

**PERANCANGAN *DIGITAL CONTENT CREATIVE* PADA MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM
PENINGKATAN PENJUALAN KERUPUK KEMPLANG
TINI BOS KAYU AGUNG**



LAPORAN AKHIR

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

OLEH

**RISMA SARI ADELIA
NPM 062130601623**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2024**

**PERANCANGAN DIGITAL *CONTENT CREATIVE* PADA MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM
PENINGKATAN PENJUALAN KERUPUK KEMPLANG TINI BOS
KAYU AGUNG**

LAPORAN AKHIR



OLEH

**RISMA SARI ADELIA
NPM 062130601623**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Titi Andriyani, S.E., M.Si.
NIP 197310192001122002**

Palembang, 1 Agustus 2024

Pembimbing II,

**Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si.
NIP 197301312001121002**

Mengetahui

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB, CPMA.
NIP 197602222002121001**

**Koordinator Program Studi
D. IIII Administrasi Bisnis,**

**Fetty Maretha, S.E., M.M.
NIP 198203242008012009**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Risma Sari Adelia
NPM : 062130601623
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D.III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Perancangan Digital *Content Creative* Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Kerupuk Kemplang Tini Bos Kayu Agung

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Laporan yang 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. Laporan Akhir ini saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya 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, ... 2 ... Agustus ... 2024

Yang membuat pernyataan,



METERAI
TANPA
F9DC0ALX320564022

Risma Sari Adelia

NPM 062130601623

LEMBAR PENGESAHAN

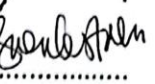
Nama : Risma Sari Adella
NPM : 062130601523
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Perancangan Digital Content Creative Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Kerupuk Kemplang Tini Bos

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

Pada Hari: ..Jumat.....

Tanggal: 2 Agustus 2024

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Titi Andriyani, S.E., M.Si Ketua Penguji		1/8 2024
2.	Al Hushori, S.E., MAB Anggota Penguji		31/7 2024
3.	Dr. Sari Lestari Z.Ridho, S.E., M.Ec Anggota Penguji		7/8 2024
4.	Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M Anggota Penguji		31/7 2024

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, keberhasilan adalah milik mereka yang senantiasa berusaha” (BJ. Habibie)

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya” (Q.S Al- Baqarah, 2: 286)

Kupersembahkan Kepada:

- ❖ Keluarga yang tidak pernah beristirahat dalam mendoakan, mendukung serta mengasihi.**
- ❖ Teman-teman kelas 6NN 2021**
- ❖ Almamater Politeknik Negeri Sriwijaya.**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan khadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa dilimpahkan sehingga Laporan Akhir saya dapat terselesaikan. Laporan Akhir ini berjudul “Perancangan Digital Content Creative Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Kerupuk Kemplang Tini Bos Kayu Agung”.

Metode yang digunakan penulis yaitu metode kualitatif dalam penulisan laporan akhir ini. Metode yang digunakan penulis yang diperoleh dari kerupuk kemplang Tini Bos baik data yang didapatkan melalui wawancara maupun obsevasi secara langsung yang selanjutnya data tersebut diinput dalam perancangan media sosial Instagram sebagai media promosi penjualan kerupuk kemplang Tini Bos Kayu Agung. Dengan menggunakan tahap pengembangan multimedia yang di adopsi dari Luther yaitu, *concept, design, material collecting, assembly, testing, distribution*.

Saya menyadari dalam penulisan Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu Penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya positif dan membangun demi kesempurnaan laporan ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

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

Palembang, Juli 2024

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis banyak sekali mendapatkan bantuan, bimbingan, nasihat serta masukan berupa saran maupun ide. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya Kepada:

1. Bapak Dr. Beny Bandanadjaja, S.T., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, SE., M.AB., CPMA., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi D3 Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Titi Andriyani, S.E., M.Si., selaku Dosen pembimbing I yang telah membimbing, menasehati, serta memberikan masukan berupa saran maupun ide dalam penyelesaian Laporan Akhir.
6. Bapak Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si., selaku Dosen pembimbing II yang telah membimbing, menasehati, serta memberikan masukan berupa saran maupun ide dalam penyelesaian Laporan Akhir.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan seluruh Karyawan Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat sehingga kami dapat menyelesaikan laporan ini.
8. Ibu Kartini selaku pemilik usaha kerupuk kempalang Tini Bos.
9. Alm. Ayah Sofiar. Alhamdulillah kini penulis sudah berada ditahap ini menyelesaikan laporan akhir. Terima kasih sudah mengantarkan penulis berada ditempat ini meskipun pada akhirnya perjalanan ini harus penulis lewati sendiri tanpa ayah yang menemani.
10. Mama tersayang, Marniyati, terimakasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada beliau atas segala doa yang diberikan selama ini. Terima

kasih atas nasihat yang diberikan kepada penulis. Mama menjadi pengingat dan penguat yang paling hebat. Terima kasih Mama.

