

**PENGEMBANGAN E-MARKETING MEDIA VISUAL DALAM
MENINGKATKAN ENGAGEMENT SOSIAL MEDIA
@DNACOFFEE_LAHAT**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Pendidikan Sarjana
Terapan Jurusan Teknik Komputer Program Studi Teknologi Informatika
Multimedia Digital**

OLEH :

M. Ramadhan Athaska

062040722631

TEKNIK KOMPUTER

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

2024

LEMBAR PENGESAHAN
PENGEMBANGAN E-MARKETING MEDIA VISUAL DALAM
MENINGKATKAN ENGAGEMENT SOSIAL MEDIA
@DNACOFFEE_LAHAT



OLEH:
M. RAMADHAN ATHASKHA
062040722631

Palembang, Agustus 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I,

Ali Firdaus, M. Kom.
NIP. 197010112001121001

Dosen Pembimbing II,

Hidayati Ami, M. Kom.
NIP. 198409142019032009

Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Komputer

Azwardi, S.T., M.T.
NIP. 197005232005011004

HALAMAN MOTTO

You can't be afraid of people willing to hurt you, cause if you fear life, then you will never live.— Chester Bennington

I'm not special. I'm just broken And I don't wanna be fixed.

— Marilyn Manson (Solve Coagula)

Untuk Ayah M. Rizal Fikri dan Ibu Nurhayati serta Adik ku Chelsea nadine, terima kasih atas support dan doa dari kalian selama ini. Terimakasih untuk seluruh keluarga besar atas doanya selama ini.

Serta untuk dosen pembimbing Bapak Ali firdaus,M.Kom. Dan Ibu Hidayati Ami,M.Kom. yang sudah membantu dan memberi masukan dalam penyelesaian Skripsi ini, serta dosen dosen lainnya yang sudah dengan baiknya memberikan ilmu kepada saya, sekali lagi terimakasih.

Terima kasih saya ucapkan kepada Fadhilah Rachma Sary, Agung Kurniawan, Risky Imanuel, M. Jevon Lee yang telah menemani dari awal masa perkuliahan hingga saat ini saat senang maupun susah.

Terima kasih juga saya ucapkan kepada teman – teman yang berada diatap yang sama Barangan Permai A31, dan seluruh teman - teman AS yang sudah mensupport baik teman – teman di dalam kota Palembang maupun diluar kota Palembang.

Terima kasih untuk semuanya semoga amal dan ibadah kalian dibalasooleh Allah SWT, dan semoga kita semua dapat berdiri ditempat yang kita mimpikan dan cita-citakan sambil bercerita dan tertawa tentang apa yang telah kita gapai, tanpa penyesalan.



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA**



JURUSAN TEKNIK KOMPUTER

Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139 Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918

Website: www.polisriwijaya.ac.id E-mail: info@polsri.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa,

Nama : M. Ramadhan Athaskha
NIM : 062040722631
Jurusan : Teknik Komputer
Program Studi : D IV Teknologi Informatika Multimedia Digital
Judul Skripsi : Pengembangan E-Marketing Media Visual Dalam Meningkatkan Engagement Sosial Media @Dnacoffee_Lahat

Dengan ini menyatakan:

1. Skripsi yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Skripsi tersebut bukan plagiat atau menyalin dokumen skripsi milik orang lain.
3. Apabila skripsi ini di kemudian hari dinyatakan plagiat atau menyalin skripsi orang lain, maka saya bersedia menanggung konsekuensinya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Agustus 2024

Penulis,

M. Ramadhan Athaskha
NIM.062040722631

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir yang berjudul **“Pengembangan E-Marketing Media Visual Dalam Meningkatkan Engagement Sosial Media @dnacoffee_lahat”** Adapun tujuan dari penulisan proposal tugas akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Pendidikan Sarjana Terapan di Jurusan Teknik Komputer Program Studi Teknologi Informatika Multimedia Digital Politeknik Negeri Sriwijaya

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dukungan selama pengerjaan proposal tugas akhir ini. Terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT. Yang terus memberikan limpahan rahmat dan kemudahan serta kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan proposal akhir ini.
2. Kedua orang tua saya, ayah M. Rizal Fikri dan ibu Nurhayati, saudara saya Chelsea Nadine Oktafi dan keluarga yang telah memberikan doa, motivasi, dukungan, dan semangat.
3. Bapak Ir. Ahmad Taqwa, M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Bapak Azwardi, ST, MT. selaku ketua jurusan teknik komputer Politeknik Negeri Sriwijaya
5. Ibu Ema Laila, S.Kom.,M.Kom selaku Ketua Program Studi Teknologi Informatika Multimedia Digital.
6. Bapak Ali Firdaus,M.Kom selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, dan nasihat dalam menyelesaikan proposal tugas akhir ini.

