

LAPORAN TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL SNACK BAR BIJI NANGKA

MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Ahli Madya



Disusun oleh:

MAISARAH ISTIQOMAH

NIM: 2294406025

PROGRAM STUDI SENI KULINER

JURUSAN PARIWISATA

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2025

LAPORAN TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL SNACK BAR BIJI NANGKA

MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Ahli Madya



Disusun oleh:

MAISARAH ISTIQOMAH

NIM: 2294406025

PROGRAM STUDI SENI KULINER

JURUSAN PARIWISATA

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Digital *Snack Bar* Biji Nangka Melalui Media Sosial Instagram.

Penulis : Maisarah Istiqomah

NIM : 2294406025

Program Studi : Seni Kuliner

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan dihadapan Tim penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jumat, tanggal 4 Juli 2025

Disahkan oleh:

Ketua penguji,



Muhamad Ridwan, S.I.Kom., M.M.

NIP. 198603272019031013

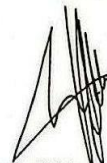
Penguji 1



Liza Amalia Putri, S.S., M.A.

NIP. 198406262019032013

Penguji 2



Asriadi Masnar S.Gz., M.Sc.

NIP. 198709082019031006

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata



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

NIP. 1986050920190032011

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Digital *Snack bar* Biji Nangka Melalui Media Sosial Instagram.
Penulis : Maisarah Istiqomah
NIM 2294406025
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di jakarta, 19 juni 2025

Pembimbing I

Pembimbing II



Asriadi Masnar, S.Gz., M.Sc.
NIP. 198709082019031006



Laelatul Pathia, M.I. Kom.
NIP. 199007162024062002

Mengetahui,

Koordinator Program Studi



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

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maisarah Istiqomah
NIM : 2294406025
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024 / 2025

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Strategi Pemasaran Digital *Snack Bar* Biji Nangka Melalui Media Sosial Instagram **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, 20 Juni 2025

Yang menyatakan,



Maisarah Istiqomah

NIM: 2294406025

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Maisarah Istiqomah
NIM : 2294406025
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 Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: Strategi Pemasaran Digital *Snack Bar* Biji Nangka Melalui Media Sosial Instagram.

Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif 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, 20 Juni 2025

Yang menyatakan,



Maisarah Istiqomah

NIM: 229440625

ABSTRACT

The development of information technology has brought significant changes in the world of marketing, especially with the presence of digital marketing that utilizes social media as means of developing new product promotion. This research aims to understand the process of developing products in the form of jackfruit seed-based snack bars, as well as designing effective digital marketing strategies using the STP (Segmenting, Targeting, Positioning) and AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) approaches. The method used is qualitative, with content creation on Instagram social media as the main focus, and evaluation of packaging design through Expert judgement. Digital marketing strategy through Instagram social media is applied by creating educational, inspiring, convincing, and entertainment content to increase consumer interest and purchase Actions. In addition, the product packaging design is designed by considering the appropriate color, shape, and product information to attract market attention. The result show that the implemented digital marketing strategy is effective in increasing the reach and interaction of Instagram users, and has a positive impact on product sales. The packaging design with a combination of bright yellow, brown, and milky white colors gives a fresh and appetizing impression, complete with comprehensive and attractive product information.

Keyword: Digital Marketing Strategy, STP Approach, AIDA Method, Instagram Social Media, Jackfruit Seed Snack bar.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam dunia pemasaran, khususnya dengan hadirnya pemasaran digital yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk. Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses pengembangan produk baru berupa *snack bar* berbahan dasar biji nangka, serta merancang strategi pemasaran digital yang efektif menggunakan pendekatan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dan AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Metode yang digunakan adalah kualitatif, dengan pembuatan konten di media sosial Instagram sebagai fokus utama, serta evaluasi desain kemasan melalui *expert judgement*. Strategi pemasaran digital melalui media sosial Instagram diterapkan dengan pembuatan konten edukasi, inspirasi, meyakinkan, dan hiburan untuk meningkatkan minat dan tindakan pembelian konsumen. Selain itu desain kemasan produk dirancang dengan mempertimbangkan warna, bentuk, dan informasi produk yang sesuai untuk menarik perhatian konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang dilaksanakan efektif dalam meningkatkan jangkauan dan interaksi pengguna Instagram, serta berdampak positif terhadap penjualan produk. Desain kemasan dengan kombinasi warna kuning cerah, cokelat, dan putih susu memberikan kesan segar dan menggugah selera, lengkap dengan informasi produk yang menarik.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Digital, Pendekatan STP, Metode AIDA, Media Sosial Instagram, Snack bar Biji Nangka.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran ALLAH SWT yang telah memberi kekuatan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “**Strategi Pemasaran *Digital Snack bar* Biji Nangka Melalui Media Sosial Instagram**”

