

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK
NUGGET VEGETARIAN DAGING ANALOG “NUGGETUL”

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Ahli Madya Pariwisata



Disusun Oleh :

ATHAYA AMARINI KAMILIA NUGROHO

NIM : 2294406010

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

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK
NUGGET VEGETARIAN DAGING ANALOG “NUGGETUL”

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Ahli Madya Pariwisata



Disusun Oleh :

ATHAYA AMARINI KAMILIA NUGROHO

NIM : 2294406010

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Nugget Vegetarian Daging Analog “Nuggetul”

Penulis : Athaya Amarini Kamilia Nugroho

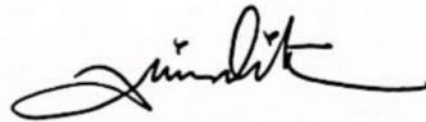
NIM 2294406010

Program Studi : Seni Kuliner

Jurusan : Pariwisata

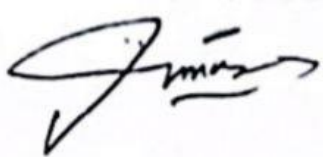
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Senin tanggal 14 Juli 2025.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



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

Anggota 1



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

Anggota 2



Liza Amalia Putri, S.S., M.A.
NIP. 198406262019032013

Mengetahui,
Ketua Jurusan



Maria Ulfah Catur Afriasih, M.M.
NIP. 198605092019032011

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Nugget Vegetarian Daging Analog “Nuggetul”
Penulis : Athaya Amarini Kamilia Nugroho
NIM : 2294406010
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan. Ditandatangani di Jakarta, 19 Juni 2025.

Pembimbing 1



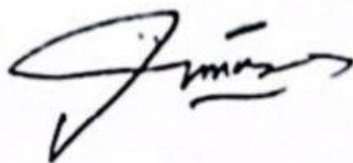
Liza Amalia Putri, S.S., M.A.
NIP. 198406262019032013

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 : Athaya Amarini Kamilia Nugroho
NIM : 2294406010
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024/2025

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Perancangan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Nugget Vegetarian Daging Analog “Nuggetul” **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,



Athaya Amarini Kamilia Nugroho
2294406010

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Athaya Amarini Kamilia Nugroho
NIM : 2294406010
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024/2025

demikian 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 : Perancangan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Nugget Vegetarian Daging Analog “Nuggetul”.

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,



Athaya Amarini Kamilia Nugroho
2294406010

ABSTRACT

The development of this product is motivated by the increasing public awareness of healthy eating patterns, sustainable food consumption, and the need for environmentally friendly food alternatives. This study aims to design a branding strategy through Instagram social media to increase the appeal and sales of Nuggetul products, namely vegetarian nuggets based on analog meat and lentils. This study uses a qualitative descriptive method. Data collection techniques were carried out through direct observation, literature studies, and online questionnaires distributed to 71 respondents. Data analysis was carried out by data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions to determine preferences, purchasing interests, and consumer perceptions of packaging design, social media content, and brand image. The results showed that the majority of respondents liked nuggets, actively used Instagram, and were very interested in educational content such as nutritional information and customer testimonials. Nuggetul's visual design and Instagram content received very good ratings and encouraged purchasing interest. In conclusion, visual-based branding strategies and digital education are very effective in improving the image and competitiveness of products in the healthy food market.

Keywords: *Branding, Instagram, Vegetarian Nuggets, Analog Meat, Promotion Strategy*

ABSTRAK

Pengembangan produk ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pola makan sehat, konsumsi makanan berkelanjutan, serta kebutuhan akan alternatif pangan yang ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi branding melalui media sosial Instagram guna meningkatkan daya tarik dan penjualan produk Nuggetul, yaitu nugget vegetarian berbasis daging analog dan kacang lentil. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, studi pustaka, dan kuesioner daring yang disebarakan kepada 71 responden. Analisis data dilakukan dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk mengetahui preferensi, minat beli, serta persepsi konsumen terhadap desain kemasan, konten media sosial, dan citra merek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden menyukai nugget, aktif menggunakan Instagram, dan sangat tertarik pada konten edukatif seperti informasi gizi dan testimoni pelanggan. Desain visual serta konten Instagram Nuggetul mendapat penilaian sangat baik dan mendorong minat beli. Kesimpulannya, strategi branding berbasis visual dan edukasi digital sangat efektif untuk meningkatkan citra dan daya saing produk di pasar makanan sehat.

