

**PENGEMBANGAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM PADA UMKM
MADU 19 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 :

ANNISA FENI SALSABILLA

NPM 062230601365

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG**

2025

**PENGEMBANGAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM PADA UMKM
MADU 19 PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH :

**ANNISA FENI SALSABILLA
NPM 062230601365**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Dr. Paisal, S.E., M.Si.
NIP 197109042005011001**

**Palembang, 01 Agustus 2025
Pembimbing II,**

**Claudya Nurcahaya, S.E., M.M.
NIP 199109282022032006**

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 PERYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Feni Salsabilla
NPM : 062230601365
Jurusan/Program Studi : Administrasi/ D-III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Pengembangan Media Sosial Instagram Pada
UMKM Madu 19 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, 09 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Annisa Feni Salsabilla
NPM 062230601365

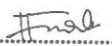
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Annisa Feni Salsabilla
NPM : 062230601365
Jurusan/Program Studi : Administrasi/ D-III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Pengembangan Media Sosial Instagram Pada
UMKM Madu 19 Palembang

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

Pada Hari: Jum'at
Tanggal: 01 Agustus 2025

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Paisal, S.E., M.Si Ketua Penguji		21/07/2025
2.	Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M Anggota Penguji		22/07/25
3.	Dika Setiagraha, S.E., M.M Anggota Penguji		21/07/2025
4.	Ulfah Muharramah S.E., M.M Anggota Penguji		22/07/2025

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“ Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan “ (Qs. Al-Insyirah:5-6)

“Kebaikan seorang ayah lebih tinggi dari gunung dan kebaikan seorang ibu lebih dalam dari lautan, maka itu target utamaku adalah membahagiakan orangtuaku.” – Annisa Feni Salsabilla

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara-saudaraku**
- **Sahabat-sahabat terbaikku**
- **Teman-teman kelas 6NN 2022**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur diucapkan kepada Allah Swt karena berkat ridho dan hidayah serta perlindungan-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik.

Laporan akhir ini berjudul **“Pengembangan Media Sosial Instagram Pada UMKM Madu 19 Palembang”**. Laporan ini membahas tentang pengembangan media sosial Instagram sebagai strategi promosi digital untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar UMKM Madu 19 Palembang. Melalui pendekatan metode ADDIE, penulis merancang dan mengimplementasikan strategi konten yang diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi pelaku usaha.

Penulis menyadari laporan akhir ini banyak terdapat kekurangan, baik dari segi penulisan hingga pembahasan yang dijabarkan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca untuk kelengkapan dan kesempurnaan laporan akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap agar laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya UMKM Madu 19 Palembang.

Palembang, 04 Juli 2025

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, saya banyak sekali mendapat bantuan, bimbingan, pengarahan, dorongan dan saran dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
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 Kepala Program Studi Administrasi Bisnis DIII Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak Dr. Paisal, S.E., M.Si selaku Pembimbing I yang telah banyak membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir.
6. Ibu Claudya Nurcahaya, S.E., M.M selaku Pembimbing II yang telah banyak membantu dan memberi masukan dalam menyelesaikan Laporan Akhir.
7. Bapak/ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah berkontribusi dalam penyelesaian Laporan Akhir ini.
8. Bapak Agus salim selaku pemilik UMKM Madu 19 Palembang yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
9. Cinta pertama dan sosok yang sangat menginspirasi penulis yaitu ayahanda tercinta Feri Hendriansyah. Terima kasih atas setiap tetes keringat yang telah tcurahkan dalam setiap langkah ketika

mengemban tanggung jawab sebagai seorang kepala keluarga untuk mencari nafkah yang tiada hentinya memberikan motivasi, perhatian, kasih sayang, serta dukungan dari segi finansial sehingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan ini hingga selesai. Ayah, gadis kecilmu sudah tumbuh besar dan siap melanjutkan mimpi yang lebih tinggi lagi. Terima kasih ayahku.

10. Pintu surgaku dan sosok yang penulis jadikan panutan yaitu ibundaku tersayang Nurul Yati. Terima kasih atas setiap semangat, ridho, perhatian dan kasih sayang yang selalu diberikan. Penulis yakin 100% bahwa doa bunda yang telah banyak menyelamatkan penulis dalam menjalani hidup. Terima kasih bunda, atas berkat dan ridhomu ternyata anak pertama perempuan yang selama ini bahunya harus setegar karang di lautan dan menjadi harapan terbesar, saat ini telah mampu mendapat gelar sarjana. Bunda menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terima kasih bundaku.
11. Adik perempuan saya satu-satunya Alicia Feni Salsabillah. Yang selalu menjadi alasan penulis untuk lebih keras lagi dalam berjuang karena dialah termasuk orang yang membuat penulis menjadi kuat dan lebih semangat. Penulis persembahkan karya ini sebagai bentuk rasa cinta dan tanggung jawab untuk menjadi contoh dan inspirasi. Semoga kesuksesan ini menjadi motivasi untuk melangkah lebih tinggi lagi. Tumbuhlah menjadi versi yang lebih hebat adik cantiku tersayang.
12. Seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Andrea Ramadhan. Terima kasih sudah selalu ada untuk penulis dengan menjadi *support system* dalam kondisi suka maupun duka saat proses penyusunan laporan akhir ini, selalu bisa mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat, serta mendukung penulis dalam hal apapun. Terima kasih telah menjadi bagian dari

perjalanan hidup penulis dan serta menjadi rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan.

