

**PERANCANGAN DIGITAL *CONTENT CREATIVE* UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI MEDIA SOSIAL
PADA KEMPLANG TUNU DINI
PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

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

OLEH:

**TRI BULAN APRILIA
NPM 062230601224**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG**

2025

**PERANCANGAN DIGITAL *CONTENT CREATIVE* UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI MEDIA SOSIAL
PADA KEMPLANG TUNU DINI
PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**TRI BULAN APRILIA
NPM 062230601224**

Menyetujui,

Palembang, 1 Agustus 2025

Pembimbing I,

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

Pembimbing II,

**Tika Handayani, S.E., M.M.
NIP 199101192023212030**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Dr. Sari L. Z. Ridho, S.E., M.Ec., CHE.
NIP 197705212006042001**

**Koordinator Program Studi
DIII Administrasi Bisnis**

**Dwi Riana, S.E., M.AB.
NIP 199010202022032010**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Bulan Aprilia

NPM : 062230601224

Jurusan/Program Studi: Administrasi Bisnis/D. III Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Kewirausahaan

Judul Laporan Akhir : Perancangan Digital Content Creative Untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Pada Kemplang Tunu Dini 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 konsekuensinya.

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

Palembang, 12 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Tri Bulan Aprilia
NPM 062230601224

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Tri Bulan Aprilia
NPM : 062230601224
Jurusan/Program Studi: Administrasi Bisnis/D-III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Perancangan *Digital Content Creative* Untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Pada Kemplang Tunu Dini Palembang

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

Pada Hari: Jumat

Tanggal: 1 Agustus 2025

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Munparidi, S.E., M.Si Ketua Penguji		17 Juli 2025
2.	Silvana Oktanisa, S.IP., M.Si Anggota Penguji		17 Juli 2025
3.	Yesita Astarina, S.E., M.Si Anggota Penguji		17 Juli 2025
4.	Dwi Riana, S.E., M.AB Anggota Penguji		22 Juli 2025

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” (Qs. Al-Insyirah:6)

Pada akhirnya kamu akan takjub melihat bagaimana Allah membolak-balikkan keadaan hanya untuk mengabulkan doamu, maka bersabarlah.

(-Anonim)

Kupersembahkan Kepada:

- **Kedua orang tua tercinta;
Bapak Ali Rudin dan Ibu
Aini Gustina**
- **Saudara-saudaraku serta
seluruh keluarga**
- **Sahabat-sahabat
terbaikku**
- **Teman-teman kelas 6 NC
2025**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa dilimpahkan sehingga Laporan Akhir saya dapat terselesaikan. Laporan Akhir ini berjudul “Perancangan Digital *Content Creative* Untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Pada Kemplang Tunu Dini Palembang”.

Laporan ini membahas tentang bagaimana merancang *content creative* media sosial Instagram sebagai media promosi yang telah digunakan sebelumnya oleh Kemplang Tunu Dini di Palembang. Sehingga nantinya dapat membantu usaha Kemplang Tunu Dini dalam merancang digital *content creative* untuk media sosial Instagram.

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 membangun demi kesempurnaan laporan ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, khususnya bagi mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, dan bimbingan kepada penulis. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan dibalas oleh Allah SWT dan kita semua senantiasa berada dalam lindungan-Nya. Aamiin.

Palembang, Juli 2025

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, saya banyak sekali mendapat bantuan, bimbingan, arahan serta nasihat dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T., selaku Plt. Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE., selaku Ketua jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.AB., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.AB., selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Titi Andriyani, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I di Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran kepada penulis sehingga Laporan Akhir ini dapat selesai.
6. Ibu Tika Handayani, S.E., M.M., selaku Pembimbing II di Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran kepada penulis sehingga Laporan Akhir ini dapat selesai.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen pengajar dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik.
8. Ibu Dini selaku pemilik usaha dan Ibu Dewi sebagai Admin Media Sosial Kemplang Tunu Dini yang telah mendukung penyusunan laporan ini.
9. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Ali Rudin dan Ibu Aini Gustina yang selalu memberikan doa, dukungan, bantuan moril dan material. Terima kasih atas setiap doa, kasih sayang, dan pengorbanan yang tak ternilai, semua itu menjadi kekuatan terbesar bagi penulis.
10. Kepada saudara-saudaraku Dinna Rahmi Utami, Dwi Fortuna Mellenia, Nurhaliza Fadilah dan Muhammad Ridho, terima kasih atas segala dukungan

moril maupun material, serta motivasi yang diberikan selama proses penulisan sehingga laporan ini dapat diselesaikan.

