

**PERANCANGAN *DIGITAL CONTENT* UNTUK MEMPROMOSIKAN
PRODUK MELALUI MEDIA SOSIAL PADA UMKM KEMPLANG DAN
KERUPUK NANDO 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:

AULIA PUTRI WULANDARI

NPM 062230601252

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

PALEMBANG

2025

**PERANCANGAN *DIGITAL CONTENT* UNTUK MEMPROMOSIKAN
PRODUK MELALUI MEDIA SOSIAL PADA UMKM KEMPLANG DAN
KERUPUK NANDO PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**AULIA PUTRI WULANDARI
NPM 062230601252**

Menyetujui,

Palembang, 1 Agustus 2025

Pembimbing I,

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

Pembimbing II,

**Welan Mauli Angguna, S. Psi., M.Si.
NIP 199308302022032012**

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 dibawah ini:

Nama : Aulia Putri Wulandari
NPM : 062230601252
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D.III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Perancangan *Digital Content* Untuk Mempromosikan
Produk Melalui Media Sosial Pada UMKM Kemplang
Dan Kerupuk Nando 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, Juli2025

Yang membuat pernyataan,



Aulia Putri Wulandari
NPM 062230601252

LEMBAR PENGESAHAN

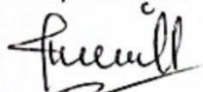
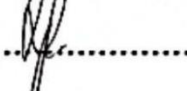
Nama : Aulia Putri Wulandari
NPM : 062230601252
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ D-III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Perancangan *Digital Content* Untuk Mempromosikan Produk Melalui Media Sosial Pada UMKM Kemplang Dan Kerupuk Nando Palembang

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.	Ulfah Muharramah, S.E., M.M. Ketua Penguji		21/7 2025
2.	Dr. Neneng Miskiyah, S.E., M.Si. Anggota Penguji		30/7 2025
3.	Titi Andriyani, S.E., M.Si. Anggota Penguji		24/7 2025
4.	Andriansyah, S.IP., M.AB. Anggota Penguji		21/7 2025
5.	Rizal Afif Abdullah Napitupulu, M.S.M. Anggota Penguji		23/7 2025

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kesuksesan Milik Mereka Yang Tidak Takut Memulai”

(Aulia Putri Wulandari)

Kupersembahkan Kepada:

- **Kedua orang tua tercinta;
Bapak Muhammad Fikri
dan Ibu Rusmini Andri
Astuti**
- **Keluarga dan Saudaraku**
- **Teman-teman kelas 6 NE
2025**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Akhir pada UMKM Kemplang dan Kerupuk Nando Palembang. Laporan Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini berjudul “Perancangan *Digital Content* Untuk Mempromosikan Produk Melalui Media Sosial Pada UMKM Kemplang Dan Kerupuk Nando Palembang”. Laporan ini membahas tentang bagaimana merancang *digital content* untuk mempromosikan produk pada UMKM Kemplang dan Kerupuk Nando Palembang yang sebelumnya masih melakukan promosi secara konvensional, sehingga nantinya dapat membantu UMKM Kemplang dan Kerupuk Nando dalam mempromosikan produk secara digital melalui media sosial Instagram dan Tiktok.

Saya menyadari bahwa di dalam Laporan Akhir ini terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat 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.

Palembang, Juli 2025

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan nikmat serta karunia yang diberikan sehingga Laporan Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

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 Ir. Irawan Rusnadi, M.T., selaku 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.A.B., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.AB., selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Titi Andriyani, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan nasihat sehingga mampu membimbing penulis dengan baik selama menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Welan Mauli Angguna, S. Psi., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah memberikan arahan dan nasihat sehingga mampu membimbing penulis dengan baik selama menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
8. Bapak Hendri selaku Pemilik Usaha Kemplang dan Kerupuk Nando Palembang.
9. Alm. Bapakku M. Fikri, terima kasih atas cinta dan kasih sayang yang telah diberikan. Pencapaian ini adalah persembahan kecil untuk Bapak, meskipun perjalanannya tidak sempat Bapak saksikan.
10. Ibuku tersayang Rusmini Andri Astuti, terima kasih sebesar-besarnya

penulis sampaikan kepada beliau atas segala doa, dukungan serta nasihat yang telah diberikan selama ini. Terima kasih sudah selalu kuat dan sabar dalam menemani proses anak-anak Ibu. Semoga apa yang telah penulis capai saat ini dapat menjadi kebahagiaan dan kebanggaan kecil bagi Ibu.

