persepsi Promosi	86

Gambar 29. Diagram Hasil Indikator Persepsi Promosi	87
Gambar 30. Diagram Hasil Indikator Persepsi Promosi	89
Gambar 31. Diagram Hasil Indikator Loyalitas Merek	91
Gambar 32. Konten Feeds Instagram Mockletus	94
Gambar 33. Diagram Hasil Analisis Tayangan.....	95
Gambar 34. Insight Instagram Mockletus.....	9

DAFTAR TABEL

Table 1. Review Penelitian sejenis	18
Tabel 2. Definisi Oprasional	25
Table 3. Indikator pernyataan	28
Tabel 4. Bobot Kuesioner	31
Tabel 5. Kriteria Skala Likert	32
Tabel 6. Kriteria Skala Guttman	33
Tabel 7. Kriteria Analisis.....	33
Table 8. Resep <i>Mocktail</i> Kletus	38
Table 9. Hasil Uji Validitas	45
Table 10. Kode Pernyataan Kuisisioner Berdasarkan Variable	46
Table 11. Hasil Uji Reliabilitas	48
Table 12. Hasil Data SPSS.....	49
Table 13. Perbandingan Harga Menu dengan Pesaing	50
Table 14. Harga Pokok Produk <i>Mocktail</i> Kletus.....	52
Table 15. Hasil Penjualan produk <i>Mocktail</i> Kletus.....	54
Table 16. Hasil Data Menurut Jenis Kelamin	56
Table 17. Hasil Data Menurut Usia.....	57
Table 18. Hasil Data Menurut Domisili	57
Table 19. Hasil Penilaian Pada Indikator Kesadaran Merek	58
Table 20. Hasil Penilaian Pada Indikator Kesadaran Merek	60
Table 21. Hasil Penilaian Pada Indikator Kesadaran Merek	62
Table 22. Hasil Penilaian Pada Indikator Citra Merek	64
Table 23. Hasil Penilaian Pada Indikator Citra Merek.....	66
Table 24. Hasil Penilaian Pada Indikator Citra Merek	67
Table 25. Hasil Penilaian Indikator Kesadaran Merek	69
Table 26. Hasil Penilaian Indikator Identitas Merek	71
Table 27. Hasil Penilaian Indikator Identitas Merek	72
Table 28. Hasil Penilaian Indikator Identitas Merek	7

Table 29. Hasil Penilaian Pada Indikator Persepsi Kualitas.....	75
Table 30. Hasil Penilaian Indikator Persepsi Kualitas.....	77
Table 31. Hasil Penilaian Indikator Persepsi Kualitas	79
Table 32. Hasil Penilaian Indikator Persepsi Harga	80
Table 33. Hasil Penilaian Indikator Persepsi Harga	82
Table 34. Hasil Penilaian Indikator Persepsi Harga	83
Table 35. Hasil Penilaian Indikator Persepsi Promosi.....	85
Table 36. Hasil Penilaian Indikator Persepsi Promosi.....	86
Table 37. Hasil Penilaian Indikator Persepsi Promosi.....	88
Table 38. Hasil Penilaian Indikator Loyalitas Merek	89
Table 39. Hasil Penilaian Indikator Loyalitas Merek	90
Table 40. Hasil Data Overall Acceptability Kletus	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Penulis.....	103
Lampiran 2. Lembar Pembimbing Tugas Akhir I	104
Lampiran 3. Lembar Pembimbing Tugas Akhir II	105
Lampiran 4. Kuesioner Uji Penerimaan Pasar.....	106
Lampiran 5. Dokumentasi Mitra dan NIB	110
Lampiran 6. Dokumentasi Konsumen Dan Produk <i>Mocktail</i> Kletus.....	115