

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN MEDIA SOSIAL

SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN *BRAND PREFERENCES*

PADA USAHA (DIMENTAI.CO)

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan



Disusun oleh

KEYSHA NAILA ARIASTO

NIM: 2293309023

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN

JURUSAN PARIWISATA

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

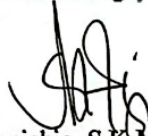
2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Strategi Pemasaran Media Sosial Sebagai
Upaya Meningkatkan *Brand Preferences* Pada Usaha
(dimentai.co).
Nama : Keysha Naila Ariasto
NIM : 2293309023
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata

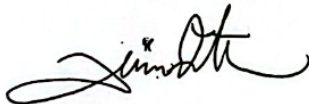
Tugas akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di Kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, tanggal 08 Juli 2026.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



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

Anggota 1



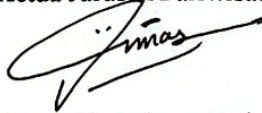
Anindita Budi Astuti, S.E., MM.
NIP. 198103052008122001

Anggota 2



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

Disahkan oleh:
Ketua Jurusan Pariwisata



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Strategi Pemasaran Media Sosial Sebagai Upaya
Meningkatkan *Brand Preferences* Pada Usaha (dimentai.co).

Penulis : Keysha Naila Ariasto

NIM : 2293309023

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan

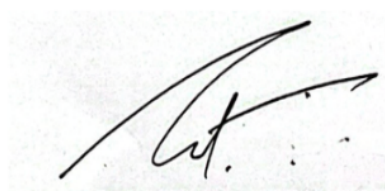
Ditandatangani di Jakarta,¹²Juni 2026

Pembimbing I



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

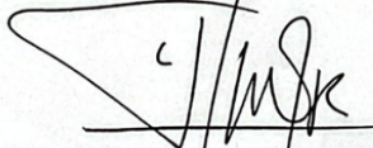
Pembimbing II



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

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan



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

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Keysha Naila Ariasto
NIM : 2293309023
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2025/2026

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: “Perancangan Strategi Pemasaran Media Sosial Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Preferences* Pada Usaha (dimentai.co)” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

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, 09 Juli 2026

Yang menyatakan,



METERAI
TEMPEL
10000
7009AOX106125014

Keysha Naila Ariasto
NIM. 2293309023

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Keysha Naila Ariasto
NIM	: 2293309023
Program Studi	: Pengelolaan Perhotelan
Jurusan	: Pariwisata
Tahun Akademik	: 2025/2026

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: “Perancangan Strategi Pemasaran Media Sosial Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Preferences* Pada Usaha (dimentai.co)” **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,..... Juli 2026

Yang menyatakan,



The image shows a handwritten signature in black ink over a pink 1000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and '54308AOX106125009'.

Keysha Naila Ariasto
NIM. 2293309023

ABSTRAK

This study aims to design a social media marketing strategy for (dimentai.co) to enhance brand preferences. Using a descriptive qualitative method, initial findings showed that Instagram management was sub-optimal due to inconsistent posting, limited content variation, and unaligned visual identity. Based on the AIDA model, a new strategy was developed incorporating content pillars, a content calendar, and visual branding. The implementation results demonstrated significant growth in Instagram performance: reach expanded from 3 to 867 accounts, interactions rose to 315, and followers grew from 56 to 88. In conclusion, a structured strategy effectively expands market reach and strengthens brand preferences.

Keywords: *social media marketing, branding, brand preferences, Instagram, AIDA model.*

Kajian ini bertujuan merancang strategi pemasaran media sosial pada usaha (dimentai.co) untuk meningkatkan *brand preferences*. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, hasil awal menunjukkan pengelolaan Instagram belum optimal akibat minimnya konsistensi, keterbatasan variasi konten, dan identitas visual yang tidak seragam. Berdasarkan analisis model AIDA, dirancang strategi baru meliputi penyusunan *content pillar*, *content calendar*, dan *visual branding*. Hasil implementasi menunjukkan peningkatan signifikan pada performa Instagram: jangkauan (*reach*) meluas dari 3 menjadi 867 akun, interaksi naik menjadi 315, dan pengikut tumbuh dari 56 menjadi 88 akun. Disimpulkan bahwa strategi terstruktur efektif memperluas pasar dan memperkuat *brand preferences*.

