

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENGELOLAAN KONTEN VISUAL MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI KATERING “DAPUR UNI WIDYA” PERIODE BULAN JUNI – JULI TAHUN 2025

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya
(A.Md.IKom)



Disusun Oleh:

ADINDA RIFKA AZKIA

NIM 2270404002

PROGRAM STUDI PERIKLANAN

JURUSAN KOMUNIKASI

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Konten Visual Media Sosial Instagram
Sebagai Media Promosi Katering “Dapur Uni Widya” Periode Bulan Juni-
Juli tahun 2025.

Penulis : Adinda Rifka Azkia

NIM : 2270404002

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas
Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa, 22 Juli
2025.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



Rizky Kertanegara S.S.,M.Si.
NUPTK 9447761662131482

Anggota I

Anggota II



Naldo M.Si.
NIP 100120710291906891



Muhammad Nur M. Kom.
NIP 0704050012

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi


Drs. Erlan Saefuddin, M.Hum.
NIP 197308072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Konten Visual Media Sosial
Instagram Sebagai Media Promosi Katering Dapur
Uni Widya

Penulis : Adinda Rifka Azkia

NIM : 2270404002

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta , 2 Juli 2025

Pembimbing 1



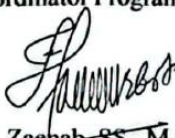
R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn
NIP 197906242006041001

Pembimbing 2



Muhammad Nur, M. Kom
NIP 0704050012

Mengetahui,
Koordinator Program Studi



Zachab, SS., M.Si
NIP 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adinda Rifka Azkia
NIM : 2270404002
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul “Pengelolaan Konten Visual Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Katering “Dapur Uni Widya” Periode Bulan Juni – Juli 2025” adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntun dan diproses dengan ketentuan berlaku.

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

Jakarta, 13 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Adinda Rifka Azkia

NIM: 2270404002

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas Akademika Politeknik Negeri Media Kreatif, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adinda Rifka Azkia
NIM : 2270404002
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
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: Pengelolaan Konten Visual Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Katering “Dapur Uni Widya” Periode Bulan Juni – Juli 2025.

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, 13 April 2025

Yang menyatakan,



Adinda Rifka Azkia

NIM: 2270404002

ABSTRAC

Instagram is currently the second most used social media platform by respondents in Indonesia. This platform offers online photo and video sharing services, and has great potential as a promotional medium in business activities. Katering Dapur Uni Widya is a home-based business that has been operating since 2020 and initially only sold one type of menu in the Kalibata area, East Jakarta, until it started serving various large orders up to the present. In one of its collaborations, this business realized that its consumer reach was still limited because it had been relying solely on word-of-mouth promotion. Therefore, the brand is now striving to expand its marketing reach through digital media, particularly Instagram, as a platform for visual content-based promotion and as a repository for documenting various orders that have not yet been published and widely known to the public.

Keyword: *Social Media, Instagram, Katering, Dapur Uni Widya, Visual Content, Documentation, Photo*

ABSTRAK

Instagram merupakan media sosial kedua yang paling banyak digunakan oleh responden di Indonesia saat ini. Platform ini menawarkan layanan berbagi foto dan video secara daring, serta memiliki potensi besar sebagai media promosi dalam aktivitas bisnis. Katering Dapur Uni Widya adalah usaha rumahan yang berdiri sejak tahun 2020 dan awalnya hanya menjual satu jenis menu di kawasan Kalibata, Jakarta Timur, hingga melayani berbagai pemesanan dalam jumlah besar sampai saat ini. Dalam salah satu kerjasamanya, usaha ini menyadari bahwa jangkauan konsumennya masih terbatas karena selama ini hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, brand ini kini berupaya memperluas jangkauan pemasarannya melalui media digital, khususnya Instagram, sebagai sarana promosi berbasis konten visual sekaligus sebagai wadah dokumentasi atas berbagai pesanan yang selama ini belum dipublikasikan dan diketahui secara luas oleh masyarakat.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, katering, Dapur Uni Widya, Konten Visual, Dokumentasi, Foto