11. Kepada seluruh keluarga besar dari pihak Ibu dan Ayah, terima kasih atas segala dukungan moral dan semangat yang telah diberikan kepada penulis.
12. Untuk diri saya sendiri Tri Bulan Aprilia, terima kasih telah percaya, bertahan dan tetap yakin pada pilihanmu. Terima kasih telah terus berjuang dan bersabar, meskipun banyak rintangan dalam perkuliahan dan proses penyusunan laporan akhir ini. Kamu hebat, ingat perjalanan ini belum selesai.
13. Sahabat-sahabat terbaikku (Alya, Alza, Bunga dan Syifa) yang telah memberikan dukungan moral dan selalu antusias mendengar setiap cerita proses laporan akhir penulis.
14. Kepada seluruh rekan mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya, khususnya (Kaila, Mutiara, Ervi, Aisyah, Julia dan Wulan) serta teman-teman seperjuangan 6 NC Angkatan 2022 jurusan Administrasi Bisnis, terima kasih atas semangat dan dukungan yang diberikan selama proses belajar hingga terselesaikannya laporan akhir ini.

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, Juli 2025

Penulis

ABSTRAK

Perancangan Digital *Content Creative* Untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Instagram Pada Kemplang Tunu Dini Palembang. Tujuan dari perancangan digital *content creative* ini adalah untuk menghasilkan digital *content creative* yang menarik di media sosial Instagram Kemplang Tunu Dini Palembang, guna meningkatkan penjualan. Media sosial Instagram adalah media yang digunakan sebagai sarana komunikasi sekaligus promosi produk melalui beragam fitur yang tersedia di dalamnya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data yang dilakukan melalui studi pustaka, wawancara, dokumentasi, serta metode lainnya yaitu metode Luther. Adapun perancangan digital *content creative* memiliki enam tahap yaitu: *concept*, *design*, *material collecting*, *assembly*, *testing* dan *distribution* sehingga hasil dari perancangan digital *content creative* mencakup beragam jenis seperti *Feeds*, *Insta Story* dan *Reels* yang berisikan informasi produk dan lainnya serta diunggah terbukti menjadi yang paling diminati oleh pengguna aktif Instagram Kemplang Tunu Dini Palembang. Rancangan digital *content creative* melalui Instagram Kemplang Tunu Dini diharapkan mampu mendorong konsistensi dalam mengunggah konten *Feeds*, *Insta Story* dan *Reels* dengan visual yang menarik guna meningkatkan ketertarikan pembeli. Sementara itu, konten yang kurang diminati dapat dievaluasi dan disempurnakan dari sisi *caption*, tampilan, atau durasi, serta performanya perlu dipantau secara rutin untuk mengetahui mana yang paling efektif.

Kata Kunci: *Content Creative, Perancangan, Media Sosial Instagram, Meningkatkan Penjualan*

ABSTRACT

Designing Creative Digital Content to Increase Sales Through Instagram Social Media at Kemplang Tunu Dini Palembang. The purpose of this creative digital content design is to produce attractive creative digital content on the Instagram social media account of Kemplang Tunu Dini Palembang, in order to increase sales. Instagram social media is a medium used as a means of communication and product promotion through the various features available on the platform. This study employs a qualitative descriptive method, with data collection conducted through literature review, interviews, documentation, and the Luther method. The design of digital content creative involves six stages: concept, design, material collection, assembly, testing, and distribution. The results of the digital content creative design include various types such as Feeds, Insta Stories, and Reels containing product information and others, which have proven to be the most popular among active users of the Kemplang Tunu Dini Palembang Instagram account. The digital content creative design through Instagram Kemplang Tunu Dini is expected to encourage consistency in uploading Feeds, Insta Stories, and Reels with visually appealing content to increase buyer interest. Meanwhile, less popular content can be evaluated and improved in terms of captions, appearance, or duration, and its performance needs to be monitored regularly to determine what is most effective.

