



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

STRATEGI PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN KONTRUKSI PESAN VISUAL HOME COFFE ROASTERY BOGOR

M. FARHAN



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Strategi Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram dalam Konstruksi Pesan Visual Home Coffee Roastery Bogor” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2026

M. Farhan
J0401221231



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

M. FARHAN. Strategi Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram dalam Konstruksi Pesan Visual Home Coffee Roastery Bogor. Dibimbing oleh BURHANUDDIN dan AL-MAY ABYAN IZZY BURHANI.

Penelitian ini menganalisis strategi pengelolaan konten Instagram sebagai media untuk merepresentasikan identitas pada Home Coffee Roastery Bogor. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini mengkaji siklus manajerial konten berdasarkan konsep *Social Media Management* (SMM) dari Luttrell yang mencakup perencanaan (*planning*), produksi (*creating*), distribusi (*distributing*), hingga evaluasi (*evaluating*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan nilai filosofis *storytelling* dan identitas visual bernuansa gelap (*dark tone*) secara konsisten berhasil merepresentasikan karakter usaha secara emosional. Integrasi pesan tekstual yang komunikatif dengan visual sinematik terbukti efektif memfasilitasi penyampaian informasi edukasi proses hulu kopi kepada audiens. Kendati demikian, penelitian ini mengidentifikasi perlunya peningkatan konsistensi jadwal unggah dan pemanfaatan analitik digital yang lebih komprehensif untuk menjaga relevansi merek di tengah persaingan industri kopi yang ketat. untuk menjaga relevansi merek di tengah persaingan industri kopi yang ketat.

Kata kunci: instagram, pengelolaan konten, *storytelling*, social media management

ABSTRACT

M. FARHAN. *Instagram Social Media Content Management Strategy in the Construction of Visual Messages for Home Coffee Roastery Bogor. Supervised by BURHANUDDIN and AL-MAY ABYAN IZZY BURHANI.*

This study analyzes the Instagram content management strategy as a medium to represent identity for Home Coffee Roastery Bogor. Using a descriptive qualitative method, this research examines the managerial cycle of content based on Luttrell's Social Media Management (SMM) concept, encompassing planning, creation, distribution, and evaluation. The results show that the consistent application of storytelling philosophical values and a dark-toned visual identity successfully represents the business character emotionally. The integration of communicative textual messages with cinematic visuals effectively facilitates the delivery of coffee upstream processing educational information to the audience. Nonetheless, this study identifies the need for improved posting consistency and more comprehensive digital analytics to maintain brand relevance amidst the competitive coffee industry.

Keywords: content management, instagram, storytelling. social media management



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



STRATEGI PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN KONTRUKSI PESAN VISUAL HOME COFFE ROASTERY BOGOR

M. FARHAN

Laporan Akhir
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Dr. David Rizar Nugroho, S.S., M.Si.

Perpustakaan IPB University



Judul Laporan : Strategi Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram dalam
Membangun Kontruksi Pesan Visual Home Coffe Roastery
Bogor
Nama : M. Farhan
NIM : J0401221231

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Ir. Burhanuddin, M.M.

Pembimbing 2:
Al-May Abyan Izzy Burhani, S.E., M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S. Sos., M.P.
NPI. 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 199607171992031003



Tanggal Ujian : 31 Juli 2026

Tanggal Lulus:



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan akhir yang berjudul "Strategi Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram dalam Membangun *Brand Awareness* Home Coffee Roastery Bogor" dengan baik dan lancar. Penyusunan laporan akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Komunikasi Digital dan Media. Penulis menyadari bahwa proses penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya doa, dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan yang berharga ini, dari hati yang paling dalam penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Muliarman tercinta, atas segala keringat, perjuangan, nasihat, kasih sayang, dan dukungan baik moral maupun material yang tidak pernah putus kepada penulis. Serta teruntuk bidadari surgaku, Almarhumah Ibu Eldriyeti, yang doa, restu, dan cintanya semasa hidup selalu terpatrit dan menjadi kekuatan serta motivasi terbesar bagi penulis untuk merampungkan pendidikan ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan tempat terbaik, terindah, dan paling mulia di sisi-Nya untuk Ibu.
2. Bapak Dr. Ir. Burhanuddin, M.M., selaku Dosen Pembimbing 1, dan Bapak Al-May Abyan Izzy Burhani, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing 2. Terima kasih yang sebesar-besarnya karena telah berbaik hati meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, kesabaran, serta arahan yang sangat berharga selama proses penyusunan tugas akhir ini dari awal hingga akhir.
3. Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media, serta Bapak Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T., selaku Dekan Sekolah Vokasi, atas segala fasilitas dan dukungan akademik yang diberikan kepada mahasiswa.
4. Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Bapak Dr. David Rizar Nugroho, S.S., M.Si. selaku dosen penguji. Terima kasih atas segala waktu yang diluangkan, serta kritik, saran, dan masukan konstruktif yang telah diberikan demi kesempurnaan penyusunan skripsi.
5. Segenap dosen dan staf pengajar Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi IPB University. Terima kasih atas segala dedikasi, ilmu, bimbingan, serta pengalaman berharga yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan
6. Seluruh pihak yang telah berpartisipasi dan banyak membantu kelancaran proses penelitian ini, baik sebagai narasumber, responden, maupun fasilitator, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga laporan akhir ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2026

M. Farhan



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Pengelolaan Konten	7
2.2 Pesan Visual	7
2.3 Persaingan Bisnis	8
2.4 Kajian Terdahulu	9
2.5 Kerangka Pemikiran	13
III METODE	15
3.1 Lokasi dan Waktu	15
3.2 Data Instrumen	15
3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data	16
3.4 Keabsahan Data	18
3.5 Subyek Penelitian	19
3.6 Alat dan Bahan Penelitian	20
3.7 Output Penelitian	20
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Gambaran Umum Perusahaan Home Coffee Roastery Bogor	21
4.2 Gambaran Umum Akun Instagram @home.roastery	22
4.3 Strategi <i>Social Media Management</i> yang diterapkan oleh Home Coffee Roastery Bogor pada platform Instagram	25
4.4 Konstruksi Pesan dan Visual Konten	37
V SIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Simpulan	43
5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	46
RIWAYAT HIDUP	52



DAFTAR TABEL

1	Penelitian Terdahulu	9
2	Daftar Narasumber	19

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka Pemikiran	14
2	Logo Home Coffee Roastery	21
3	Struktur Organisasi	22
4	Instagram Home Coffee Roastery	23
5	Proses Produksi Konten	28
6	Halaman Instagram Home Coffee Roastery Bogor	32
7	Tangkapan Layar Caption Instagram @home.roastery	39
8	Tampilan Halaman Profil Instagram @home.roastery	41

DAFTAR LAMPIRAN

1	Dokumentasi	48
2	Dokumentasi	48
3	Dokumentasi	48
4	Dokumentasi	49
5	Matriks Informan	50
6	Tabel penelitian	51