

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN *BRANDING* CHIJO DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI *MEDIA MARKETING* CHIFFON CAKE PISANG IJO DENGAN MENGGUNAKAN INSTAGRAM

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Dalam Mengerjakan Tugas
Akhir Dan Memperoleh Gelar Ahli Madya



Disusun oleh:

Fayza Fitra Azarine

NIM 2294406016

**PROGRAM STUDI SENI KULINER
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025**

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN *BRANDING* CHIIJO DI MEDIA SOSIAL
SEBAGAI MEDIA *MARKETING* CHIFFON CAKE PISANG IJO
DENGAN MENGGUNAKAN INSTAGRAM**

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Dalam Mengerjakan Tugas
Akhir Dan Memperoleh Gelar Ahli Madya



Disusun oleh:

Fayza Fitra Azarine

NIM 2294406016

**PROGRAM STUDI SENI KULINER
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan *Branding* Chiijo Di Media Sosial Sebagai Media *Marketing* Chiffon Cake Pisang Ijo Dengan Menggunakan Instagram

Penulis : Fayza Fitra Azarine

NIM : 2294406016

Program Studi : Seni Kuliner

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir ini di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jumat, tanggal 8 Juli 2025

Disahkan oleh:

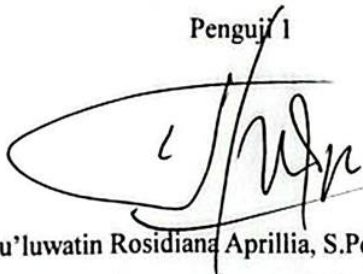
Ketua Penguji



Anindita Budi Astuti, SE., MM.

NIP. 198103052008122001

Penguji 1



Lu'luwatin Rosidiana Aprillia, S.Pd., M.M.Par.

NIP. 199104252022032012

Penguji 2



Maria Ulfah Catur Afriasih S.Pd., M.M.

NIP. 1986050920190032011

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata



Maria Ulfah Catur Afriasih S.Pd., M.M.

NIP. 1986050920190032011

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan *Branding* Chiijo Di Media Sosial Sebagai
Media *Marketing* Chiffon Cake Pisang Ijo Dengan
Menggunakan Instagram

Penulis : Fayza Fitra Azarine

NIM : 2294406016

Program Studi : Seni Kuliner

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 8 Juli. 2025

Pembimbing 1



Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M.

NIP. 1986050920190032011

Pembimbing 2



Laelatul Pathia, M. I. Kom

NIP. 1990077162024062002

Mengetahui,

Koordinator Program Studi



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

NIP. 19840203201903100

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fayza Fitra Azarine
NIM : 2294406016
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2022

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Perancangan *Branding Chijjo* Di Media Sosial Sebagai Media *Marketing Chiffon Cake Pisang Ijo* Dengan Menggunakan Instagram **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidakcapaian dengan peranan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 8 Juli 2025

Yang menyatakan



Fayza Fitra Azarine

2294406016

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Fayza Fitra Azarine
NIM : 2294406016
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2022

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atau karya ilmiah saya yang berjudul: Perancangan *Branding* Chijjo Di Media Sosial Sebagai Media *Marketing* Chiffon Cake Pisang Ijo Dengan Menggunakan Instagram.

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 Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya .

Jakarta, 8 Juli 2025

Yang menyatakan,



Fayza Fitra Azarine

2294406016

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menyusun strategi pemasaran digital melalui Instagram untuk mempromosikan *Chiijo*, chiffon cake pisang ijo bebas gluten berbahan dasar tepung MOCAF dan tepung sukun. Produk ini menyasar konsumen yang peduli gaya hidup sehat dan mengapresiasi bahan lokal. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, melalui observasi dan studi pustaka untuk mengumpulkan data tentang strategi promosi dan pengembangan konten. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dan AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*), serta penerapan *content pillar* dan *content calendar*. Konten dipublikasikan di akun Instagram @chiijo_cakeid menggunakan fitur *feeds, stories, reels*, dan *highlights*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi konten yang menarik, terstruktur, dan konsisten mampu meningkatkan interaksi dengan audiens serta mendorong penjualan hingga 102 pax dalam tiga periode *pre-order*. Strategi ini membuktikan bahwa promosi melalui media sosial dengan pendekatan kualitatif efektif dalam membangun *brand awareness* dan daya saing produk kuliner lokal.

