

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PRODUK SOSIS
SUKUN (SO-KUN) DALAM MENDUKUNG PENGENALAN
ALTERNATIF PANGAN NABATI**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh:

MUHAMMAD RAFIF

2394406039

PROGRAM STUDI SENI KULINER

JURUSAN PARIWISATA

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA

2026

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PRODUK SOSIS
SUKUN (SO-KUN) DALAM MENDUKUNG PENGENALAN
ALTERNATIF PANGAN NABATI**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh:

MUHAMMAD RAFIF

2394406039

**PROGRAM STUDI SENI KULINER
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA
2026**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Media Sosial Instagram Produk Sosis
Sukun (SO-KUN) Dalam Mendukung Alternatif
Pangan Nabati

Penulis : Muhammad Rafif

NIM : 2394406039

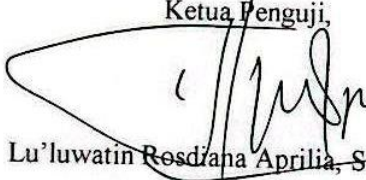
Program Studi : Seni Kuliner (D3)

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, tanggal 15 Juli 2026

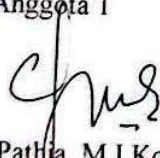
Disahkan oleh:

Ketua Penguji,


Lu'luwatir Rosdiana Aprilia, S.Pd., M.M

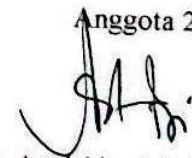
NIP. 199104252022031012

Anggota 1


Laelatul Pathia, M.I.Kom.

NIP. 199007162024062002

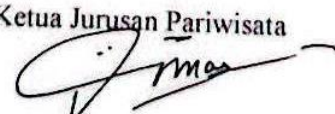
Anggota 2


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

NIP. 198809082022032008

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata


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

NIP. 198402032019031005

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Media Sosial Instagram Produk Sosis Sukun
(SO-KUN) Dalam Mendukung Alternatif Pangan Nabati
Penulis : Muhammad Rafif
NIM : 2394406039
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta,¹².....,^{Juni}.....2026.

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Dr.Ir. Cholid Mawardi, S.Kom., M.T.
NIP. 199111052019031016

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Seni Kuliner



Muhammad Ridwan, S.Ikom., M.M
NIP. 198603272019031013

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Muhammad Rafif
NIM	: 2394406039
Program Studi	: Seni Kuliner D3
Jurusan	: Pariwisata
Tahun Akademik	: 2026

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

“Perancangan Media Sosial Instagram Produk Sosis Sukun (SO-KUN) Dalam Mendukung Alternatif Pangan Nabati” 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 sebenarnya.

Jakarta , 12 Juni 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Rafif
NIM. 2394406039

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Muhammad Rafif
NIM : 2394406039
Program Studi : Seni Kuliner D3
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 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 Media Sosial Instagram Produk Sosis Sukun (SO-KUN) Dalam Mendukung Alternatif Pangan Nabati”.

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, 12 Juni 2026

Yang menyatakan,


Muhammad Rafif

NIM: 2394406039

ABSTRACT

This final project aims to design a brand identity and branding strategy for SO-KUN, a plant-based sausage product made from local breadfruit, through Instagram social media. The development of plant-based food trends and the underutilized potential of breadfruit as a local food commodity form the background of this project. In addition, the increasing role of digital media in marketing activities encourages the need for effective branding strategies for innovative food products. The theories used in this project include brand identity, branding strategy, visual communication design, and social media marketing. The implementation method employed a quantitative approach through observation, literature studies, and questionnaire distribution using pre-test and post-test methods. The design process included the development of a brand name, logo, colour palette, packaging label, visual concept, Instagram account, content pillars, and content calendar. The results indicate that the designed brand identity successfully represents the values of healthy, local, innovative, and environmentally friendly products. Furthermore, the branding strategy implemented through Instagram was positively received by respondents, where the majority agreed that the visual design, educational content, Therefore, the integration of a strong brand identity and a structured Instagram branding strategy can increase brand awareness and support the introduction of innovative local food products to the public.

Keywords: *brand identity, branding strategy, Instagram, breadfruit sausage, plant-based food*