Keywords: *Content Creative, Design, Instagram Social Media, Increase Sales*

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	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan Penelitian	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
1.5 Metode Penelitian	6
1.5.1 Metode Luther	6
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	8

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	9
1.5.4 <i>Keyinforman</i>	10
1.5.5 Analisis Data.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian perancangan	12
2.2 Digital Content.....	12
2.2.1 Pengertian Digital <i>Content</i>	12
2.2.2 Manfaat Digital <i>Content</i>	12
2.3 Penjualan.....	13
2.3.1 Pengertian Penjualan	13
2.3.2 Tujuan Penjualan	13
2.4 Media Sosial	14
2.4.1 Pengertian Media Sosial	14
2.4.2 Fungsi Media Sosial	14
2.5 Instagram	15
2.5.1 Pengertian Instagram	15
2.5.2 Fitur-Fitur Instagram	15

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Kerupuk Kemplang Tunu Dini	19
3.2 Visi, Misi, Tujuan dan Logo Kemplang Tunu Dini	20
3.2.1 Visi Kemplang Tunu Dini	20
3.2.2 Misi Kemplang Tunu Dini	20
3.2.3 Tujuan Kemplang Tunu Dini	20
3.2.4 Logo Kemplang Tunu Dini	21
3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	22
3.3.1 Struktur Organisasi Kemplang Tunu Dini	22
3.3.2 Pembagian Tugas	22
3.4 Aktivitas Produksi dan Pemasaran Usaha Kemplang Tunu Dini Palembang	23
3.4.1 Proses Produksi Kemplang Tunu Dini Palembang	23

3.4.2 Daftar Harga dan Produk Kemplang Tunu Dini	24
3.4.3 Omset Penjualan Kemplang Tunu Dini	26
3.4.4 Media promosi Kemplang Tunu Dini	27
3.4.5 Foto Tempat Usaha Kemplang Tunu Dini	28

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil	30
4.1.1 Pembuatan Rancangan Digital <i>Content Creative</i>	30
4.2 Pembahasan	49
4.2.1 Analisis Hasil <i>Engagement Rate</i>	49
4.2.2 Analisis Kekurangan dan Kelebihan Konten Yang Dibuat	60
4.2.3 Pengelola Sosial Media Instagram Kemplang Tunu Dini	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68

