

LAPORAN TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PRODUK RTD MULTIGRAIN BERBAHAN UBI CILEMBU DENGAN PEMANIS ALAMI MELALUI PLATFORM INSTAGRAM

Diajukan untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh

NADYA PUTRI HANIFAH

NIM: 2294406035

PROGRAM STUDI SENI KULINER

JURUSAN PARIWISATA

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA

2025

LAPORAN TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PRODUK RTD MULTIGRAIN BERBAHAN UBI CILEMBU DENGAN PEMANIS ALAMI MELALUI PLATFORM INSTAGRAM

Diajukan untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh

NADYA PUTRI HANIFAH

NIM: 2294406035

PROGRAM STUDI SENI KULINER

JURUSAN PARIWISATA

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Digital Produk RTD *Multigrain*
Berbahan Ubi Cilembu dengan Pemanis Alami melalui
Platform Instagram
Penulis : Nadya Putri Hanifah
NIM : 2294406035
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif hari Rabu tanggal 9 Juli 2025

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



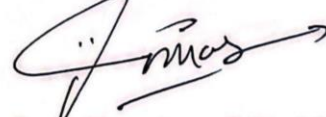
Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M.
NIP. 198605092019032011

Penguji 1



Fristi Bellia Annishia, S.KM., M.Par., M.M.
NIP. 198809082022032008

Penguji 2

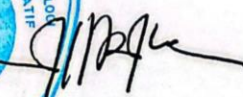


Dimas Bayu Pinandoyo, S.Si., M.Sc.
NIP. 198402032019031005



Mengetahui,

Ketua Jurusan



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Digital Produk RTD *Multigrain*
Berbahan Ubi Cilembu dengan Pemanis Alami melalui
Platform Instagram
Penulis : Nadya Putri Hanifah
NIM : 2294406035
Program Studi : Seni Kuliner

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 19 Juni 2025

Pembimbing 1



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

Pembimbing 2



Syahyuni Srimayasandy, S.Sn,M.A.
NIP. 199006302019032012

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Seni Kuliner



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

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS
PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Nadya Putri Hanifah
NIM	: 2294406035
Program Studi	: Seni Kuliner
Jurusan	: Pariwisata
Tahun Akademik	: 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

“Strategi Pemasaran Digital Produk RTD *Multigrain* Berbahan Ubi Cilembu dengan Pemanis Alami melalui Platform 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, 19 Juni 2025

Yang menyatakan,



Nadya Putri Hanifah
NIM. 2294406035

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Nadya Putri Hanifah
NIM : 2294406035
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:

“Strategi Pemasaran Digital Produk RTD *Multigrain* Berbahan Ubi Cilembu dengan Pemanis Alami melalui Platform 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 pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 19 Juni 2025
Yang menyatakan,



Nadya Putri Hanifah
NIM. 2294406035

ABSTRAK

Digital marketing strategy plays an important role in enhancing product competitiveness in the digital era. This study aims to explain the marketing strategy of U-bee using the Instagram platform. The strategy design process includes SWOT analysis, AIDA approach, content planning based on content pillars, and the use of Instagram features. Instagram was chosen because it offers many useful features and matches the characteristics of the target audience. Evaluation results based on Instagram Insight data show that Reels content is the most effective type in increasing audience interaction. This is also supported by the engagement rate calculation, which shows a high level of audience involvement with the shared content. This study indicates that a well-structured and consistent digital marketing strategy can positively influence the development of brand awareness and audience interest toward U-bee as a practical breakfast solution.

Keywords: *Digital marketing strategy, RTD multigrain, Cilembu Sweet Potatoes, Instagram.*

Strategi pemasaran digital memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing produk di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi pemasaran U-bee menggunakan platform Instagram. Proses perancangan strategi meliputi analisis SWOT, pendekatan AIDA, penyusunan konten berdasarkan content pillar, serta pemanfaatan fitur-fitur Instagram. Platform Instagram dipilih karena memiliki banyak fitur yang bisa digunakan dan sesuai dengan karakteristik target audiens. Hasil evaluasi berdasarkan data Instagram Insight menunjukkan bahwa konten Reels menjadi jenis konten dengan performa paling tinggi dalam meningkatkan interaksi audiens. Hal ini didukung pula oleh perhitungan engagement rate yang menunjukkan keterlibatan audiens cukup tinggi terhadap konten yang dibagikan. Penelitian ini memperlihatkan bahwa strategi pemasaran digital yang disusun secara terarah dan konsisten dapat memberikan pengaruh positif dalam membangun brand awareness dan minat terhadap produk U-bee sebagai solusi sarapan praktis.

Kata kunci: Strategi pemasaran digital, RTD multigrain, Ubi Cilembu, Instagram.