7. Ibu Hidayati Ami, M.Kom selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, dan nasihat dalam menyelesaikan proposal tugas akhir ini.
8. Seluruh dosen beserta staff di lingkungan jurusan Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya
9. Owner dan staff di DNA COFFE.
10. Teman-teman AS dan Barangan.
11. Teman-teman kelas 8 TIB angkatan 2020 yang telah berjuang sama-sama dalam meraih kesuksesan

Akhir kata, penulis mohon maaf apabila masih terdapat banyak kekurangan dalam pembuatan proposal tugas akhir ini, baik dari materi dan maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu mohon kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga proposal tugas ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Terima kasih.

Palembang, Juli 2024

Penulis

PENGEMBANGAN E-MARKETING MEDIA VISUAL DALAM
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* SOSIAL MEDIA
@DNACOFFEE_LAHAT

(M. Ramadhan Athaskha, 2024, 70 Halaman)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi e-marketing berbasis media visual guna meningkatkan keterlibatan audiens pada akun Instagram @dnacoffee_lahat, yang merupakan platform utama DNA Coffee. Dalam era digital yang kompetitif, keberhasilan pemasaran tidak hanya bergantung pada eksistensi media sosial, tetapi juga pada kemampuan menciptakan konten visual yang menarik, relevan, dan konsisten. Dengan menggunakan pendekatan Research and Development (R&D), penelitian ini merancang, memproduksi, dan menguji konten visual berupa foto, video, dan desain grafis yang disesuaikan dengan audiens target. Tahapan penelitian mencakup analisis kebutuhan, pengembangan konten, dan evaluasi efektivitas melalui fitur *insight* Instagram. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam keterlibatan pengguna, dengan 4 video Reels dan 8 desain grafis yang diunggah secara terjadwal dengan gaya minimalis dan profesional. Pengujian dilakukan dengan metode uji Alpha dan Beta. Uji Alpha, yang melibatkan pemilik dan dua staf, menghasilkan rata-rata 93% dengan kategori "Sangat Setuju". Uji Beta dilakukan dengan 150 responden melalui fitur Instastory Instagram, menghasilkan rata-rata 90,42% dengan kategori "Sangat Setuju". Hasil penelitian ini membuktikan bahwa strategi konten visual yang terencana dengan baik dapat meningkatkan interaksi audiens dan memberikan kontribusi praktis bagi UMKM dalam mengoptimalkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif dan berkelanjutan.

Kata kunci: *E-Marketing*, Media Visual, *Engagement*, Media Sosial, Kopi Pagar Alam, Strategi Pemasaran Digital, Konten Visual.

PENGEMBANGAN E-MARKETING MEDIA VISUAL DALAM
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* SOSIAL MEDIA
@DNACOFFEE_LAHAT

(M. Ramadhan Athaskha, 2024, 70 Halaman)

ABSTRACT

This study aims to develop a visual-based e-marketing strategy to enhance audience engagement on the Instagram account @dnacoffee_lahat, the primary platform for DNA Coffee. In the competitive digital landscape, marketing success depends not only on social media presence but also on creating engaging, relevant, and consistent visual content. Using a Research and Development (R&D) approach, the study designs, produces, and tests visual content, including photos, videos, and graphic designs tailored to the target audience. The research includes needs analysis, content development, and effectiveness evaluation through Instagram's *insight* feature. The results show significant improvements in user engagement, with 4 Reels videos and 8 graphic designs uploaded on a scheduled basis, featuring a minimalist and professional style. Testing was conducted using Alpha and Beta methods. The Alpha test, involving the owner and two staff members, yielded a 93% approval rate ("Strongly Agree"). The Beta test, conducted with 150 respondents via Instagram *Instastory*, resulted in a 90.42% approval rate ("Strongly Agree"). The findings demonstrate that a well-planned visual content strategy can significantly enhance audience interaction and provide practical insights for SMEs in optimizing social media as an effective and sustainable marketing tool.

Keyword: E-Marketing, Visual Media, Engagement, Social Media, Pagar Alam Coffee, Digital Marketing Strategy, Visual Content.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGUJIAN.....	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 E-Marketing	4
2.2 Media visual	5
2.3 Media Visual dalam e- marketing	6
2.4 Media sosial dan pengaruh terhadap e-marketing.....	7
2.5 Konten visual untuk e-marketing	9
2.6 Engagement di sosial media	10
2.7 Metode Pengukuran Engagement di sosial media	12

2.8	Research and Development (R&D)	14
2.9	Teori Video	15
2.10	Tipografi	31
2.11	Penelitian Terdahulu	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Kerangka Penelitian	34
3.2	Metode Pengembangan Multimedia	35
3.3	Potensi Dan Masalah	35
3.4	Pengumpulan Data	36
3.5	Desain Produk	37
3.5.1	Pra Produksi	37
3.5.2	Produksi	37
3.5.3	Pasca Produksi	38
3.6	Revisi Produk	45
3.7	Publikasi	45
3.8	Teknik Analisis Data	46
3.9	Perancangan Kuesioner	51
3.10.1	Perancangan Kuesioner Alpha	52
3.10.2	Perancangan Kuesioner Beta	53