Kata Kunci: *pemasaran media sosial, branding, brand preferences, Instagram, model AIDA.*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Strategi Media Sosial Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Preferences* Pada Usaha (dimentai.co)”. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Terapan di program studi Diploma IV Pengelolaan Perhotelan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Penulis berharap laporan ini dapat memberikan banyak manfaat dan memberikan gambaran bagi para pembaca. Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D, Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Mawan Nugraha S.Sl., M.Acc., Ph.D. Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dimas Bayu Pinandoyo S.Si., M.Sc. Ketua Jurusan Pariwisata.
4. Fristi Bellia Annishia, S.K.M., M.Par., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata.
5. Lu’luwatin Rosdiana Aprilia, S.Pd., M.M.Par. selaku Kepala Program Studi Pengelolaan Perhotelan
6. Imas Masriah S.Tr.Par, M.Par. selaku Sekretaris Program Studi Pengelolaan Perhotelan
7. Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd, M.M., selaku Dosen Pembimbing I
8. Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par., selaku Dosen Pembimbing II
9. Bapak Sutono dan Ibu Riana orang tua penulis yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan, serta berbagai pelajaran hidup yang menjadi kekuatan bagi penulis hingga dapat menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih atas segala pengorbanan, perjuangan, dan cinta yang diberikan. Tugas Akhir ini penulis persembahkan sebagai bentuk rasa syukur dan terima kasih atas segala yang telah diberikan kepada penulis.

10. Dimas Ridhwan selaku kekasih dari penulis, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan penulis. Terima kasih telah menemani, mendukung, dan membantu dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis sangat bersyukur dan terbantu atas kehadirannya selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
11. Andhira Syafha dan Jasrel Akbar, selaku rekan satu kelompok Tugas Akhir, terima kasih atas kerja sama, bantuan, dan kebersamaan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
12. Andhira Syafha, Halifa Febriyanti, dan Zamara Zein, terima kasih telah menjadi sahabat penulis sejak awal perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih telah selalu kebersamaian, mendukung, dan berbagai canda tawa yang telah mengiringi perjalanan penulis selama menempuh pendidikan.
13. Kepada “BPH Arumeta” yang Namanya penulis tidak bisa sebutkan satu persatu. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis dari suka maupun duka. Terimakasih telah membantu, menemani, dan membantu dalam proses penyusunan Tugas Akhir.

Jakarta, 11 Juni 2026



Keysha Naila Ariasto

NIM. 2293309023

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Kajian.....	8
F. Manfaat Kajian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Pertanyaan Penelitian	17
BAB III METODE PENGKAJIAN	19
A. Jenis Kajian	19
B. Tempat dan Waktu Kajian.....	19
C. Subjek Kajian	20
D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	20
E. Teknik Analisis Data	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
A. Gambaran Umum Objek Kajian.....	24
B. Hasil Kajian.....	27

C. Pembahasan.....	39
D. Keterbatasan Kajian	68
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Produk	24
Gambar 2 Daftar Menu.....	25
Gambar 3 Data <i>Insight</i> Akun Instagram (dimentai.co) Periode Januari dan Februari	27
Gambar 4 Visual <i>Content</i> (dimentai.co).....	28
Gambar 5 Penggunaan <i>Caption</i> Instagram (dimentai.co)	29
Gambar 6 Variasi Konten (dimentai.co)	30
Gambar 7 Tingkat Interaksi Instagram (dimentai.co)	32
Gambar 8 Data <i>Reach</i> Akun Instagram (dimentai.co)	59
Gambar 9 Indikator <i>Impression</i> Akun Instgaram (dimentai.co)	60
Gambar 10 Indikator <i>Profile Visit</i> Akun Instagram (dimentai.co).....	61
Gambar 11 Data <i>Interaction</i> Akun Instagram (dimentai.co)	62
Gambar 12 Indikator <i>Followers</i> Akun Instagram (dimentai.co).....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Insight Postingan Akun Instagram @dimentai.co.....	3
Tabel 2 Analisis Faktor Tahapan AIDA.....	35
Tabel 3 Identifikasi Permasalahan dan Dampak Pemasaran Media Sosial.....	40
Tabel 4 Target Audiens Pemasaran Media Sosial.....	44
Tabel 5 Strategi Branding Usaha (dimentai.co).....	45
Tabel 6 Content Pillar.....	48
Tabel 7 Content Calendar April - Mei 2026.....	49
Tabel 8 Content Calendar Juni 2026	51
Tabel 9 Rancangan Strategi Visual Branding	53
Tabel 10 Rancangan Strategi Engagement Media Sosial.....	56
Tabel 11 Implementasi Model AIDA pada Perancangan Strategi	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa	77
Lampiran 2 Lembar Ceklis Observasi Aktivitas Media Sosial	78
Lampiran 3 Dokumentasi Content Calendar	80
Lampiran 4 Lembar Kartu Bimbingan	90
Lampiran 5 Surat Pernyataan HKI	92
Lampiran 6 Dokumentasi Uji Proposal Tugas Akhir	94
Lampiran 7 Sertifikat Praktik Industri.....	95