Kata kunci: *Branding, Instagram, Nugget Vegetarian, Daging Analog, Strategi Promosi*

PRAKATA

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan laporan tugas akhir adalah memenuhi persyaratan dalam mengerjakan tugas akhir bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan Pendidikan Diploma 3/Ahli Madya Program Studi Seni Kuliner di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam laporan tugas akhir ini, penulis berperan sebagai desainer label kemasan dan *Branding*, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul **“Perancangan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Nugget Vegetarian Daging Analog “Nuggetul””**.

Penulis telah berusaha melakukan yang terbaik dalam penulisan laporan tugas akhir ini, namun penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis dengan senang hati menerima segala saran dari setiap pembaca laporan. 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, 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 Christina Mayang Anggraeni, Stj., S.Pd., M.Pd., selaku Sekretaris Program Studi Seni Kuliner
7. Liza Amalia Putri, S.S., M.A. selaku dosen pembimbing 1.
8. Lina Mufidah, M.Pd, selaku dosen pembimbing 2.

9. Para dosen dan para tenaga kerja kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membantu mahasiswa/i selama menempuh pendidikan.
10. Kedua orang tua terutama ayah dan ibu yang telah memberikan semangat dan dukungan penuh kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Kepada pemilik NIM 21710018 yang telah menemani dan mendukung penulis selama penyusunan tugas akhir ini.
12. Kepada teman-teman grup saya (Republik Friends) yang selalu mendukung dan memotivasi penulis selama menyelesaikan tugas akhir ini.
13. Kepada teman-teman grup saya (Kos Ga Si) yang selalu mendukung dan memotivasi penulis selama menyelesaikan tugas akhir ini.
14. Seluruh teman-teman Seni Kuliner terlebih khususnya Angkatan 2022 yang telah memberi motivasi 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, 18 Februari 2025

Penulis,



Athaya Amarini Kamilia Nugroho

NIM. 2294406010

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR.....	1
PERANCANGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.....	1
LAPORAN TUGAS AKHIR.....	2
PERANCANGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.....	2
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	3
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	4
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	5
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	6
ABSTRACT.....	7
PRAKATA.....	8
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR TABEL.....	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Media Sosial Instagram.....	6
B. Penyusunan Media Sosial.....	7
C. Nugget Vegetarian	8
D. Nuggetul.....	9
E. Promosi	9
F. Rancangan.....	10
G. Desain	10
H. Logo.....	11
I. Branding.....	11
J. Label	11
K. STP (Segmenting, Targeting, Positioning)	12
L. SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats).....	12