11. Kepada kakak saya Kevin Andre Syahfikri, orang yang paling berjasa dalam memberikan segala bentuk bantuan serta dukungan baik berupa material maupun non material. Terima kasih atas perhatian dan semangat yang diberikan hingga saat ini.
12. Keluarga besar dan sahabat-sahabat yang telah memberikan dukungan dan bantuan baik material maupun non material.
13. Teman-teman seperjuangan kelas 6 NE, khususnya Adelya Natasyah, Faza Sumaiyah, dan Widelyne Azeva, terima kasih atas dukungan dan semangatnya yang telah diberikan.

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

Tujuan Perancangan *Digital Content* Untuk Mempromosikan Produk Melalui Media Sosial Pada UMKM Kemplang dan Kerupuk Nando Palembang ini adalah untuk mengetahui bagaimana merancang *digital content* media sosial Instagram dan Tiktok sebagai media promosi yang efektif. Pada penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data kualitatif yang disajikan dalam bentuk kata, skema dan gambar. Sumber data yang digunakan berasal dari data primer dan sekunder yang diperoleh dari wawancara, dokumentasi, studi literatur, dan lain-lain. Penulis menggunakan metode penelitian *Participatory Action Research (PAR)* yang mencakup tahapan identifikasi masalah, perencanaan, pengumpulan data, analisis data, tindakan, evaluasi dan refleksi, serta siklus berulang. Penulis juga menggunakan model Luther yang terdiri dari *concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution* sebagai langkah pengembangan *digital content*. Hasil rancangan *digital content* melalui media sosial Instagram dan Tiktok UMKM Kemplang dan Kerupuk Nando Palembang berhasil menunjukkan peningkatan terhadap keterlibatan pengguna dan jangkauan audiens yang lebih luas. Setelah dilakukan pembuatan dan pengelolaan akun media sosial Instagram dan Tiktok sebagai media promosi, UMKM Kemplang dan Kerupuk Nando diharapkan dapat lebih konsisten dalam mengunggah konten secara berkala, serta rutin melakukan evaluasi konten melalui *insight* media sosial agar konten yang dibuat dapat terus disesuaikan dengan minat audiens sehingga dapat meningkatkan jangkauan dan interaksi dari pengguna media sosial.

Kata Kunci: *Perancangan, Digital Content, Media Sosial, Promosi*

ABSTRACT

Designing Digital Content to Promote Products Through Social Media at UMKM Kemplang and Kerupuk Nando Palembang. This study aims to explore how to design digital content on Instagram and TikTok as effective promotional media. The research uses qualitative data presented in the form of words, diagrams, and images. The data sources include both primary and secondary data obtained through interviews, documentation, literature studies, and other relevant methods. The author employs the Participatory Action Research (PAR) method, which includes the stages of problem identification, planning, data collection, data analysis, action, evaluation and reflection, as well as iterative cycles. Additionally, the study adopts the Luther model, consisting of concept, design, material collecting, assembly, testing, and distribution, as a framework for digital content development. The results of the digital content design through Instagram and TikTok show an improvement in user engagement and broader audience reach. Following the creation and management of Instagram and TikTok accounts as promotional tools, UMKM Kemplang and Kerupuk Nando is expected to maintain consistency in uploading content regularly, and routinely evaluate the content using social media insights. This approach allows the content to be continuously aligned with audience interests, thereby increasing reach and user interaction on social media.

Keywords: Design, Digital Content, Social Media, Promotion.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
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 Participatory Action Research (PAR)	7
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	10
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data	11
1.5.4 Key Informan.....	12
1.5.5 Analisis Data	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Pengertian Media Sosial	15
2.1.1 Jenis-Jenis Media Sosial	15
2.2 Pengertian Promosi	16