DAFTAR PUSTAKA.....	69
----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman:
Tabel 3.1 Daftar Harga dan Produk Kemplang Tunu Dini.....	25
Tabel 4.1 Deskripsi Konsep <i>Feeds</i> Instagram.....	30
Tabel 4.2 Deskripsi Konsep <i>Feeds</i> Instagram.....	31
Tabel 4.3 Deskripsi Konsep <i>Feeds</i> Instagram.....	31
Tabel 4.4 <i>Story Board</i> Perancangan Konten <i>Feeds</i> Instagram.....	32
Tabel 4.5 <i>Story Board</i> Perancangan Konten <i>Insta Story</i> Instagram.....	33
Tabel 4.6 <i>Story Board</i> Perancangan Konten <i>Reels</i> Instagram.....	33
Tabel 4.7 Pembuatan Konten <i>Insta story</i> Instagram Kemplang Tunu Dini	41
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Pembuatan Konten <i>Feeds</i> Instagram Menggunakan Metode <i>Black Box Testing</i>	44
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Pembuatan Konten <i>Insta Story</i> Instagram Menggunakan Metode <i>Black Box Testing</i>	46
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Pembuatan Konten <i>Reels</i> Instagram Menggunakan Metode <i>Black Box Testing</i>	47
Tabel 4.11 Analisis Kekurangan Konten <i>Feeds</i> Instagram	60
Tabel 4.12 Analisis Kekurangan Konten <i>Insta Story</i> Instagram	61
Tabel 4.13 Analisis Kekurangan Konten <i>Reels</i> Instagram	62
Tabel 4.14 Analisis Kelebihan Konten <i>Feeds</i> Instagram	63
Tabel 4.15 Analisis Kelebihan Konten <i>Insta Story</i> Instagram	65
Tabel 4.16 Analisis Kelebihan Konten <i>Reels</i> Instagram	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman:
Gambar 1.1 <i>Content-Content</i> Instagram Kemplang Tunu Dini	3
Gambar 1.2 Tahap Pembuatan Konten.....	7
Gambar 3.1 Logo Kemplang Tunu Dini	21
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Kemplang Tunu Dini.....	22
Gambar 3.3 Tempat Pemangangan Kemplang	24
Gambar 3.4 Omset Penjualan Kemplang Tunu Dini Tahun 2020-2024	26
Gambar 3.5 Platform Media Sosial dan <i>E-Commerce</i> Kemplang Tunu Dini, 2025	27
Gambar 3.6 Tempat Usaha Kemplang Tunu Dini, 2025	28
Gambar 4.1 Logo Aplikasi Canva.....	34
Gambar 4.2 Logo Aplikasi CapCut.....	36
Gambar 4.3 Produk Pempek Kemplang Tunu Dini	36
Gambar 4.4 Tempat Usaha Kemplang Tunu Dini	37
Gambar 4.5 Pembuatan <i>Feeds</i> Pertama	37
Gambar 4.6 Pembuatan <i>Feeds</i> kedua	38
Gambar 4.7 Pembuatan <i>Feeds</i> ketiga.....	38
Gambar 4.8 Pembuatan <i>Feeds</i> keempat	39
Gambar 4.9 Pembuatan <i>Feeds</i> kelima.....	39
Gambar 4.10 Pembuatan <i>Feeds</i> keenam	40
Gambar 4.11 Pembuatan <i>Feeds</i> ketujuh.....	40
Gambar 4.12 Pembuatan Konten <i>Reels</i> Pertama Instagram.....	43
Gambar 4.13 Pembuatan Konten <i>Reels</i> Kedua Instagram	43
Gambar 4.14 Akun Instagram Kemplang Tunu Dini	48
Gambar 4.15 <i>Like Feeds</i> Instagram	49
Gambar 4.16 <i>Like Reels</i> Instagram	50
Gambar 4.17 Komentar Pengguna Instagram	51
Gambar 4.18 Komentar dalam <i>Direct Message</i>	52
Gambar 4.19 Jumlah Postingan	52

Gambar 4.20 Jumlah <i>Share</i>	53
Gambar 4.21 Kunjungan Profil Instagram	53
Gambar 4.22 Pengikut Instagram	54
Gambar 4.23 <i>Reach</i> (Akun Yang Dijangkau)	54
Gambar 4.24 <i>Impression</i> (tayangan)	55
Gambar 4.25 <i>Audience</i> Negara	56
Gambar 4.26 <i>Audience</i> Kota	57
Gambar 4.27 Rentang Usia	58
Gambar 4.28 Jenis Kelamin	58
Gambar 4.28 Omset Penjualan Kemplang Tunu Dini pada Dua Periode Berbeda dalam Tahun 2025	59

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Pengantar Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Persetujuan Pengambilan Data dari Perusahaan
- Lampiran 4 Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 5 Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 6 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 8 Lembar Kunjungan Mahasiwa
- Lampiran 9 Berita Acara Serah Terima Hasil Perancangan
- Lampiran 10 Surat Pernyataan Penggunaan Rancangan
- Lampiran 11 Surat Perjanjian Perancangan
- Lampiran 12 Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 13 Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 14 Lembar Tanda Persetujuan Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 15 Lembar Daftar Wawancara
- Lampiran 16 Dokumentasi