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Seni Kuliner di Politeknik Negeri Media Kreatif. Dalam tugas akhir ini, penulis bertugas pada Marketing Media Sosial. Berdasarkan tugas tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “Strategi Pemasaran Digital Produk RTD *Multigrain* Berbahan Ubi Cilembu dengan Pemanis Alami melalui Platform Instagram”. 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., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M., selaku Ketua Jurusan Pariwisata sekaligus Ketua Penguji.
4. Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par., selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata.
5. Dimas Bayu Pinandoyo, S.Si., M.Sc., selaku Koordinator Program Studi Seni Kuliner sekaligus Pembimbing I.
6. Rr. Christiana Mayang Anggraeni Stj, S.Pd., M.Pd., selaku Sekretaris Program Studi Seni Kuliner.
7. Syahyuni Srimayasandy, S.Sn., M.A., selaku Pembimbing II.
8. Fristi Bellia Annishia, S.KM., M.Par., M.M., selaku Penguji I.
9. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
10. Kepada cinta pertama dalam hidup penulis, Kapten CZI Hendrawanto dan Evy Sari, A.Md.Kom., sebagai orang tua yang senantiasa memberikan

kasih sayang, semangat, dan doa yang tidak pernah putus. Terima kasih atas dukungan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir ini, serta kepercayaan yang diberikan kepada penulis dalam setiap langkah kehidupan.

11. Kakak tersayang, Vira Hasna Arianti, S.M., serta kedua adik, Adit dan Raivan, yang selalu menjadi penyemangat.
12. Rekan-rekan kelompok tugas akhir Agny, Hasna, dan Rizkia yang telah bekerja sama dengan kompak dan penuh tanggung jawab. Terima kasih atas kerja tim yang menyenangkan dan saling mendukung dari awal hingga akhir.
13. Kedua sahabat terbaik Najwa dan Fina, terima kasih atas doa dan semangat yang kalian berikan.
14. Seluruh teman-teman Program Studi Seni Kuliner, khususnya Angkatan 2022, yang telah berbagi canda tawa, motivasi, serta semangat selama masa perkuliahan yang menjadikan perjalanan ini penuh warna dan kenangan berharga.
15. Kepada diri sendiri, yang telah bertahan, terus berjuang, dan tidak berhenti percaya bahwa semuanya bisa dilewati dengan baik.

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

Jakarta, 19 Juni 2025

Penulis,



Nadya Putri Hanifah

NIM. 2294406035

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS 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	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penulisan	4
F. Manfaat Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Strategi Pemasaran Digital	6
B. Produk RTD <i>Multigrain</i>	12
C. Instagram	16
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	22
A. Data/Objek Penulisan	22
B. Teknik Pengumpulan Data	23
C. Ruang Lingkup	24
D. Langkah Kerja	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
A. Pra-Produksi	27
B. Produksi	47
C. Pasca Produksi	51

BAB V PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak 2024	2
Gambar 2 Total Pengguna Media Sosial di Indonesia 2024.....	7
Gambar 3 Beras Merah, Oat, Buckwheat, Barley	14
Gambar 4 Ubi Cilembu	15
Gambar 5 <i>Luo Han Guo</i>	15
Gambar 6 Langkah Kerja Strategi Pemasaran	25
Gambar 7 Hasil Analisis SWOT	30
Gambar 8 <i>Direct Link</i> dan Strategi Caption.....	34
Gambar 9 Logo U-bee.....	35
Gambar 10 <i>Color Palette</i>	37
Gambar 11 Jenis huruf (<i>font</i>)	38
Gambar 12 <i>Feeds</i> Instagram @ubee.co	40
Gambar 13 Produk U-bee.....	41
Gambar 14 Kemasan Produk U-bee.....	42
Gambar 15 <i>Content Calendar</i> @ubee.co	43
Gambar 16 <i>Entertain Content</i>	44
Gambar 17 <i>Educate Content</i>	45
Gambar 18 <i>Inspire Content</i>	46
Gambar 19 <i>Convince Content</i>	47
Gambar 20 Konten <i>Product</i>	48
Gambar 21 Konten <i>Price</i>	49
Gambar 22 Konten <i>Place</i>	50
Gambar 23 Konten <i>Promotion</i>	51
Gambar 24 Tayangan Profil dan Konten Instagram @ubee.co	52
Gambar 25 <i>Reach Progress</i> @ubee.co	53
Gambar 26 Jumlah Interaksi Konten.....	54
Gambar 27 <i>Content Engagement</i> @ubee.co	54
Gambar 28 Testimoni.....	56
Gambar 29 <i>Engagement Rate</i> Instagram <i>Insight</i>	57
Gambar 30 <i>Engagement Rate</i> NotJustAnalytics	57
Gambar 31 Tampilan <i>Feed</i> Instagram @secangkir.hotto	60
Gambar 32 Konsumen U-bee.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1 <i>Customer Persona</i>	27
Tabel 2 Analisis Referensi Akun Kompetitor.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa.....	68
Lampiran 2 Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing 1	69
Lampiran 3 Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing 2	70
Lampiran 4 Hasil Cek Plagiarisme	71