11. Untuk diri saya sendiri Risma Sari Adelia terimakasih telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri dari tekanan luar, yang tidak menyerahkan sesulit apapun rintangan kuliah dan proses penyusunan laporan akhir ini. Terimakasih diriku semoga tetap rendah hati.
12. Keluarga besar H. Aspani Harun dan keluarga besar H. Aras Mali yang sudah memberikan dan dukungan secara moral dan finansial kepada penulis.
13. Rekan-rekan mahasiswa, terkhusus kelas 6 NN yang telah bersama-sama berjuang dan memberikan motivasi dalam menempuh Pendidikan selama perkuliahan.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar -besarnya kepada semua pihak yang ikut membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini, Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan karunia dan rahmat-Nya kepada kita semua Aamiin.

Palembang, 2024

Penulis

ABSTRAK

Perancangan *Digital Content Creative* Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Kerupuk Kemplang Tini Bos Kayu Agung ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana merancang content media sosial Instagram sebagai media promosi. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini berupa analisis data kualitatif yang berentuk kata, skema dan gambar, dan tahap pengembangan multimedia yang diadopsi dari Luther terdapat enam tahap dalam langkah pengembangan multimedia yaitu, *concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution*. Berdasarkan hasil perancangan *content creative* pada media sosial Instagram pada kerupuk kemplang Tini Bos, penulis menemukan manfaat yaitu Toko kerupuk kemplang Tini Bos dapat menjangkau semua pengguna Instagram dalam mempromosikan produknya sehingga bisa dikenal oleh banyak orang dan menarik minat pelanggan untuk membeli kerupuk kemplang Tini Bos Kayu Agung. Setelah pembuatan akun media sosial Instagram kerupuk kemplang Tini Bos diharapkan bisa konsisten dalam memposting *content Feed* maupun *Reels* terbaru dan aktivitas di Toko kerupuk kemplang Tini Bos agar dapat dilihat oleh semua pengikut kerupuk kemplang Tini Bos. *Content creative* yang telah dibuat diharapkan bisa berjalan dengan baik dan membuat jadwal postingan yang teratur. Bekerjasama dengan *influncer* atau *youtuber* Kayu Agung untuk mempromosikan produk kerupuk kemplang Tini Bos dan aktif berinteraksi dengan pengikut melalui *likes*, dan *direct messages* untuk meningkatkan kepercayaan kepada konsumen.

Kata kunci: *Content, Perancangan, Instagram*

ABSTRACT

Creative Digital Content Design on Instagram Social Media as a Promotional Media to Increase Sales of Tini Bos Kayu Agung Kempuran Crackers" aims to find out how to design Instagram social media content as a promotional medium. The data analysis method used in this research is qualitative data analysis in the form of words, schemes and images, as well as the multimedia development stages adopted from Luther including six stages, namely concept, design, material collection, assembly and development stages. Testing and distribution. Based on the results of designing creative Instagram social media content about Tini Bos Kemplan Crackers, the author shows the benefits of the Tini Bos Kemplan Crackers Store in being able to reach all Instagram users to promote their products and make their products known to more people. Attract customers' interest in buying Tini Bos Kayu Agung Kempran Crackers. Instagram Tini Bos Kempran Kerpuk After creating a social media account, consistently post the latest feed and reel content and activities at the Tini Boss Kempran Kerpuk shop, Tini Boss. It is hoped that all Kemplan Kerbuku followers can see it. It is hoped that the creative content created will function well and create a regular posting schedule. We will collaborate with influencers and Youtubers Kayu Agung to promote Tini Bos Kemplan Cracker products and actively interact with followers through likes and direct messages to increase consumer trust.