2.3	Pengertian Pemasaran	17
2.4	Pengertian Produk	17
2.5	Pengertian <i>Digital Marketing</i>	18
2.6	Konten Digital.....	18
2.7	Pengertian Instagram	19
2.8	Pengertian Tiktok	21
BAB III	KEADAAN UMUM UMKM.....	23
3.1	Sejarah Singkat UMKM	23
3.2	Visi, Misi, dan Logo UMKM.....	23
3.2.1	Visi UMKM	23
3.2.2	Misi UMKM	24
3.2.3	Logo UMKM	24
3.3	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	26
3.3.1	Struktur Organisasi Kemplang Dan Kerupuk Nando	26
3.3.2	Pembagian Tugas	26
3.4	Aktivitas UMKM Kemplang Dan Kerupuk Nando Palembang	27
3.4.1	Tempat Pemasaran dan Jumlah Karyawan	27
3.4.2	Daftar Harga Produk	28
3.4.3	Omset Penjualan	30
3.4.4	Media Promosi	30
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1	Hasil	33
4.1.1	Pembuatan <i>Digital Content</i> untuk UMKM.....	33
4.2	Pembahasan.....	70
4.2.1	Analisis <i>Engagement Rate</i> Instagram dan Tiktok	70
4.2.2	Analisis Kelebihan dan Kekurangan Konten	81
4.2.3	Efektivitas Akun Media Sosial Instagram dan Tiktok	87
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1	Kesimpulan	89
5.2	Saran	89
	DAFTAR PUSTAKA.....	91
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Daftar Produk Kemplang dan Kerupuk Nando	29
Tabel 3.2 Omset Penjualan Kemplang dan Kerupuk Nando.....	30
Tabel 4.1 Deskripsi Konsep <i>Feeds</i> Instagram.....	42
Tabel 4.2 Deskripsi Konsep <i>Insta Story</i> Instagram.....	43
Tabel 4.3 Deskripsi Konsep <i>Reels</i> Instagram.....	43
Tabel 4.4 Deskripsi Konsep <i>Slide</i> Foto Tiktok.....	43
Tabel 4.5 Deskripsi Konsep Video Tiktok	44
Tabel 4.6 <i>Story Board</i> Perancangan Konten <i>Feeds</i> Instagram.....	45
Tabel 4.7 <i>Story Board</i> Perancangan Konten <i>Insta Story</i> Instagram	46
Tabel 4.8 <i>Story Board</i> Perancangan Konten <i>Reels</i> Instagram.....	46
Tabel 4.9 <i>Story Board</i> Perancangan Konten Video Tiktok	47
Tabel 4.10 <i>Story Board</i> Perancangan Konten <i>Slide</i> Foto Tiktok.....	48
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Pembuatan Konten <i>Feeds</i> Instagram	60
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Pembuatan Konten <i>Insta Story</i> Instagram	62
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Pembuatan Konten <i>Reels</i> dan Tiktok	63
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Pembuatan Konten <i>Slide</i> Foto Tiktok	64
Tabel 4.15 Evaluasi Konten Instagram dan Tiktok	67
Tabel 4.16 Analisis Kelebihan Konten <i>Feeds</i> dan <i>Slide</i> Foto	81
Tabel 4.17 Analisis Kelebihan Konten <i>Insta Story</i> Instagram	83
Tabel 4.18 Analisis Kelebihan Konten <i>Reels</i> Instagram dan Video Tiktok	83
Tabel 4.19 Analisis Kekurangan Konten <i>Feeds</i> dan <i>Slide</i> Foto	85
Tabel 4.20 Analisis Kekurangan Konten <i>Insta Story</i> Instagram	86
Tabel 4.21 Analisis Kekurangan Konten <i>Reels</i> Instagram dan Video Tiktok ..	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.3 Kerangka Konseptual Perencanaan <i>Digital Content</i>	9
Gambar 3.1 Logo Kemplang dan Kerupuk Nando	24
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Kemplang dan Kerupuk Nando.....	26
Gambar 3.3 Toko Kemplang dan Kerupuk Nando.....	28
Gambar 3.4 Akun Instagram Kemplang dan Kerupuk Nando	31
Gambar 3.5 Akun Tiktok Kemplang dan Kerupuk Nando.....	32
Gambar 4.1 Unduh Aplikasi Instagram Pada <i>App Store</i>	33
Gambar 4.2 Tampilan Halaman Instagram Setelah di Unduh.....	34
Gambar 4.3 Pembuatan Nama Pengguna Instagram.....	34
Gambar 4.4 Pembuatan Kata Sandi Instagram	34
Gambar 4.5 Tampilan Instagram Setelah Membuat Kata Sandi	35
Gambar 4.6 Unggah Foto Profil.....	35
Gambar 4.7 Tampilan Profil Akun Baru Instagram	36
Gambar 4.8 Unduh Aplikasi Tiktok Pada <i>App Store</i>	36
Gambar 4.9 Tampilan Halaman Tiktok Setelah di Unduh	37
Gambar 4.10 Pembuatan Akun Tiktok Menggunakan <i>Email</i>	37
Gambar 4.11 Pembuatan Kata Sandi Tiktok	37
Gambar 4.12 Pengisian Tanggal Lahir.....	38
Gambar 4.13 Pembuatan Nama Panggilan Akun Tiktok	38
Gambar 4.14 Pembuatan Nama Pengguna Akun Tiktok.....	38
Gambar 4.15 Tampilan Profil Tiktok	39
Gambar 4.16 Logo Aplikasi Canva.....	49
Gambar 4.17 Logo Aplikasi Capcut.....	51
Gambar 4.18 Aneka Kemplang dan Kerupuk	51
Gambar 4.19 Toko Kemplang dan Kerupuk Nando.....	52
Gambar 4.20 Pembuatan <i>Feeds</i> Pertama	53
Gambar 4.21 Pembuatan <i>Feeds</i> Kedua	53
Gambar 4.22 Pembuatan <i>Feeds</i> Ketiga.....	54

