

PERANCANGAN DIGITAL KONTEN PADA MEDIA SOSIAL
CAFE DAYONE PALEMBANG



LAPORAN AKHIR

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

OLEH:

MUTIARA KHOIRYAH
NPM 062230601379

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG

2025

**PERANCANGAN DIGITAL KONTEN PADA MEDIA SOSIAL
CAFE DAYONE PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**MUTIARA KHOIRYAH
NPM 062230601379**

Menyetujui,

Pembimbing I,

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

**Palembang, 1 Agustus 2025
Pembimbing II,**

**Sunanto, S.E., M.M., Ak, CA.
NIP 197810042023211008**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**



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

**Kordinator Program Studi
DIII Administrasi Bisnis**

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

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutiara Khoiryah
NPM : 062230601379
Jurusan/program Studi : Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Perancangan Digital Konten Pada Media Sosial
Cafe Dayone 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, 1 Agustus 2025
Yang membuat pernyataan


Mutiara Khoiryah
NPM 062230601379

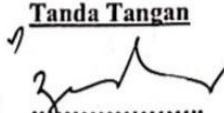
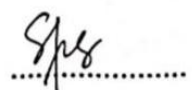
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Mutiara Khoiriyah
NPM : 062230601379
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ D-III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Perancangan Digital Konten Pada Media Sosial *Cafe Dayone* Palembang

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi 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.	Dr. A. Jalaludin Sayuti, S.E.,M.Hum.Res.M Ketua Penguji		31-07-2025
2.	Silvana Oktanisa, S.IP.,M.si Anggota Penguji		31-07-2025
3.	Keti Purnama Sari, S.E.,M.Si Anggota Penguji		31-07-2025

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Dari satu konten yang menginspirasi, tumbuh ribuan alasan untuk datang kembali."

(Mutiara Khoiryah)

Kupersembahkan Kepada:

- **Kedua orang tua tercinta**
Khususnya almh. ibuku
- **Keluarga Tercinta**
- **Teman-teman**
Seperjuangan
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena atas rahmat dan karunia-nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir dengan judul “Perancangan Digital Konten untuk Meningkatkan *Engagement* pada *Cafe Dayone* Palembang”. Laporan akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis, Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan permasalahan yang dihadapi *Cafe Dayone*, yaitu kurangnya efektivitas dalam pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, yang berpengaruh terhadap penurunan *engagement* pelanggan dan omzet penjualan selama tiga tahun terakhir. Penelitian ini bertujuan untuk merancang konten digital pada media sosial Instagram sebagai strategi promosi yang lebih menarik dan sesuai dengan tren saat ini. Proses perancangan dilakukan melalui pendekatan metode *Participatory Action Research* (PAR) dan teori pengembangan multimedia Luther, dengan melalui kegiatan riset lapangan berupa wawancara dan dokumentasi, serta riset kepustakaan dengan menelaah berbagai literatur, jurnal, dan referensi yang relevan..

Penulis berharap laporan akhir ini dapat memberikan manfaat baik secara akademik maupun praktis, terutama sebagai referensi dalam mengembangkan strategi pemasaran digital yang relevan dengan kebutuhan UMKM di era digital.

Palembang, 1 Agustus 2025

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis menyadari bahwan laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini, khususnya kepada :

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
Bapak Dr. Sari Lestari ZR,S.E., M.Ec., CHE selaku Ketua Jurusan Administras
Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Andriansyah Bari, S.IP.,M.AB selaku Sekretaris Jurusan Adminstrasi
Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dwi Riana, S.E.,M.AB., selaku Ketua Program Studi DIII Administrasi
Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Titi Andriyani, S.E.,M.Si Selaku Dosen Pembimbing I yang telah
membantu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan
Laporan Akhir ini.
5. Bapak Sunanto, S.E.,M.M.,Ak.,CADE.,ACPA Selaku Dosen Pembimbing II
yang telah membantu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam
menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Seluruh karyawan dan dosen pengajar Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik
Negeri Sriwijaya yang telah memberikan bekal ilmu dan bimbingan kepada
penulis.
7. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, Almh. Ibu Armanie Sabilla yang
kini beristirahat dalam keabadian yang menjadi sumber inspirasi dan motivasi
dalam setiap langkah hidup saya. Setiap doa, nasihat, dan dukunganmu telah
membentuk diri saya menjadi pribadi yang lebih baik dan Bapak Muhammad
Yusuf selalu mendo'akan dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan
Laporan Akhir ini.

8. Kakak saya Ilham Maulana Fajrie dan keluarga kecilnya yang selalu memberikan dukungan serta mendo'akan saya dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
9. Teman-teman yang senantiasa mendo'akan dan memberikan dukungan pada penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
10. Rekan sesama mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya temanteman di kelas 6 NN Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberi semangat serta dukungan kepada penulis.
11. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya kepada penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak pada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapatkan limpahan balasan pahala dari Allah SWT Aamiin.