Keywords: Content, Design, Instagram

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan	5
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Metode Penelitian	6
1.5.1 Pendekatan Penelitian.....	6
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	6
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	8
1.5.4 Analisis Data	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.2 Promosi	11
2.2.1 Pengertian Promosi.....	11
2.2.2 Tujuan Promosi.....	12
2.3 Bauran Promosi	13

2.3.1 Periklanan	13
2.4 Media Sosial	14
2.4.1 Pengertian Media Sosial	14
2.4.2 Fungsi Media Sosial.....	15
2.5 Instagram.....	16
2.5.1 Pengertian Instagram	16
2.5.2 Fitur-fitur Instagram	16
2.6 Penjualan	19
2.6.1 Pengertian Penjualan.....	19
2.6.2 Tujuan Penjualan	19
2.7 Pengertian Perancangan	20
2.8 Digital <i>Content</i>	20
2.8.1 Pengertian Digital <i>Content</i>	20
2.8.2 Manfaat Digital <i>Content</i>	20

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Kerupuk Kemplang Tini Bos	21
3.2 Visi, Misi, Tujuan dan Logo Kerupuk Kemplang Tini Bos	22
3.2.1 Visi Kerupuk Kemplang Tini Bos.....	22
3.2.2 Misi Kerupuk Kemplang Tini Bos	22
3.2.3 Tujuan Kerupuk Kemplang Tini Bos	22
3.2.4 Logo Kerupuk Kemplang Tini Bos.....	22
3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	24
3.3.1 Struktur Organisasi Kerupuk Kemplang Tini Bos	24
3.3.2 Pembagian Tugas	24
3.4 Aktivitas Di Toko Kerupuk Kemplang Tini Bos	25
3.4.1 Proses Produksi Kerupuk Kemplang	25
3.4.2 Daftar Harga dan Produk Kerupuk Kemplang Tini Bos.....	26
3.4.3 Omset Penjualan Kerupuk Kemplang Tini Bos	27
3.4.4 Media Promosi Kerupuk Kemplang Tini Bos.....	28
3.4.5 Foto di Toko Kerupuk Kemplang Tini Bos	29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1 Hasil.....	31
1.1.1 Pembuatan Akun Sosial Media Instagram	31
1.1.2 Perancangan Digital <i>Content Creative</i>	35
1.2 Pembahasan	60
1.2.1 Analisis kekurangan Konten	61
1.2.2 Analisis Kelebihan Konten	64
1.2.3 Akun Yang Dijangkau.....	68
1.2.4 Interaksi Konsumen Melalui Fitur <i>Comment</i>	70
1.2.5 Interaksi Melalui Direct Message Fitur Instagram.....	71
1.2.6 Analisis Konten Yang di Posting di Instagram	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA	73
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Daftar Produk Kerupuk Kemplang Tini Bos	25
Tabel 3.2 Omset Penjualan Kerupuk Kemplang Tini Bos	26
Tabel 3.3 Produk Kerupuk Kemplang Tini Bos Bulan Mei 2024.....	28
Tabel 4.1 Deskripsi Konsep <i>Feed</i> Instagram Ke-1	35
Tabel 4.2 Deskripsi Konsep <i>Feed</i> Instagram Ke-2	36
Tabel 4.3 Deskripsi Konsep <i>Feed</i> Instagram Ke-3	36
Tabel 4.4 Deskripsi Konsep <i>Feed</i> Instagram Ke-4	36
Tabel 4.5 Deskripsi Konsep <i>Feed</i> Instagram Ke-5	36
Tabel 4.6 Deskripsi Konsep <i>Feed</i> Instagram Ke-6	37
Tabel 4.7 Deskripsi Konsep <i>Feed</i> Instagram Ke-7	37
Tabel 4.8 Deskripsi Konsep <i>Reels</i> Instagram ke-8	37
Tabel 4.9 Deskripsi Konsep <i>Reels</i> Instagram ke-9	38
Tabel 4.10 Deskripsi Konsep <i>Reels</i> Instagram ke-10	38
Tabel 4.11 Deskripsi Konsep <i>Insta Story</i> Instagram ke-11	38
Tabel 4.12 Deskripsi Konsep <i>Insta Story</i> Instagram ke-12	39
Tabel 4.13 Deskripsi Konsep <i>Insta Story</i> Instagram ke-13	39
Tabel 4.14 Deskripsi Konsep <i>Insta Story</i> Instagram ke-14	39
Tabel 4.15 <i>Story Board</i> (Untuk Konten 1).....	40
Tabel 4.16 <i>Story Board</i> (Untuk Konten 2).....	40
Tabel 4.17 <i>Story Board</i> (Untuk Konten 3).....	41
Tabel 4.18 <i>Story Board</i> (Untuk Konten 4).....	41
Tabel 4.19 <i>Story Board</i> (Untuk Konten 5).....	41
Tabel 4.20 <i>Story Board</i> (Untuk Konten 6).....	42
Tabel 4.21 <i>Story Board</i> (Untuk Konten 7).....	42
Tabel 4.22 <i>Story Board</i> (Untuk Konten 8).....	43
Tabel 4.23 <i>Story Board</i> (Untuk Konten 9).....	43
Tabel 4.24 <i>Story Board</i> (Untuk Konten 10).....	43
Tabel 4.25 Pembuatan Konten Instanstory	53

