

LAPORAN TUGAS AKHIR
STRATEGI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
PROMOSI “ONLYBEANS” DALAM MENINGKATKAN
MINAT BELI KONSUMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Ahli Madya Pariwisata



Disusun Oleh:

RAIVA SABIRINA KHAIRUNNISA
NIM : 2294406042

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

LAPORAN TUGAS AKHIR
STRATEGI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
PROMOSI “ONLYBEANS” DALAM MENINGKATKAN
MINAT BELI KONSUMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Ahli Madya Pariwisata



Disusun oleh:

Raiva Sabirina Khairunnisa
NIM : 2294406042

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi
"OnLYBeans" Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen
Penulis : Raiva Sabirina Kharunnisa
NIM : 2294406042
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Pariwisata
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji
Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari
Rabu, tanggal 30 Juli 2025

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,

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

Penguji 1

Laelatul Pathia, M.I.Kom.
NIP. 1990077162024062002

Penguji 2

Lu'luwatin Rosidiana Aprillia, S.Pd., M.M.Par.
NIP. 199104252022032012



Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata

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

LEMBARAN PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBARAN PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi
"Onl YBeans" Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen.

Penulis : Raiva Sabirina Khairunnisa
NIM : 2294406042
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan. Ditandatangani di Jakarta,
20 Juni 2025

Pembimbing 1



Lu'luwatin Rosdiana Aprilia, S.Pd., M.M.Par
NIP. 199104252022032012

Pembimbing 2



Lina Mufidah, M.Pd.
NIP. 198908182024062001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi



Dimas Bayu Pinandoyo, S.Si., M.Sc.
NIP. 19840203201903100

#

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raiva Sabirina Khairunnisa
NIM : 2294406042
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024/2025

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Strategi Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi OnlyBeans
Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen.

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,

Raiva Sabirina Khairunnisa
2294406042

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Raiva Sabirina Khairunnisa
NIM : 2294406042
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: Strategi Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi OnlyBeans Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen.

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, 20 Juni 2025

Yang menyatakan,



Raiva Sabirina Khairunnisa
2294406042

ABSTRAK

This research focuses on designing and implementing a promotional strategy via Instagram to boost consumer purchase interest in OnLYBeans, an innovative onde-onde product featuring earl grey tea flavor and red bean filling. The research method used is descriptive qualitative, with data collected through observation and documentation. The primary promotional strategy involved creating the Instagram account @onl_ybeans. The uploaded content was categorized based on educational, promotional, and interactive pillars. The study results indicate that the use of visual branding, planned content scheduling (content calendar), and active interaction through captions and other Instagram features successfully increased audience engagement. SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) and STP (Segmenting, Targeting, Positioning) analyses also strengthened the implemented promotional strategy. Overall, these findings confirm that Instagram is an effective promotional platform. Strategic use of Instagram can significantly enhance product visibility and purchase interest for innovative products like OnLYBeans.

Keyword : Instagram, digital marketing, purchase intension, OnLYBeans

Penelitian ini berfokus pada perancangan dan implementasi strategi promosi via Instagram untuk mendorong minat beli konsumen terhadap OnLYBeans, produk onde-onde inovatif dengan rasa *earl grey tea* dan isian kacang merah. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi. Strategi promosi utama melibatkan pembuatan akun Instagram @onl_ybeans. Konten yang diunggah dikategorikan berdasarkan pilar edukasi, promosi, dan interaktif. Hasil studi menunjukkan bahwa penggunaan visual branding, penjadwalan konten yang terencana (content calendar), serta interaksi aktif melalui caption dan fitur Instagram lainnya berhasil meningkatkan keterlibatan audiens (*engagement*). Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) juga turut memperkuat strategi promosi yang diterapkan. Secara keseluruhan, temuan ini mengonfirmasi bahwa Instagram adalah platform promosi yang efektif. Penggunaan Instagram secara strategis dapat secara signifikan meningkatkan visibilitas produk dan minat beli terhadap produk inovatif seperti OnLYBeans.

Keyword : Instagram, promosi digital, minat beli, OnLYBean

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul STRATEGI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI “ONLYBEANS” DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma III Program Studi Seni Kuliner di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Laporan TA ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, 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.
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. Lu'luwatin Rosdiana Aprilia, S.Pd., M.M.Par, Selaku Dosen Pembimbing 1
8. Lina Mufida M.Pd., Selaku Dosen Pembimbing 2
9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan disini.
10. Kepada orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam segi apapun, serta kesabaran penuh dalam menyikapi setiap keluhan penulis.
11. Teman-teman, khususnya OnLYBeans Kayla Pranaramadhani, Widya Syafira, dan Fajri Dava, yang saling mendukung dan memberikan semangat kepada penulis selama penyusunan tugas akhir ini.
12. Adelia, Kak Kirei, Kak Arlinda, dan Kenyo, teman yang selalu memberikan dukungan dan membantu penulis selama masa penulisan tugas akhir ini.

13. Huh Yunjin, terima kasih telah menjadi tempat berpulang di setiap rasa lelah dan menjadi salah satu alasan penulisan semangat menjalani masa perkuliahan sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir.

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

Jakarta, 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Raiva', with a long, sweeping horizontal stroke extending to the right.

Raiva Sabirina Kharunnisa

NIM. 2294406042

DAFTAR ISI

LEMBARAN PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Kajian Teori.....	7
1. Strategi Promosi.....	7
2. Media Sosial.....	8
3. Minat Beli Konsumen.....	13
4. STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>).....	14
5. Analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>).....	15
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	17
A. Objek Penulisan.....	17
B. Teknik Pengumpulan Data.....	18
C. Ruang Lingkup Pelaksanaan.....	19
D. Langkah Kerja.....	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
A. Analisis STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) Pada Produk Onde-Onde <i>Earl grey tea</i> dengan isian <i>red beans</i>	24
B. Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threats</i>) Pada Strategi Aktivitas Instagram @onl_ybeans Sebagai Media Promosi.....	26
C. Proses Pembuatan Media Sosial Instagram OnLYBeans.....	31
D. Analisis Instagram <i>Insight</i>	40
E. Evaluasi Strategi Promosi Berdasarkan Analisis SWOT.....	42
BAB V PENUTUP.....	45
A. Kesimpulan.....	45
B. Saran.....	46

DAFTAR PUSTAKA.....	47
LAMPIRAN.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Penggunaan Instagram.....	2
Gambar 2 Instagram @onl_ybeans.....	31
Gambar 3 Profil Instagram @onl_ybeans.....	32
Gambar 4 Feed Instagram @onl_ybeans.....	33
Gambar 5 Warna Dasar Feeds Instagram @onl_ybeans.....	34
Gambar 6 Conten Calender.....	37
Gambar 7 Engagement Instagram @onl_ybeans.....	41

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis STP OnLYBeans.....	26
Tabel 2 Analisis SWOT OnLYBeans.....	27
Tabel 3 Matriks TOWS OnLYBeans.....	28
Tabel 4 Karakteristik Font OnLYBeans.....	34
Tabel 5 Konten Promosi.....	39
Tabel 6 Konten Edukasi.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa.....	50
Lampiran 2 Lembar Pembimbing Tugas Akhir 1	51
Lampiran 3 Lembar Pembimbing Tugas Akhir 2.....	52