Palembang, Juli 2025

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini membahas perancangan digital konten pada media sosial Instagram sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan di *Cafe Dayone* Palembang. Urgensi dari penelitian ini didasarkan pada kebutuhan akan strategi promosi yang lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik pasar digital saat ini, terutama untuk menjangkau audiens muda yang aktif di media sosial. Instagram dipilih sebagai *platform* utama karena memiliki keunggulan dalam penyajian konten visual dan fitur interaktif seperti *Reels*, *Story*, dan *Feed* yang mendukung promosi produk secara kreatif dan komunikatif. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Model perancangan konten mengikuti tahapan dari teori Luther yang meliputi: *concept*, *design*, *material collecting*, *assembly*, *testing*, dan *distribution*. Hasil dari perancangan ini menghasilkan konten promosi digital dalam berbagai bentuk yang menampilkan produk, suasana kafe, promosi khusus, serta interaksi dengan pelanggan. Diharapkan hasil perancangan ini mampu meningkatkan engagement pelanggan, memperluas jangkauan pasar, serta mendukung peningkatan penjualan melalui strategi konten yang konsisten, menarik, dan sesuai dengan tren digital saat ini. Luaran dari penelitian ini berupa laporan akhir, konten digital siap unggah, serta dokumentasi *insight* performa akun Instagram *Cafe Dayone* Palembang.

Kata Kunci: Konten Digital; Instagram; Promosi; *Cafe Dayone*

ABSTRACT

This research discusses the design of digital content on Instagram social media as a promotional media to increase sales at Cafe Dayone Palembang. The urgency of this research is based on the need for a more effective promotional strategy that fits the characteristics of today's digital market, especially to reach young audiences who are active on social media. Instagram was chosen as the main platform because it has advantages in presenting visual content and interactive features such as Reels, Stories, and Feeds that support product promotion in a creative and communicative manner. This research uses a descriptive qualitative method with data collection techniques through interviews, observation, documentation, and literature study. The content design model follows the stages of Luther's theory which include: concept, design, material collecting, assembly, testing, and distribution. The results of this design produce digital promotional content in various forms that feature products, cafe atmosphere, special promotions, and interaction with customers. It is expected that the results of this design will be able to increase customer engagement, expand market reach, and support increased sales through a content strategy that is consistent, attractive, and in accordance with current digital trends. The output of this research is in the form of a final report, ready-to-upload digital content, and documentation of performance insights for Cafe Dayone Palembang's Instagram account.

Keywords: Digital Content; Instagram; Promotion; Cafe Dayone

DAFTAR ISI

	Halaman:
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Tujuan Penelitian	6
1.4.2 Manfaat Penelitian	6
1.5 Metode Penelitian	7
1.5.1 Metode <i>Partipacitory Action Reserch</i> (PAR)	7
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	9
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data	10
1.5.4 <i>Key Informan</i>	10
1.5.5 Analisis Data	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Pengertian Perancangan	13
2.2 Pengertian Promosi	13
2.2.1 Fungsi Promosi	13
2.2.2 Tujuan Promosi	14
2.3 Pengertian Media Promosi	14
2.4 Pengertian Media Sosial	15
2.5 Pengertian Instagram	15
2.5.1 Fitur-Fitur Instagram	16
2.6 Pengertian Konten <i>Digital</i>	17
2.6.1 Keunggulan Konten <i>Digital</i>	18
2.6.1 Kelemahan Konten <i>Digital</i>	18
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	20
3.1 Sejarah Singkat <i>Cafe Dayone</i> Palembang	20
3.2 Visi, Misi, Tujuan dan Logo <i>Cafe Dayone</i> Palembang	20
3.2.1 Visi <i>Cafe Dayone</i> Palembang	21
3.2.2 Misi <i>Cafe Dayone</i> Palembang	21
3.2.3 Tujuan <i>Cafe Dayone</i> Palembang	22
3.2.4 Logo <i>Cafe Dayone</i> Palembang	23
3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas <i>Cafe Dayone</i> Palembang	24
3.3.1 Struktur Organisasi <i>Cafe Dayone</i> Palembang	24
3.3.2 Pembagian Tugas Pada <i>Cafe Dayone</i> Palembang	24
3.4 Aktifitas <i>Cafe Dayone</i>	26
3.4.1 Tempat Oprasional <i>Cafe Dayone</i>	26
3.4.2 Karyawan Pada <i>Cafe Dayone</i>	28
3.4.3 Omset <i>Cafe Dayone</i>	28
3.4.4 Jenis-jenis Produk yang dijual <i>Cafe Dayone</i>	29
3.4.5 Media Sosial <i>Cafe Dayone</i> Palembang	31

