

**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT PROMOSI PADA  
SHOWROOM MOTOR FELLA & FELLY**



**LAPORAN AKHIR**

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan  
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**OLEH:**

**RARA YUNI DAMAYANTI**

**NPM 062030601581**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PALEMBANG**

**2023**

**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT PROMOSI PADA  
SHOWROOM MOTOR FELLA & FELLY**



**LAPORAN AKHIR**

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan diploma III  
pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**OLEH:**

**RARA YUNI DAMAYANTI  
NPM 062030601581**

**Menyetujui,**

**Pembimbing I,**



**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB.,CPM(A)**

**NIP 197602222002121001**

**Palembang,.....2023**

**Pembimbing II,**

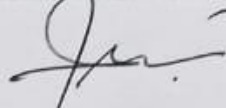


**Dr. A. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M**

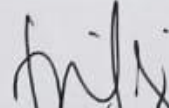
**NIP 196008061989101001**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan  
Administrasi Bisnis**



**Koordinator Program Studi  
D.III Administrasi Bisnis**



	<b>KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN</b>	 
	<b>POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA</b> <b>Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139</b> Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918 Website : <a href="http://www.polisriwijaya.ac.id">www.polisriwijaya.ac.id</a> E-mail : <a href="mailto:info@polsri.ac.id">info@polsri.ac.id</a>	
<b>SURAT PERNYATAAN</b>		

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rara Yuni Damayanti  
NPM : 062030601581  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D3 Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan  
Judul Laporan Akhir : Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Promosi  
Pada Showroom Motor Fella & Felly

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan ini saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya akan sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Rara Yuni Damayanti  
NPM 062030601581



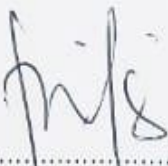
## LEMBAR PENGESAHAN

**Nama** : Rara Yuni Damayanti  
**NPM** : 062030601581  
**Jurusan/Program Studi** : Administrasi Bisnis/ D3Administrasi Bisnis  
**Mata Kuliah** : Administrasi Penjualan  
**Judul Laporan** : Penguunaan Media Sosial Sebagai Alat Promosi  
Pada Showroom Motor Fella & Felly

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir Jurusan  
Administrasi Bisnis Program Studi D3 Administrasi Bisnis dan dinyatakan  
**LULUS**

**Pada Hari** : Senin  
**Tanggal** : 28 Agustus 2023

### TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda-Tangan	Tanggal
1.	Dr. Heri Setiawan, S.E., MAB., CPMA Ketua Penguji	 .....	20 Sept 2023 .....
2.	Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M Anggota Penguji	 .....	20 Sept 2023 .....
3.	Fetty Maretha, S.E., M.M Anggota Penguji	 .....	20 Sept 2023 .....



## MOTO DAN PERSEMBAHAN

*“Bekerjalah untuk kepentingan duniamu seolah-olah kau hidup selamanya. Dan bekerjalah untuk kepentingan akhiratmu seolah-olah kamu akan mati besok.”*

*(Nabi Muhammad SAW)*

*“Kesetiaan adalah pengawal kerajaan cinta. Setialah. Maka cintamu akan suci dan murni.”*

*(Rara Yuni Damayanti)*

### **Kupersembahkan Kepada:**

- **Kedua orang tua tercinta**
- **Kakak dan adikku**
- **Kekasihku**
- **Sahabat-sahabatku**
- **Kucing-kucingku**
- **Dosen Pembimbingku**
- **Almamaterku**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan karunia-Nya, yang telah memberikan penulis kemudahan serta kelancaran dan proses pelaksanaan dalam pembuatan Laporan Akhir ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul **“Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Pada Showroom Motor Fella & Felly”**

Laporan Akhir ini ditulis dengan meneliti dan mempelajari tentang analisa strategi pemasaran penjualan martabak babe menggunakan metode SWOT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan pembuatan laporan ini terdapat kekurangan dan keterbatasan informasi yang tidak dapat lampirkan secara rinci. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritikan dan saran dari pembaca untuk membuat laporan ini menjadi lebih baik lagi.

