

**PENGEMBANGAN *DIGITAL CONTENT CREATIVE* UNTUK
MEMPROMOSIKAN PENJUALAN PADA GUZELNI CAKE
PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

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

OLEH:

**Yusnia Arian
NPM 062130601587**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2024**

**PENGEMBANGAN DIGITAL CONTENT CREATIVE UNTUK
MEMPROMOSIKAN PENJUALAN PADA GUZELNI CAKE
PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**YUSNIA ARIANI
NPM 062130601587**

Menyetujui,

Palembang, 2024

Pembimbing I

**M. Riska Maulana Effendi, S.E., M.Si.
NIP 197812162006041003**

Pembimbing II

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

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

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

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

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

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yusnia Ariani

NPM : 062130601587

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Adm. Penjualan

Judul Laporan Akhir : Pengembangan Digital Content Creative Untuk
Mempromosikan Penjualan Pada Guzelni Cake
Palembang

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. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensnya.

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

Palembang, 1 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Yusnia Ariani
NPM 062130601587

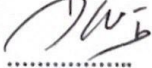
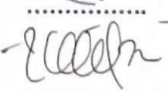
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Yusnia Ariani
NPM : 062130601587
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Adm. Penjualan
Judul Laporan Akhir : Pengembangan Digital Content Creative Untuk
Mempromosikan Penjualan Pada Guzelni Cake
Palembang

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

Pada Hari: Jum'at
Tanggal: 2 Agustus 2024

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Paisal, S.E., M.Si Ketua Penguji		<u>2 Agustus 2024</u>
2.	M. Riska Maulana Effendi, S.E.I., M.Si Anggota Penguji		<u>2 Agustus 2024</u>
3.	Fernando Africano, S.E., M.Si Anggota Penguji		<u>2 Agustus 2024</u>
4.	Keti Purnamasari, S.E., M.Si Anggota Penguji		<u>2 Agustus 2024</u>

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Jadilah baik. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik. (Q.S Al Baqarah : 195)

What ever you are, be a good one.
(Yusnia Ariani)

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara-saudara ku**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman-teman kelas 6NL 2021**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas perkenaan-Nya, dan limpahan Rahmat serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini. Shalawat serta salam dipanjatkan kepada Nabi besar Rasulullah Muhammad SAW.

Laporan akhir ini berjudul “Pengembangan *Digital Content Creative* untuk Mempromosikan Penjualan pada *Guzelni Cake Palembang*”. Laporan akhir ini membahas tentang pengembangan merancang *digital content creative* melalui *reels* Instagram *Guzelni Cake Palembang*.

Saya menyadari Laporan akhir ini banyak terdapat kekurangan, penulis berharap pembaca dapat memetik manfaat maupun memberi kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan ataupun kekeliruan dalam penulisan laporan akhir ini, serta penulis berharap semoga laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan akhir ini, saya banyak sekali mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Benny Bandanadjaja, S.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 Palembang.
3. Ibu Dr. Mariskha Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
5. Bapak M. Riska Effendi, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan laporan akhir ini.
6. Ibu Titi Andriyani, S.E., M.Si., selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan laporan akhir ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang atas ilmu dan didikan yang telah diberikan selama ini.
8. Seluruh Staff Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
9. Ibu Nina Sanubari, selaku owner dari *Guzelni Cake* Palembang.
10. Orang tua dan saudara tercinta yang selalu memberikan dukungan semangat dan nasihat serta doa untuk keberhasilan penulis.
11. Sahabat terbaik yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih telah memberikan semangat yang sangat menyala dan selalu mewaraskan pikiran penulis serta *membackup* keadaan penulis dengan sangat baik.
12. Teman-teman kelas 6NL yang sudah memberi support, saran serta semangat.

13. Kepada diri saya sendiri, Yusnia Ariani. Terima kasih karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, terima kasih karena telah percaya pada diri sendiri bahwa bisa melalui semua ini, terima kasih karena tidak pernah berhenti mencintai dan menjadi diri sendiri, terima kasih karena telah mampu mengendalikan diri dari kendala *“People come and go”* dan tetap memutuskan untuk tidak pernah menyerah sesulit apapun proses penyusunan laporan ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