PRAKATA

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas limpahan kasih dan ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para pengikutnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul Pengelolaan Konten Visual Sosial Media Instagram Sebagai Media Promosi Katering "Dapur Uni Widya"". Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat meraih gelar ahli madya pada jurusan Komunikasi dan program Studi periklanan D-III di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Selama menyelesaikan kuliah dan khususnya dalam menyusun tugas akhir ini, penulis banyak sekali mendapat bimbingan dan bantuan serta dukungan baik secara moril maupun spiritual dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, izinkan penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M, Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.M, Hum, Ketua Jurusan Komunikasi.
4. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn, Sekretaris Jurusan Komunikasi dan selaku Pembimbing Pertama Akademis penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Zaenab, S.S., M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Muhammad Nur, M.Kom selaku Pembimbing kedua Akademis penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Para staf Jurusan Komunikasi dan para karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan layanan administrasi kepada penulis selama di Politeknik Negeri Media Kreatif.
8. Teman-teman dari Satu sisi Agency, yang telah menemani dan membantu dalam menjalani perkuliahan ini.

9. Teman-teman Departemen Pendidikan Himperaktif yang telah mengajarkan saya apa itu berkerja sama dalam tim, dalam menjalankan suatu acara, dan bertanggung jawab.
10. Keluarga yang memberikan saya support dan doa dalam semua keadaan yang penulis Jalani.
11. Pasangan saya Bagus Nurhilmi, yang selalu memberikan bentuk dukungan, doa, serta perhatiannya yang selalu menguatkan saya dalam menjalani proses penulisan tugas akhir ini.
12. Teman saya Amanda dan Andika yang telah menemani saya sejak di bangku sekolah menengah pertama.
13. Sepupu-sepupu saya khususnya kakak sepupu Perempuan saya, Kak Nisa yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama saya mengerjakan tugas akhir ini.
14. Pemusik Hindia, yang telah menemani, menghibur dari lagu-lagunya.
15. Dan Terakhir saya mengucapkan terima kasih kepada diri saya sendiri, Adinda Rifka Azkia, yang telah berusaha dengan penuh komitmen dan konsistensi dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.

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

Jakarta, 05 Juli 2025

Penulis,



Adinda Rifka Azkia

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAC.....	vi
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penulisan.....	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Media Sosial.....	7
1. Definisi Media Sosial.....	7
2. Fungsi Media Sosial.....	8
2. Statistik Penggunaan Media Sosial	8
B. Instagram.....	10
1. Fitur Instagram	10
C. Pemasaran Digital	12

D.	Promosi UMKM Kuliner di Era Digital.....	14
E.	Konten Visual	16
F.	Segmenting (<i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>)	17
1.	<i>Segmentation</i>	17
2.	<i>Targeting</i>	18
3.	<i>Positioning</i>	19
G.	SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat</i>)	19
H.	Sosial Media <i>Engagement</i>	22
I.	4P (<i>Product, Price, Place, Promotion</i>)	23
1.	Product	24
2.	Price.....	24
3.	Place	25
4.	<i>Promotion</i>	25
J.	AISAS	25
1.	Perhatian (<i>attention</i>).....	26
2.	Ketertarikan (<i>interest</i>)	26
3.	Mencari (<i>search</i>)	26
4.	Tindakan (<i>action</i>)	26
5.	Berbagi (<i>share</i>).....	26
K.	Desain Grafis.....	27
1.	Definisi Desain Grafis.....	27
2.	Fungsi Desain Grafis.....	27
3.	Jenis-Jenis Desain	27
4.	Elemen Desain Grafis	28
5.	Prinsip-Prinsip Desain.....	30
6.	Komponen Desain Grafis	31
L.	<i>Content Pillar</i>	33
1.	Jenis-jenis <i>Content Pillar</i>	33
M.	Content Plan	34
BAB III		36
METODE PELAKSANAAN		36