ABSTRAK

Tugas akhir ini bertujuan merancang identitas merek dan strategi branding produk SO-KUN, yaitu sosis nabati berbahan dasar buah sukun lokal, melalui media sosial Instagram. Latar belakang perancangan ini didasarkan pada berkembangnya tren pangan nabati serta masih belum optimalnya pemanfaatan buah sukun sebagai komoditas pangan lokal yang memiliki potensi ekonomi tinggi. Selain itu, meningkatnya penggunaan media digital sebagai sarana pemasaran mendorong perlunya strategi branding yang efektif bagi produk pangan inovatif Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui observasi, studi pustaka, serta penyebaran kuesioner dengan metode pre-test dan post-test. Proses perancangan meliputi pembuatan nama merek, logo, palet warna, label kemasan, konsep visual, akun Instagram, *content pillar*, dan *content calendar*. Hasil perancangan menunjukkan bahwa identitas merek yang dibuat mampu merepresentasikan nilai sehat, lokal, inovatif. Strategi branding melalui Instagram juga memperoleh tanggapan positif dari responden, di mana mayoritas menyatakan setuju bahwa desain visual, konten edukatif, dan penyampaian informasi yang dilakukan telah efektif dalam memperkenalkan produk SO-KUN kepada masyarakat. Dengan demikian, identitas merek yang kuat dan strategi *branding* yang terencana melalui Instagram dapat meningkatkan *brand awareness* serta mendukung pengenalan produk pangan lokal inovatif kepada khalayak yang lebih luas.

Kata kunci: *identitas merek, strategi branding, Instagram, sosis sukun,*

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 menyusun laporan TA berjudul "Perancangan Media Sosial Instagram Produk Sosis Sukun (SO-KUN) Dalam Mendukung Alternatif Pangan Nabati Melalui Media Sosial Instagram".

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

1. Bapak Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Bapak Mawan Nugraha, Ph.D., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Bapak Dimas Bayu Pinandoyo, S.Si., M.Sc., Ketua Jurusan Pariwisata.
4. Ibu Fristi Bellia Annishia, S.K.M., M.Par., Sekretaris Jurusan dan dosen Pembimbing I.
5. Bapak Muhammad Ridwan, S.Ikom., M.M., Koordinator Program Studi Seni Kuliner.
6. Ibu Rr. Christiana Mayang Anggraeni, Stj., S.Pd., M.Pd., Sekretaris Program Studi Seni Kuliner.
7. Dr. Ir. Cholid Mawardi, S .Kom., MT., selaku Pembimbing II.
8. Para Dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
9. Keluarga penulis yang sangat penulis sayangi dan cintai, yang telah memberikan fasilitas dan memberikan semangat selama pendidikan.
10. Teman-teman penulis, terkhususnya teman-teman seni kuliner angkatan 5 yang sudah membantu penulis selama kuliah.

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

Jakarta, 11 Juni 2026

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muhammad Rafif', with a horizontal line underneath.

Muhammad Rafif

NIM. 2394406039

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR.....	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
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.....	8
A. <i>Branding</i>	8
B. <i>Brand identity</i> (Identitas Merek)	9
C. <i>Brand awareness</i> (Kesadaran Merek)	9
D. Analisis AIDA.....	10
E. Media Sosial	12
F. Instagram sebagai <i>Media Branding</i>	12
G. <i>Content pillar</i>	13
H. <i>Content calendar</i>	15
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	16
A. Data dan Objek Penulisan	16
B. Teknik Pengumpulan Data	18
C. Ruang Lingkup.....	19
D. Langkah Kerja.....	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
A. Pra Perancangan.....	25

B. Proses Perancangan	31
C. Pasca Perancangan	52
BAB V PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Platform media sosial terfavorit 2025	3
Gambar 2 Diagram alir langkah kerja	23
Gambar 3 Font Tipografi Cooper Black	33
Gambar 4 Moodboard SO-KUN	40
Gambar 5 Label Kemasan	41
Gambar 6 QR Code COntent Callendar	43
Gambar 7 Data Hasil Kuesioner Post-test	54
Gambar 8 Implementasi Label Pada Kemasan	55
Gambar 9 Akun Instagram @so_kun.healthy	56
Gambar 10 Data Tayangan Akun Instagram	57
Gambar 11 Data Hasil Interaksi Pengikut	58
Gambar 12 Data Rentang Usia Audiens	59
Gambar 13 Data Jenis kelamin Audiens	60
Gambar 14 Data Kota Asal Audiens	61
Gambar 15 Engagement Rate Akun Instagram @so_kun.healthy	63
Gambar 16 Engagement Rate Instagram @so_kun.healthy	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Informasi brief desain visual.....	25
Tabel 2 Referensi identitas merek.....	28
Tabel 3 Hasil Kuesioner Pre-test.....	30
Tabel 4 Colour Pallete.....	34
Tabel 5 Elemen Logo	36
Tabel 6 Visual Konten Promotional.....	44
Tabel 7 Visual konten entertainment	47
Tabel 8 Visual Konten Educational	49
Tabel 9 Visual konten Conversational	51
Tabel 10 Performa Media Sosial.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa.....	71
Lampiran 2 Lembar Pembimbingan Tugas akhir.....	72
Lampiran 3 Data Hasil Kuesioner Pretest.....	73
Lampiran 4 Content calendar	75
Lampiran 5 Hasil penilaian Post test.....	80
Lampiran 6 Google form Post Test.....	81
Lampiran 7 Hasil final feeds Instagram @so_kun.healthy	82
Lampiran 8 Dokumentasi Kegiatan	83