Palembang, 1 Juli 2024

Penulis

ABSTRAK

Di era digital ini, Instagram telah menjadi platform media sosial yang populer untuk mempromosikan produk dan layanan. Reels, fitur video pendek Instagram menawarkan peluang baru bagi bisnis untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan *content digital creative* untuk mempromosikan penjualan cake pada akun media sosial @guzelni.cake melalui *Reels* Instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi kasus pada toko kue @Guzelni.cake di Palembang. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan analisis konten Reels serta menggunakan metode Luther sebagai kerangka kerja penelitian. Metode Luther terdiri dari enam tahap yaitu *concept, design, material collecting, assembly, testing, distribution*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *digital content creative* pada akun media sosial Instagram @guzelni.cake terbagi dalam beberapa tahapan yaitu menetapkan tujuan dengan membangun brand awareness @guzelni.cake, penggagasan dan perencanaan konten dilakukan dengan dua format konten utama yaitu konten yang menampilkan visual produk dan konten yang menampilkan tata cara menghias produk, Penguatan Konten dilakukan dengan meningkatkan kualitas, evaluasi dan inovasi pada konten, memperluas jangkauan kontributor dan menjadi pemancing isu baru, evaluasi Pemasaran Konten dilakukan dengan kurasi konten yang bersifat relateable dan shareable, Perbaikan Pemasaran Konten dilakukan dengan kurasi dan inovasi konten serta mengikuti tren di media sosial. Penelitian ini menunjukkan bahwa metode Luther dapat menjadi kerangka kerja yang efektif untuk mengembangkan konten digital kreatif untuk platform media sosial.

Kata kunci: *Media sosial, promosi digital, reels Instagram.*

ABSTRACT

In this digital age, Instagram has become a popular social media platform for promoting products and services. Reels, Instagram's short video feature offers new opportunities for businesses to reach a wider audience and increase sales. This research aims to develop creative digital content to promote cake sales on @guzelni.cake social media accounts through Instagram Reels. This research to develop creative digital content to promote cake sales on @guzelni.cake social media accounts through Instagram Reels. This study uses a qualitative research method with a case study on a @Guzelni.cake cake shop in Palembang. Data was collected through observation, interviews, and analysis of Reels content and used Luther's method as a research framework. Luther's method consists of six stages, namely concept, design, material collecting, assembly, testing, distribution. The results of this study show that the digital content creative strategy on the Instagram social media account @guzelni.cake is divided into several stages, namely setting goals by building brand awareness @guzelni.cake, ideation and content planning are carried out with two main content formats, namely content that displays product visuals and content that displays product decoration procedures, Content Strengthening is carried out by improving the quality, evaluation and innovation of content, expanding the reach of contributors and becoming a fisher for new issues, Content Marketing evaluation is carried out by curating content that is relateable and shareable, Content Marketing Improvement is carried out by curating and innovating content and following trends on social media. This research shows that Luther's method can be an effective framework for developing creative digital content for social media platforms.

Keywords: *Social media, digital promotion, Instagram reels*

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	3
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Metode Penelitian.....	4
1.5.1 Pendekatan Penelitian.....	4
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	5
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	6
1.5.4 Analisis Data.....	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 9
2.1 Digital Content.....	9
2.2 Media Sosial.....	10
2.3 Instagram.....	12
2.3.1 Manfaat Instagram.....	13
2.4 Promosi.....	14
2.5 Bauran Promosi.....	15
2.6 Promosi Penjualan.....	16
 BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN.....	 18
3.1 Sejarah Guzelni Cake.....	18
3.2 Visi dan Misi Guzelni <i>Cake</i>	18
3.2.1 Visi Guzelni <i>Cake</i>	19