A.	Data Perusahaan	36
1.	Tentang Perusahaan	36
2.	Lokasi Perusahaan.....	37
B.	Teknik Pengumpulan Data	37
1.	Wawancara	37
2.	Observasi.....	38
3.	Studi Pustaka.....	39
C.	Ruang Lingkup.....	39
1.	Peran Penulis dalam catering Dapur Uni Widya	39
2.	Kategori Karya	39
3.	Ide Kreatif	40
D.	Langkah Kerja.....	40
1.	Praproduksi.....	40
b.	Menganalisa Segmenting, Targeting, dan Positioning.....	42
c.	Menganalisa SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat)..	45
d.	Perencanaan ide konten.....	47
2.	Produksi	48
a.	Menentukan <i>Colour palette</i> dan <i>Typeface</i> (Font)	48
b.	Membuat Design Visual Konten.....	49
c.	Penerapan Aisas (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>).....	49
d.	Upload di Instagram.....	50
3.	PraProduksi	50
BAB IV		52
PEMBAHASAN		52
A.	Tahap PraProduksi	52
1.	Gambaran Umum.....	52
2.	Analisa Konsumen.....	55
3.	Perencanaan Ide Konten	57
B.	Tahap Produksi	63
1.	Pemilihan <i>Typeface</i> dan Warna.....	63
2.	Membuat Visual Design.....	65

2. Upload di Instagram.....	69
3. Penerapan AISAS.....	70
C. Tahap Pasca Produksi	75
BAB V.....	78
PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	79
1. Saran Untuk Penulis.....	80
2. Saran bagi Politeknik Negeri Media Kreatif.....	80
3. Saran bagi Masyarakat	80
DAFTAR PUSTAKA	82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA PROGRAM STUDI PERIKLANAN, JURUSAN KOMUNIKASI POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA	84
A. DATA PRIBADI.....	84
B. DATA AKADEMIK.....	85
C. DATA NON – AKADEMIK	85
D. SERTIFIKASI TUGAS AKHIR.....	86
E. PROGRAM PRAKTIK INDUSTRI AKADEMIK POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF	86
F. SALINAN BIMBINGAN TUGAS AKHIR	88
DOKUMENTASI FOTO KEGIATAN TERKAIT TUGAS AKHIR	90
DOKUMENTASI FOTO PENDUKUNG TUGAS AKHIR.....	91
TRANSKRIP WAWANCARA	92
LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME	93
SERTIFIKAT KOMPETENSI.....	94
DOKUMENTASI SIDANG TUGAS AKHIR	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Social Media Vs Population Sumber: WeAreSocial.com	8
Gambar 2 Data Median Age Of The Population Sumber: WeAreSocial.com.....	9
Gambar 3 Logo Katering Dapur Uni Widya Sumber: Data Penulis.....	36
Gambar 4 Tahapan Kerja Sumber: Data Penulis	51
Gambar 5 Akun Instagram @dapuruniwidya	53
Gambar 6 <i>Content Pillar</i> Katering Dapur Uni Widya	58
Gambar 7 Content Plan Katering Dapur Uni Widya	60
Gambar 8 Font yang digunakan untuk menjadi <i>Typeface</i> visual desain.....	63
Gambar 9 Colour Palete Visual Desain	64
Gambar 10 Visual Desain konten 1 dari top konten @dapuruniwidya	66
Gambar 11 Visual Desain konten 2 dari top konten @dapuruniwidya	68
Gambar 12 konten yang akan di upload ke akun @dapuruniwidya	69
Gambar 13 Insight dari top konten 1.....	75
Gambar 14 Insight Top Konten 2 @dapuruniwidya.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1 STP dan SWOT Katering Dapur Uni Widya Sumber: Data Penulis	56
Tabel 2 Content Plan 2 Top Konten akun instagram @dapuruniwidya	62

DAFTAR LAMPIRAN

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	84
SALINAN BIMBINGAN TUGAS AKHIR.....	88
TRANSKRIP WAWANCARA	92
LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME.....	93
SERTIFIKAT KOMPETENSI.....	94