Penulis menyampaikan banyak ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan laporan akhir ini. Akhir kata penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan yang ada dalam laporan ini, serta mengharapkan agar Laporan Akhir ini dapat dijadikan referensi dan bermanfaat kedepannya bagi kami semua

Palembang, Agustus 2023

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini, penulis menyadari laporan ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya bimbingan, bantuan, dorongan, dan saran serta do'a dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya dan selaku Dosen Pembimbing I Laporan Akhir.
3. Ibu Dr. Mariska Lupikawaty, S.E., MAB., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
5. Bapak Dr. A.Jalaludin Sayuti, S.E.,M.Hum.Res.M, selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan pengarahan dan bimbingan selama penulisan Laporan Akhir ini.
6. Orang tua saya, Papa dan mama yang tanpa hentinya terus mendukung saya dengan berbagai cara dan selalu mendoakan saya dalam segala situasi dan kondisi yang saya hadapi.
7. Kekasih saya, Imam Rizqy Zamzami terima kasih telah memberikan dukungan dengan tulus untuk berjuang menyelesaikan laporan akhir ini hingga tuntas.
8. Kucing kesayangan saya, Billo, Chokky, Oyen, Boba dan Bubu terima kasih sudah menghibur saya dan selalu membuat saya tenang dan semangat dalam mengerjakan laporan akhir ini.



9. Sahabatku, Enjlie Eka Putri terima kasih telah menyediakan pundak untuk menangis dan memberi bantuan saat aku membutuhkannya. Terima kasih sudah menjadi teman terbaikku.

10. Kakak dan adik-adikku terima kasih atas segala doa dan dukungannya.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapatkan perlindungan-Nya.Aamiin

Palembang, Agustus 2023

Penulis

## **ABSTRAK**

## **ABSTRAK**

Laporan Akhir ini dibuat dengan tujuan untuk Tujuan yang ingin di capai oleh penulis dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial sebagai alat promosi pada showroom motor fella&felly. Metode penelitian yang digunakan berupa metode kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif yaitu berupa uraian dengan menggunakan data-data literatur-literatur maupun buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi showroom motor fella & felly sehingga dapat diambil suatu kesimpulan untuk dijadikan masukan bagi usaha showroom motor fella & felly dalam melakukan promosi. Dalam memperoleh data pada penyusunan laporan akhir ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara wawancara melakukan tanya jawab seraya bertatap muka antara pewawancara dengan informan. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dan riset kepustakaan dengan pemilik usaha dan karyawan dari showroom motor fella felly. Fitur Facebook yang sering digunakan untuk promosi showroom motor fella & felly adalah melalui postingan dan cerita facebook selain fitur ini mudah digunakan, fitur inilah yang dapat dengan mudah dilihat oleh teman facebook dari showroom motor fella&felly. Whatsapp adalah salah satu aplikasi pesan instan yang paling populer di dunia, Tidak jauh berbeda dengan aplikasi facebook, whatsapps juga dapat membuat status atau story, nantinya status story tersebut bisa dilihat oleh orang lain atau pengguna lain. Penggunaan whatsapp yang digunakan showroom motor fella & felly ialah dengan membuat status atau story berupa foto-foto motor yang di bagikan showroom fella felly melalui unggahan story tersebut agar pengguna lainnya bisa memantau.

**Kata kunci:** *Penggunaan Media Sosial, Facebook dan Whatsapp*



## ABSTRACT

*This Final Report was made with the aim of the objectives to be achieved by the authors in this study to find out how to use social media as a promotional tool I the falla&fally motor showroom. The research method used is a descriptive qualitative method. A descriptive qualitative approach is in the form of a description using data from literature and books related to the problems faced by the fella & felly motor showroom so that a conclusion can be drawn to serve as input for the fella & felly motorcycle showroom business in carrying out promotions in obtaining data on The preparation of this final report uses the data collection method by means of interviews conducting question and answer while face to face between the interviewer and the informant. In this study, the analyst will conduct interviews and library research with business owners and employees from the fella felly motorcycle showroom. Facebook features that are often used for showroom promotion Fella & Felly motorbikes are through Facebook posts stories. In addition to this feature, it is easy to use. Whatsapp is one of the most popular instant messaging applications in the world. Not much different from the Facebook application, whatsapps can also create statuses or stories, later the status stories can be seen by other people or other users: The use of whatsapp is used by the fella & telly motorbike showroom done by making a status or stor in the form of photos of motorbikes which are shared in the falla fally showroom through uploading the story so that other users can monitor*