Tabel 4.26 Pengujian Pembuatan <i>Content Creative Feed</i> Instagram Dengan Metode <i>Black Box Testing</i>	55
Tabel 4.27 Analisis Kekurangan Konten Yang Sudah dibuat.....	61
Tabel 4.28 Analisis Kelebihan Konten Yang Sudah dibuat.....	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Dokumentasi Saat Melakukan Wawancara.....	9
Gambar 1.2 Tahap Pengembangan Multimedia.....	10
Gambar 3.1 Logo Kerupuk Kemplang Tini Bos	22
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Kerupuk Kemplang Tini Bos	24
Gambar 3.3 Papan Nama Kerupuk Kemplang Tini Bos	29
Gambar 3.4 Toko Kerupuk kemplang Tini Bos	29
Gambar 4.1 Unduh Aplikasi Instagram Pada Playstore.....	31
Gambar 4.2 Mendaftar Menggunakan Nomor Telpn.....	32
Gambar 4.3 Masukan Nama Pengguna	32
Gambar 4.4 Pembuatan sandi Instagram.....	32
Gambar 4.5 Kata Sambutan Saat Telah Selesai Pembuatan Akun	33
Gambar 4.6 Arahan Upload Foto	33
Gambar 4.7 Tampilan Upload Foto Akun.....	34
Gambar 4.8 Tampilan Awal Kerupuk Kemplang Tini Bos	34
Gambar 4.9 Logo Aplikasi Instagram	44
Gambar 4.10 Logo Aplikasi Cap Cut.....	45
Gambar 4.11 Logo Aplikasi Canva.....	45
Gambar 4.12 Foto Produk Kerupuk Kemplang Tini Bos	46
Gambar 4.13 Profil Kerupuk Kemplang Tini Bos	47
Gambar 4.14 Bio Instagram Kerupuk Kemplang Tini Bos	47
Gambar 4.15 <i>Feed</i> Pertama	48
Gambar 4.16 <i>Feed</i> Kedua	48
Gambar 4.17 <i>Feed</i> Ketiga	49
Gambar 4.18 <i>Feed</i> Keempat	49
Gambar 4.19 <i>Feed</i> Kelima	50
Gambar 4.20 <i>Feed</i> Keenam.....	50
Gambar 4.21 <i>Feed</i> Ketujuh.....	51
Gambar 4.22 <i>Feed</i> Kedelapan.....	51

Gambar 4.23 <i>Feed</i> Kesembilan	52
Gambar 4.24 <i>Feed</i> Kesepuluh.....	52
Gambar 4.25 Tahap Pendistribusian Ke Pemilik Toko	60
Gambar 4.26 Akun Instagram Kerupuk Kemplang Tini Bos	60
Gambar 4.27 Akun yang dijangkau	68
Gambar 4.28 Jangkauan Kota	68
Gambar 4.29 Rentan Usia	69
Gambar: 4.30 Jenis Kelamin.....	69
Gambar 4.31 Jangkauan Konten Populer.....	70
Gambar 4.32 Interaksi Komentar Pengguna Instagram	70
Gambar 4.33 Interaksi Dengan Konsumen	71

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Balasan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Kartu Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 5 Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 6 Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 7 Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 8 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 9 Daftar Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 10 Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 11 Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 12 Dokumentasi