3.2.2	Misi Guzelni <i>Cake</i>	19
3.3	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	19
3.3.1	Struktur Organisasi Guzelni <i>Cake</i>	19
3.3.2	Pembagian Tugas.....	20
3.4	Aktivitas di Guzelni <i>Cake</i>	21
3.4.1	Omset Guzelni <i>Cake</i>	21
3.4.2	Penjualan Guzelni <i>Cake</i>	21
3.4.3	Menu dan Harga Guzelni <i>Cake</i>	22
3.4.4	Instagram Guzelni <i>Cake</i>	22
3.4.5	Postingan Promosi yang sudah dilakukan Guzelni <i>Cake</i>	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		24
4.1	Hasil.....	24
4.1.1	Perancangan Digital Content Creative Media sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Guzelni <i>Cake</i> Palembang.....	24
4.2	Pembahasan.....	36
4.2.1	Analisis Kelebihan Konten yang Dibuat.....	36
4.2.2	Akun yang Dijangkau.....	39
4.2.3	Total Pengikut dan Postingan Reels.....	40
4.2.4	Analisis Perancangan Content.....	41
4.2.5	Interaksi <i>Followers</i> Melalui Fitur <i>Comment</i>	49
4.2.6	<i>Feedback Customer</i> Berdasarkan <i>Insight</i> Video.....	50
4.2.7	Total Peningkatan Penjualan Setelah Dilakukan Pengembangan Promosi <i>Digital Content Creative</i> Pada Guzelni <i>Cake</i>	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		52
5.1	Kesimpulan.....	52
5.2	Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....		54
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Omset Guzelni Cake 2020-2023.....	21
Tabel 3.2 Produk yang terjual.....	21
Tabel 3.3 Produk Guzelni <i>Cake</i>	22
Tabel 4.1 Deskripsi Konsep Konten 1.....	26
Tabel 4.2 Deskripsi Konsep Konten 2.....	26
Tabel 4.3 Deskripsi Konsep Konten 3.....	27
Tabel 4.4 Deskripsi Konsep Konten 4.....	27
Tabel 4.5 Deskripsi Konsep Konten 5.....	27
Tabel 4.6 Deskripsi Konsep Konten 6.....	27
Tabel 4.7 Deskripsi Konsep Konten 7.....	27
Tabel 4.8 Deskripsi Konsep Konten 8.....	28
Tabel 4.9 Deskripsi Konsep Konten 9.....	28
Tabel 4.10 Deskripsi Konsep Konten 10.....	28
Tabel 4.11 Deskripsi Konsep Konten 11.....	28
Tabel 4.12 Deskripsi Konsep Konten 12.....	29
Tabel 4.13 Deskripsi Konsep Konten 13.....	29
Tabel 4.14 Deskripsi Konsep Konten 14.....	29
Tabel 4.15 Deskripsi Konsep Konten 15.....	29
Tabel 4.16 Deskripsi Konsep Konten 16.....	29
Tabel 4.17 <i>Material Collecting</i>	32
Tabel 4.18 Hasl pengujian Pembuatan Konten Reels Instagram Menggunakan Metode Black Box Testing.....	33
Tabel 4.19 Analisis Kelebihan Konten.....	36

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram.....	1
Gambar 1.2 Tahap Pengembangan Multimedia.....	8
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Guzelni <i>Cake</i>	20
Gambar 3.2 Instagram Guzelni.....	23
Gambar 3.3 Postingan Guzelni.....	23
Gambar 4.1 Logo Aplikasi Instagram.....	25
Gambar 4.2 Logo Capcut.....	25
Gambar 4.3 Desain Reels Guzelni <i>Cake</i>	30
Gambar 4.4 <i>flowchart assembly</i>	33
Gambar 4.5 Akun Instagram Guzelni <i>Cake</i>	36
Gambar 4.6 Akun yang Dijangkau.....	39
Gambar 4.7 Jangkauan Kota.....	39
Gambar 4.8 Rentang Usia.....	40
Gambar 4.9 Profile Guzelni <i>Cake</i>	40
Gambar 4.10 Reels Guzelni <i>Cake</i>	41
Gambar 4.11 <i>Content 1</i>	41
Gambar 4.12 <i>Content 2</i>	42
Gambar 4.13 <i>Content 3</i>	42
Gambar 4.14 <i>Content 6</i>	44
Gambar 4.15 <i>Content 7</i>	44
Gambar 4.16 <i>Content 8</i>	45
Gambar 4.17 <i>Content 9</i>	45
Gambar 4.18 <i>Content 10</i>	46
Gambar 4.19 <i>Content 11</i>	46
Gambar 4.20 <i>Content 12</i>	47
Gambar 4.21 <i>Content 13</i>	47
Gambar 4.22 <i>Content 14</i>	48
Gambar 4.23 <i>Content 15</i>	48

Gambar 4.24	<i>Content</i> 16.....	49
Gambar 4.25	<i>Comment</i>	49
Gambar 4.26	<i>Feedback Customer</i> Berdasarkan <i>Insight</i> Video.....	50
Gambar 4.27	Data Penjualan <i>Guzelni Cake</i>	51

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Pengesahan Proposal
2. Surat Rekomendasi
3. Hasil Wawancara
4. Lembar Kunjungan Mahasiswa
5. Surat Permohonan Pengambilan Data
6. Surat Balasan Pengambilan Data
7. Lembar Kesepakatan Pembimbing
8. Lembar Bimbingan
9. Lembar Revisi
10. Lembar Persetujuan Revisi