*Keywords: Use of Social Media, Facebook and Whatsapp*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI</b> .....	iv
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Metodologi Penelitian.....	7
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	7
1.5.3 Metode Pengumpulan Data.....	8
1.5.4 Metode Analisis Data.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pemasaran.....	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	11
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	11
2.2 Promosi .....	12
2.2.1 Pengertian Promosi .....	12
2.2.2 Tujuan Promosi .....	13
2.2.3 Fungsi Promosi.....	14
2.2.4 Bauran Promosi.....	15
2.2.5 Periklanan.....	17

2.2.6 Tujuan Periklanan.....	18
2.2.7 Jenis jenis Periklanan.....	18
2.3 Facebook.....	20
2.3.1 Pengertian Facebook.....	20
2.3.2 Kelebihan Facebook.....	20
2.3.3 Fitur-fitur Facebook.....	21
2.4 Whatsapp.....	22
2.4.1 Pengertian Whatsapp.....	22
2.4.2 Manfaat Whatsapp.....	22
2.4.3 Fitur-fitur Whatsapp.....	22
<b>BAB III SEJARAH UMUM PERUSAHAAN</b>	
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	24
3.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan .....	25
3.2.1 Visi Perusahaan.....	25
3.2.2 Misi Perusahaan .....	25
3.2.3 Logo Perusahaan .....	26
3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	26
3.3.1 Struktur Organisasi.....	26
3.3.2 Pembagian Tugas.....	27
3.4 Produk dan Harga Motor di showroom Fella & Felly.....	28
3.5 Media Promosi Yang Ada Di Showroom Motor Fella&Fely ...	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi.....	31
4.1.1 Melakukan Promosi Mellaui Facebook.....	32
4.1.2 Melakukan Promosi Melalui Whatsapp.....	34
4.2 Isi Konten Showroom Motor Fella&Felly.....	35
4.2.1 Konten Promosi.....	35
4.3 Isi Konten Whatsapp Showroom Motor Fella&Felly.....	38
4.4 Dampak Facebook dalam Peningkatan Pembeli Motor Di showroom Fella & Felly.....	39
4.5 Analisis Penerapan Promosi Melalui Periklanan.....	39
4.5.1 Penerapan Srategi Promosi melalaui Facebook.....	40
4.5.2 Penerapan Srategi Promosi melalaui Facebook .....	43
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran.....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	49
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Postingan promosi produk motor showroom motor fella & felly melalui facebook.....	3
Gambar 3.1 Logo Perusahaan.....	26
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Showroom Motor Fella & Felly.....	29
Gambar 3.4 Akun Facebook.....	30
Gambar 4.1 Isi Konten Facebook Showroom Motor Fella & Felly.....	36
Gambar 4.2 Tempat perusahaan.....	36
Gambar 4.3 Produk Motor Showroom Motor Fella& Felly.....	37
Gambar 4.4 Promosi Melalui Story/Status Whatsapp.....	38
Gambar 4.5 Postingan Facebook.....	40
Gambar 4.6 akun Facebook.....	41
Gambar 4.7 Fitur Chat Whatsapp Showroom Motor Fella & Felly.....	44
Gambar 4.8 Nomor Whatsapp Owner Showroom Motor Fella & Felly.....	45

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Grafik penjualan penjualan motor pada showroom fella&felly tahun 2020-2022.....	5
Tabel 3.1 Produk dan Harga Motor Showroom Fella & Felly.....	28
Tabel 4.1 Dampak Penggunaan Facebook & Whatsapp.....	39



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Surat Rekomendasi Uji Laporan Akhir
- Lampiran 2 Surat Pengantar Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 4 Surat Kesepakatan Bimbingan Pembimbing
- Lampiran 5 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing
- Lampiran 6 Lembar Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 7 Hasil Wawancara