Kata kunci: metode kualitatif, Instagram, digital marketing, chiffon cake, tepung MOCAF, gluten free

ABSTRACT

This study aims to develop a digital marketing strategy via Instagram to promote Chiijo, a gluten-free chiffon cake made from MOCAF and breadfruit flour. The product targets health-conscious consumers and promotes local ingredients. The research uses a qualitative descriptive method through observation and literature review to explore promotional strategies and content development. Analysis applies the STP (Segmenting, Targeting, Positioning) and AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) approaches, along with structured content planning using content pillars and content calendars. Promotional materials are published through @chiijo_cakeid using features like feeds, stories, reels, and highlights. The results show that visually engaging and consistent content increases audience interaction and drives sales up to 102 packs across three pre-order periods. This proves that social media promotion with a qualitative approach is effective in building brand awareness and enhancing competitiveness in the culinary industry.

Keywords: qualitative method, Instagram, AIDA, digital marketing, chiffon cake, MOCAF flour, gluten free.

PRAKATA

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberi kekuatan, kemampuan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul **“PERANCANGAN *BRANDING* CHIIJO DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI *MEDIA MARKETING* CHIFFON CAKE PISANG IJO DENGAN MENGGUNAKAN INSTAGRAM”**.

Penulis telah berusaha melakukan yang terbaik dalam tugas akhir ini, namun penulis menyadari bahwa proposal ini masih banyak kekurangan dan masih dari sempurna. Oleh karena itu penulis dengan senang hati menerima segala saran dari setiap pembaca proposal. Penulis juga menyadari bahwa penelitian ini dapat terselesaikan berkat bimbingan, bantuan, saran-saran dari pihak yang telah membantu dan penulis secara khusus menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri 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. Dimas Bayu Pinandoyo, S.Si., M.Sc., selaku Kepala Program Studi
5. Maria Ulfah Catur Afriasih. S.Pd., M.M. selaku dosen pembimbing 1
6. Laelatul Pathia. M.I.Kom, selaku dosen pembimbing 2
7. Para dosen dan para tenaga kerja kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membantu mahasiswa/i selama menempuh Pendidikan.
8. Kedua orang tua penulis yang selalu mendoakan dan mendukung selama ini.
9. Kepada kedua sahabat saya Rere dan Fiki yang telah *mensupport* dan memotivasi penulis selama ini
10. Kepada Haechan Nct Dream dan Ningning Aespa yang selalu memberikan inspirasi kepada penulis bahwa tidak ada hal yang tidak mungkin di dunia ini.

11. Kelompok Chiijo (*Chiffon cake* Pisang Ijo) yang sama-sama berjuang untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

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

Jakarta, 18 Febuari 2025

Penulis



Fayza Fitra Azarine

2294406016

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Branding.....	7
B. Media Sosial	8
C. Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning).....	14
D. Analisis AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	15
BAB III METODE PELAKSANAAN	18
A. Data Objek Penulisan.....	18
B. Teknik Pengumpulan Data.....	19
C. Ruang Lingkup	20
D. Langkah Kerja	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
A. Perencanaan Strategi Pemasaran Digital.....	24

B. Analisis STP (Segmenting, Target, Positioning).....	25
C. Analisis AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>) Pada Konten Di Media Sosial Instagram @chiijo_cakeid.....	28
D. Analisis Konten Di Media Sosisal Instagram @chiijo_cakeid.....	36
E. Analisis <i>Insight</i> Instagram @chiijo_cakeid.....	48
BAB V PENUTUP	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Alir Langkah Kerja Perancangan <i>Branding</i> Chiijo	22
Gambar 2. Logo Chijo.....	29
Gambar 3. Warna Palet Logo Chiijo	30
Gambar 4. Akun Instagram.....	31
Gambar 5. Total Postan	31
Gambar 6. Total Pengikut.....	32
Gambar 7. Bio Instagram	32
Gambar 8. <i>Highlight</i>	33
Gambar 9. Warna Dasar.....	33
Gambar 10. Chat Whatsapp dan DM.....	36
Gambar 11. Konten Hiburan.....	43
Gambar 12. Views Progress.....	50
Gambar 13. Grafik Interaksi.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Content Pillar & Content Calender</i>	37
Tabel 2. Konten Promosi	39
Tabel 3. Konten Edukasi	41
Tabel 4. Konten <i>Greetings</i>	43
Tabel 5. Konten <i>Instastory</i>	46
Tabel 6. Views Instagram	48
Tabel 7. Interaksi Instagram.....	51
Tabel 8. Dokumentasi Penjualan.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Mahasiswa.....	60
Lampiran 2. <i>Content Pillar</i>	62
Lampiran 3. <i>Content Calender</i>	63
Lampiran 4. <i>Feeds</i> Instagram	64
Lampiran 5. Lembar Pembimbing 1 Tugas Akhir.....	65
Lampiran 6. Lembar Pembimbing 2 Tugas Akhir.....	66