Penulis telah berusaha melakukan yang terbaik dalam penulisan laporan tugas akhir ini, namun penulis menyadari bahwa laporan ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis dengan senang hati menerima segala masukan, saran dan kritik dari setiap pembaca laporan. Penulis juga menyadari bahwa penelitian ini dapat terselesaikan berkat bimbingan, bantuan, dan 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., 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.
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. Asriadi Masnar, S.Gz., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing I.
8. Laelatul Pathia, M. I. Kom, selaku Dosen Pembimbing II.
9. Para dosen dan para tenaga kerja kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membantu mahasiswa selama menempuh Pendidikan.

10. Mama Intan Mulia, Almarhum Papa Suroso, Kakak Mega Allia Rahmah, Kakak Fajar, Adek Fatih dan semua anggota keluarga yang telah memberikan dorongan semangat dari berbagai hal.
11. Sahabat baik Jasmin Virginia Prameswari, Farsya Nadhifa, Siska Juwanita yang selalu memberi semangat.
12. Seluruh teman satu kelompok, yaitu syifa aminatu, khansa dewi azka, arindra khairunisa, farah nadira shani yang telah bekerja sama.
13. Seluruh teman-teman seni kuliner terlebih khususnya angkatan 2022 yang telah memberi motivasi dalam penyusunan laporan tugas akhir ini.

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

Jakarta, 18 Februari 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Maisarah Istiqomah', with a stylized, cursive script.

Maisarah Istiqomah

NIM.2294406025

DAFTAR ISI

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 TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian.....	4
F. Manfaat Penulisan	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Strategi Pemasaran Digital	7
B. Media Sosial Sebagai Media Promosi.....	9
C. Analisis AIDA	15
D. Desain Kemasan Produk	16
BAB III.....	19
METODE PELAKSANAAN.....	19

A. Data / Objek Penulisan	19
B. Tempat dan Waktu Penelitian	20
C. Teknik Pengumpulan Data	20
D. Ruang Lingkup Penulis	21
E. Langkah Kerja	23
BAB IV	25
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	25
A. Perancangan Strategi Pemasaran Digital.....	25
B. Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Instagram	29
C. Metode AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>)	37
D. Analisis Promosi Melalui Insight Instagram	45
E. Membuat Kemasan <i>Snack Bar</i> Biji Nangka.....	47
F. Kendala yang Dihadapi dan Solusi	55
BAB V.....	57
PENUTUP.....	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Brief Strategi Pemasaran	25
Tabel 4. 2 <i>Content Entertain</i>	32
Tabel 4. 3 <i>Content Inspire</i>	33
Tabel 4. 4 <i>Content Educate</i>	34
Tabel 4. 5 <i>Content Convince</i>	35
Tabel 4. 6 Content Calender	37
Tabel 4. 7 <i>Insight</i> Instagram	46
Tabel 4. 8 <i>Expert Judgement</i> Kemasan <i>Snack Bar</i> Biji Nangka	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Content pillar</i>	13
Gambar 4. 1 Akun Instagram	29
Gambar 4. 2 <i>Caption</i>	30
Gambar 4. 3 Logo Upbite	38
Gambar 4. 4 Bio Akun	39
Gambar 4. 5 Warna Dasar	40
Gambar 4. 6 Foto Produk <i>Snack Bar</i> Biji Nangka	40
Gambar 4. 7 Testimoni <i>Batch</i> 1 dan 2.....	42
Gambar 4. 8 Manfaat Biji Nangka	42
Gambar 4. 9 Kemasan Praktis	43
Gambar 4. 10 Tautan Langsung	44
Gambar 4. 11 <i>Open Order</i>	45
Gambar 4. 12 Chat <i>Direct Message</i> dan <i>Whatsapp</i>	45
Gambar 4. 13 Kit Kat Milo.....	47
Gambar 4. 14 <i>Covita Healthy Protein Bar</i>	47
Gambar 4. 15 Kemasan Sebelum <i>Expert Judgement</i>	51
Gambar 4. 16 Warna Pada Kemasan.....	53
Gambar 4. 17 Kemasan Sesudah <i>Expert judgement</i>	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa	64
Lampiran 2 Dokumentasi Sertifikat	65
Lampiran 3 Dokumentasi Strategi Pemasaran.....	66
Lampiran 4 Dokumentasi Kegiatan.....	67
Lampiran 5 <i>Expert Judgement</i>	68
Lampiran 6 Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pada Pembimbing I.....	71