M.	Content Calender	13
N.	Mood Board.....	13
BAB III METODE PELAKSANAAN.....		14
A.	Data/Objek Penulisan.....	14
B.	Teknik Pengumpulan Data.....	16
C.	Ruang Lingkup	19
D.	Langkah Kerja	20
BAB IV		24
HASIL DAN PEMBAHASAN		24
A.	Hasil Penulisan	24
B.	Pembahasan.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		64
A.	Kesimpulan.....	64
B.	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....		65
LAMPIRAN		67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Rumus Slovin.....	18
Gambar 2. Content Plan Nuggetul	29
Gambar 3. Mood Board Nuggetul.....	30
Gambar 4. Logo Nuggetul.....	31
Gambar 5. Font Frankfurter Highlight	32
Gambar 6. Font IM Fell.....	32
Gambar 7. Font The Seasons	33
Gambar 8. Desain Kemasan Nuggetul	34
Gambar 9. Label Kemasan Nuggetul	35
Gambar 10. Instagram Nuggetul.....	51
Gambar 11. Jumlah Tayangan Konten Nugggetul	51
Gambar 12. Konten Edukasi.....	53
Gambar 13. Konten Promosi	54
Gambar 14. Konten Interaksi.....	55
Gambar 15. Story Inatgram Nuggetul	56
Gambar 16. Interaksi Tertinggi Instagram Nuggetul	57
Gambar 17. Caption Instagram	57
Gambar 18. Monthly Recap.....	58
Gambar 19. Insight Instagram Nuggetul	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Diagram Alir Proses Perancangan Konten Instagram	15
Tabel 2. Hasil Data Target Usia Nuggetul.....	24
Tabel 3. Hasil Data Lokasi Terdekat Dari Responden	24
Tabel 4. Hasil Data Faktor Psikologis Responden.....	26
Tabel 5. Hasil Data Pola Konsumsi Responden.....	27
Tabel 6. Hasil Data Perbedaan Nuggetul Dengan Nugget Lainnya	27
Tabel 7. Hasil Data Pilihan Kata Yang Membedakan Nuggetul Dengan Produk Nugget Lainnya.....	27
Tabel 8. Tabel Tujuan Branding	28
Tabel 9. Hasil Data Jenis Kelamin Responden.....	37
Tabel 10. Hasil Data Pola Makan Responden.....	38
Tabel 11. Hasil Data Faktor Yang Mempengaruhi Responden Dalam Membeli Makanan Vegetarian.....	38
Tabel 12. Hasil Data Pengetahuan Responden Tentang Nugget Vegetarian.....	38
Tabel 13. Hasil Data Pengetahuan Responden Tentang Daging Analog	39
Tabel 14. Hasil Data Pengetahuan Responden Tentang Kacang Lentil	39
Tabel 15. Hasil Data Responden Yang Sudah Pernah Mencoba Makanan Dari Olahan Daging Analog	39
Tabel 16. Hasil Data Responden Yang Sudah Pernah Mencoba Makanan Dari Olahan Kacang Lentil.....	40
Tabel 17. Hasil Data Responden Yang Menyukai Nugget.....	40
Tabel 18. Hasil Data Responden Yang Sering Mengonsumsi	40
Tabel 19. Hasil Data Penilaian Responden Terhadap Desain Logo Nuggetul	41
Tabel 20. Hasil Data Penilaian Responden Terhadap Warna	41
Tabel 21. Hasil Data Penilaian Responden Terhadap Warna	42
Tabel 22. Hasil Data Penilaian Responden Terhadap Warna Label Kemasan Nuggetul	42
Tabel 23. Hasil Data Penilaian Responden Terhadap Kelengkapan Informasi Pada Label Kemasan Nuggetul.....	43
Tabel 24. Hasil Data Penilaian Responden Terhadap Seberapa Sesuai Kemasan Nuggetul Untuk Mengemas Produk Nugget.....	43
Tabel 25. Hasil Data Responden Dalam Menggunakan Instagram.....	44
Tabel 26. Hasil Data Penilaian Responden Terhadap Instagram	44
Tabel 27. Hasil Data Penilaian Responden Terhadap Informasi Pada Instagram Nuggetul	44
Tabel 28. Hasil Data Penilaian Responden Terhadap Ketertarikan Untuk Mencoba Nuggetul Setelah Melihat Instagram Nuggetul	45
Tabel 29. Hasil Data Ketertarikan Responden Terhadap Konten Promosi Produk Vegetarian.....	45
Tabel 30. Hasil Data Minat Beli Responden Jika Banyak Ulasan Positif	46
Tabel 31. Hasil Analisis SWOT.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Mahasiswa.....	67
Lampiran 2. Kuesioner Perancangan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Nugget Vegetarian Daging Analog “Nuggetul”	68
Lampiran 3. Lembar Pembimbingan 1 Tugas Akhir.....	69
Lampiran 4. Lembar Pembimbingan 2 Tugas Akhir.....	70