Gambar 4.23 Pembuatan <i>Feeds</i> Keempat	54
Gambar 4.24 Pembuatan <i>Feeds</i> Kelima	54
Gambar 4.25 Pembuatan <i>Insta Story</i> Instagram Pertama	55
Gambar 4.26 Pembuatan <i>Insta Story</i> Instagram Kedua	56
Gambar 4.27 Pembuatan Konten <i>Reels</i> Instagram dan Video Tiktok	57
Gambar 4.28 Pembuatan Konten <i>Reels</i> Instagram dan Video Tiktok	57
Gambar 4.29 Pembuatan Kontrn <i>Reels</i> Instagram dan Video Tiktok	58
Gambar 4.30 Pembuatan <i>Slide</i> Foto Pertama	58
Gambar 4.31 Pembuatan <i>Slide</i> Foto Kedua	59
Gambar 4.32 Pembuatan <i>Slide</i> Foto Ketiga	59
Gambar 4.33 Pembuatan <i>Slide</i> Foto Keempat	60
Gambar 4.34 Akun Instagram Kemplang dan Kerupuk Nando	66
Gambar 4.35 Akun Tiktok Kemplang dan Kerupuk Nando	67
Gambar 4.36 Jumlah Interaksi Berdasarkan <i>Feeds</i>	70
Gambar 4.37 Jumlah Interaksi Berdasarkan <i>Reels</i>	71
Gambar 4.38 Interaksi Komentar Pengguna Instagram	71
Gambar 4.39 Kunjungan Profil Akun Instagram	72
Gambar 4.40 Jumlah Pengikut Instagram	72
Gambar 4.41 Rentang Usia Pengikut	73
Gambar 4.42 Jenis Kelamin Pengikut Instagram	73
Gambar 4.43 Jumlah Tayangan Keseluruhan	74
Gambar 4.44 Persentase Penonton Berdasarkan Rentang Usia	75
Gambar 4.45 Persentase Penonton Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Gambat 4.46 Persentase Penonton Berdasarkan Kota Teratas	76
Gambar 4.47 Persentase Penonton Berdasarkan Negara Teratas	76
Gambar 4.48 Metrik Utama Tiktok	77
Gambar 4.49 Interaksi Komentar Pengguna Tiktok	77
Gambar 4.50 Wawasan Pengikut Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Gambar 4.51 Wawasan Pengikut Berdasarkan Usia	79
Gambar 4.52 Wawasan Penonton Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Gambar 4.53 Wawasan Penonton Berdasarkan Usia	80

Gambar 4.54 Wawasan Penonton Berdasarkan Lokasi.....	80
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Pengantar Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Permohonan Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Balasan Perusahaan
- Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Pembimbing I
- Lampiran 5 Lembar Bimbingan Pembimbing I
- Lampiran 6 Lembar Kesepakatan Pembimbing II
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan Pembimbing II
- Lampiran 8 Lembar Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 9 Sertifikat Halal dan Izin Usaha UMKM
- Lampiran 10 Lembar Wawancara
- Lampiran 11 Kuisisioner
- Lampiran 12 Dokumentasi
- Lampiran 13 Lembar Rekomendasi Sidang
- Lampiran 14 Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 15 Lembar Persetujuan Revisi
- Lampiran 16 Surat Pernyataan Penggunaan Rancangan
- Lampiran 17 Berita Acara Serah Terima