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil	35
4.1.1 Perencanaan Aksi	35
4.1.2 Pelaksanaan Aksi	36
4.1.3 Analisis Konten Yang Telah Dibuat	52
4.2 Pembahasan	67
4.1.1 Analisis Hasil Rancangan	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman:

Tabel 3.1 Jumlah Karyawan <i>Cafe Dayone</i>	29
Tabel 3.2 Presentase <i>Omset</i> Penjualan <i>Cafe Dayone</i>	29
Tabel 3.3 Jenis Menu <i>Signature</i>	30
Tabel 3.4 Jenis <i>Ice Coffee</i>	31
Tabel 3.5 Jenis Menu <i>Non-Ice Coffe</i>	32
Tabel 3.6 Jenis Menu Makanan.....	32
Tabel 4.1 Diskripsi Konsep <i>Reels</i> Instagram	38
Tabel 4.2 Diskripsi Konsep <i>Instastory</i> Instagram	38
Tabel 4.3 Diskripsi Konsep <i>Feeds</i> Instagram	39
Tabel 4.4 Story Board Perancangan Konten <i>Feeds</i> Instagram.....	40
Tabel 4.5 Pembuatan Konten <i>Instastory</i>	50
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Pembuatan Konten <i>Feeds</i> Instagram Menggunakan Metode <i>Black Box Testing</i>	54
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Pembuatan Konten <i>Intastory</i> Instagram Menggunakan Metode <i>Black Box Testing</i>	55
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Pembuatan Konten <i>Reels</i> Instagram Menggunakan Metode <i>Black Box Testing</i>	56
Tabel 4.9 Analisis Kekurangan Konten <i>Feeds</i> Instagram	58
Tabel 4.10 Analisis Kekurangan Konten <i>Instastory</i> Instagram.....	59
Tabel 4.11 Analisis Kekurangan Konten <i>Reels</i> Instagram	60
Tabel 4.12 Analisis Kelebihan Konten <i>Feeds</i> Instagram	61
Tabel 4.13 Analisis Kelebihan Konten <i>Instastory</i> Instagram.....	62
Tabel 4.14 Analisis Kelebihan Konten <i>Reels</i> Instagram	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman:
Gambar 1.1 Konsep Perancangan Digital Konten	7
Gambar 3.1 Logo <i>Cafe Dayone</i>	23
Gambar 3.2 Struktur Organisasi <i>Cafe Dayone</i> Palembang	24
Gambar 3.3 Tempat Usaha <i>Cafe Dayone</i> (Tampak Depan)	27
Gambar 3.4 Tampak Luar Belakang <i>Cafe Dayone</i> , 2025	27
Gambar 3.5 Akun Instagram <i>Cafe Dayone</i>	32
Gambar 3.6 Postingan Pertama Instagram	34
Gambar 4.1 Aplikasi Canva	43
Gambar 4.2 Logo Aplikasi Capcut	45
Gambar 4.3 Gambar Pendukung Konten	46
Gambar 4.4 Lokasi Pembuatan Konten	46
Gambar 4.5 Pembuatan Feeds Pertama	47
Gambar 4.6 Pembuatan Feeds Kedua	48
Gambar 4.7 Pembuatan Feed Ketiga	48
Gambar 4.8 Pembuatan <i>Reels</i> Pertama	51
Gambar 4.9 Pembuatan <i>Reels</i> Kedua	51
Gambar 4.10 Pembuatan <i>Reels</i> Ketiga	52
Gambar 4.11 Pembuatan <i>Reels</i> Keempat	53
Gambar 4.12 Akun yang Dijangkau	65
Gambar 4.13 Lokasi Populer	66
Gambar 4.14 Rentang Usia	69
Gambar 4.15 Akun berdasarkan interaksi	70
Gambar 4.16 Interaksi berdasarkan Postingan dan <i>Reel</i>	71
Gambar 4.17 Konten Populer	72
Gambar 4.18 Interaksi Komentar Instagram	73
Gambar 4.18 Profil Instagram <i>Cafe Dayone</i>	74

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Pengantar Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Permohonan Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Balasan Perusahaan
- Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Laporan Akhir (LA) Pembimbing I
- Lampiran 5 Lembar Bimbingan Laporan Akhir (LA) Pembimbing I
- Lampiran 6 Lembar Kesepakatan Laporan Akhir (LA) Pembimbing II
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan Laporan Akhir (LA) Pembimbing II
- Lampiran 8 Lembar Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 9 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir (LA)
- Lampiran 10 Lembar Revisi Laporan Akhir (LA)
- Lampiran 11 Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir (LA)
- Lampiran 12 Lembar Izin Usaha UMKM
- Lampiran 13 Berita Acara Serah Terima Hasil Perancangan
- Lampiran 14 Surat Pernyataan Penggunaan Perancangan
- Lampiran 15 Lembar Wawancara
- Lampiran 16 Dokumentasi