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil	55
4.2	Pengujian Alpha	65
4.3	Pengujian Beta	66

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	69
5.1 Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>E-markeing</i>	4
Gambar 2.2 <i>Engagement Media Sosial</i>	11
Gambar 2.3 <i>Fitur Insight Media Sosial</i>	12
Gambar 2.4 <i>Frog Eye Angle</i>	16
Gambar 2.5 <i>Low Angle</i>	17
Gambar 2.6 <i>Eye Level Angle</i>	17
Gambar 2.7 <i>High Angle</i>	18
Gambar 2.8 <i>Bird Eye Angle</i>	18
Gambar 2.9 <i>Extreme Close Up</i>	19
Gambar 2.10 <i>Big Close Up</i>	20
Gambar 2.11 <i>Close Up</i>	20
Gambar 2.12 <i>Medium Close Up</i>	21
Gambar 2.13 <i>Medium Shot</i>	21
Gambar 2.14 <i>Full Shot</i>	22
Gambar 2.15 <i>Long Shot</i>	22
Gambar 2.16 <i>Full Shot</i>	23
Gambar 2.17 <i>Rule of Thirds</i>	24
Gambar 2.18 <i>Golden Ratio</i>	25
Gambar 2.19 <i>Leading Lines</i>	25
Gambar 2.20 <i>Golden Triangle</i>	26
Gambar 2.21 <i>Head Room</i>	27
Gambar 2.22 <i>Walking Room</i>	27
Gambar 2.23 <i>Tipografi</i>	32

Gambar 3.1 Kerangka Penelitian	35
Gambar 3.2 Tahapan R&D	36
Gambar 3.3 Insight Akun @dnacoffee_lahat (21 April – 21 Mei 2024).....	37
Gambar 3.4 <i>Storyboard</i>	38
Gambar 3.5 Tahap Produksi.....	39
Gambar 3.6 <i>Backup Footage</i> Dan Foto.....	40
Gambar 3.7 Proses Sebelum Pewarnaan Foto	41
Gambar 3.8 Proses Setelah Pewarnaan Foto	41
Gambar 3.9 Proses Akhir Editing Desain Grafis	42
Gambar 3.10 Proses <i>Compositing</i>	42
Gambar 3.11 <i>Audio</i> Sebelum <i>Sound Editing</i>	43
Gambar 3.12 <i>Audio</i> Sesudah <i>Sound Editing</i>	43
Gambar 3.13 Proses <i>Scoring Music</i>	44
Gambar 3.14 <i>Footages</i> Sebelum <i>Color Grading</i>	44
Gambar 3.15 <i>Footages</i> Sesudah <i>Color Grading</i>	45
Gambar 3.16 Proses <i>Export</i> Atau <i>Rendering Video</i>	45
Gambar 3.17 Proses Export Desain	46
Gambar 3.18 <i>Rating Scale</i>	48
Gambar 4.1 <i>Feed instagram</i> akun @dnacoffee_lahat sebelum <i>redesign</i> (a) <i>Feed instagram</i> akun @dnacoffee_lahat sesudah <i>redesign</i> (b).....	56
Gambar 4.2 Desain Kopi Lanang (Fine Robusta Pagar Alam)	57
Gambar 4.3 Desain <i>Honey Prosess</i>	58
Gambar 4.4 <i>Screencast Reels</i> yang diupload diminggu pertama	58
Gambar 4.5 Desain Perkenalan Produk Baru	59
Gambar 4.6 Desain Detail Dari Produk Baru	60

Gambar 4.7 <i>Screencast Reels</i> yang diupload diminggu kedua	60
Gambar 4.8 Desain infografis mengenai <i>latte</i>	61
Gambar 4.9 Desain mengenai <i>espresso</i>	62
Gambar 4.10 <i>Screencast Reels</i> yang diupload diminggu ketiga	62
Gambar 4.11 Desain metode <i>manual brewing</i>	63
Gambar 4.12 Desain metode <i>machine brewing</i>	64
Gambar 4.13 <i>Screencast Reels</i> yang diupload diminggu keempat	64
Gambar 4.14 Engagement rate akun @dnacoffee_lahat 21 Mei 2024.....	65
Gambar 4.15 Engagement rate akun @dnacoffee_lahat 21 April 2024.....	65
Gambar 4.16 Distribusi Responden <i>Beta</i> Berdasarkan Umur	67
Gambar 4.17 Distribusi Responden <i>Beta</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Nilai Skala	47
Tabel 3.2 Skor Kriterion (Ideal)	48
Tabel 3.3 Rating Scale.....	49
Tabel 3.4 Contoh Data Hasil Survey	50
Tabel 3.5 Skor Kriterion pada Contoh Kasus	51
Tabel 3.6 Rating Scale pada Contoh Kasus	51
Tabel 3.7 Pertanyaan Kuesioner Alpha.....	53
Tabel 3.8 Pertanyaan Kuesioner Beta.....	54
Tabel 4.1 Hasil Pengujian Alpha	68
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Beta.....	66