13. Sahabat cantikku, Nabila Septi Utari, Harjumelda Aprilya, Anggun Atallaridha dan terkhusus Delia Paramitha H.E. Terima kasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu dan canda tawa yang sudah kita lewati bersama. Terima kasih selalu menjadi garda terdepan dan selalu mendengarkan keluh kesah di masa-masa sulit penulis. Ucapan syukur kepada Allah SWT karena telah memberikan sahabat seperti kalian.

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 ya rabbal alamin.

Palembang, 09 Juli 2025

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini mengembangkan strategi pemasaran digital untuk UMKM Madu 19 Palembang dengan fokus pada optimalisasi penggunaan media sosial Instagram. Latar belakang penelitian didasarkan pada fakta bahwa usaha ini sebelumnya hanya mengandalkan *WhatsApp* sebagai media promosi dengan jangkauan terbatas, sementara akun Instagram yang dimiliki tidak aktif sejak tahun 2021. Penelitian ini menggunakan metode *Research and Development* (R&D) dengan pendekatan model ADDIE yang mencakup lima tahapan: *Analysis* (analisis kebutuhan), *Design* (perancangan konten), *Development* (pengembangan materi), *Implementation* (implementasi strategi), dan *Evaluation* (evaluasi hasil). Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan pemilik usaha, serta analisis performa akun Instagram sebelum dan setelah implementasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengelolaan Instagram yang terencana dan konsisten memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan visibilitas merek. Dalam waktu satu bulan, jumlah pengikut akun meningkat sebesar 19%, sementara jumlah pengunjung profil melonjak dari 49 menjadi 5.5 ribu. Selain itu, terjadi peningkatan interaksi berupa *likes*, komentar, dan *direct message* (DM), serta munculnya pelanggan baru yang menemukan produk melalui Instagram. Kesimpulan dari penelitian ini membuktikan bahwa pengembangan media sosial Instagram secara sistematis dapat menjadi solusi pemasaran digital yang efektif dan efisien bagi UMKM, dengan biaya relatif rendah namun dampak yang signifikan terhadap perluasan jangkauan pasar dan peningkatan penjualan.

Kata kunci: Pengembangan media, Promosi digital, Instagram

ABSTRACT

This research develops a digital marketing strategy for the UMKM Madu 19 Palembang, focusing on optimizing the use of Instagram as a social media platform. The background of the study is based on the fact that the business previously relied solely on WhatsApp for promotion, which offered limited reach, while its Instagram account had been inactive since 2021. The research employs the Research and Development (R&D) method using the ADDIE model, which consists of five stages: Analysis (needs analysis), Design (content planning), Development (material development), Implementation (strategy execution), and Evaluation (results assessment). Data were collected through direct observation, in-depth interviews with the business owner, and analysis of Instagram account performance before and after the implementation. The findings show that a well-planned and consistent Instagram management strategy significantly enhances brand visibility. Within one month, the number of followers increased by 19%, while profile visits surged from 49 to 5.5 thousand. Additionally, there was a rise in interactions such as likes, comments, and direct messages (DMs), along with the emergence of new customers who discovered the product through Instagram. The conclusion of this study confirms that systematic development of Instagram as a social media platform can be an effective and efficient digital marketing solution for UMKM, offering low costs with a significant impact on market reach and sales growth.

Keywords: Media development, Digital promotion, Instagram

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Ruang Lingkup Penelitian	6
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Metode Penelitian	7
1.5.1. Jenis dan Sumber Data	7
1.5.2. Teknik Pengumpulan Data	8
1.5.3. Analisis Data	10
1.6 Alur Flowchart untuk pengembangan media sosial instagram	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Pengertian Pengembangan	13
2.2. Pengertian Media Sosial	13
2.3. Pengertian Instagram	14
2.4. Pengertian Flowchart	15
2.4.1. Jenis Flowchart.....	15
2.4.2. Fungsi Flowchart	16
2.5. Pengertian Madu	18

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	20
3.1. Sejarah Singkat Perusahaan	20
3.1.1. Logo Madu 19	21
3.2. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	22
3.2.1. Visi Perusahaan	22
3.2.2. Misi Perusahaan	22
3.2.3. Tujuan Perusahaan	22
3.3. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	23
3.3.1. Struktur Organisasi	23
3.3.2. Pembagian Tugas	24
3.4. Aktivitas di objek penelitian terkait dengan topik	25
3.4.1. Tempat Produksi	26
3.4.2. Jumlah Karyawan	26
3.4.3. Daftar Harga dan Produk UMKM Madu 19	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1. Hasil Penelitian	28
4.1.1. Tahap Analysis (Analisis)	28
4.1.2. Tahap Design (Perancangan)	30
4.1.3. Tahap Development (Pengembangan)j	36
4.1.4. Tahap Implementation (Implementasi)	40
4.1.5. Tahap Evaluation (Evaluasi)	48
4.2. Pembahasan	52
4.2.1. Tahap Analysis (Analisis) Mengidentifikasi Permasalahan dan Kebutuhan	54
4.2.2. Tahap Design (Desain) Merancang Solusi dan Strategi Konten	55
4.2.3. Tahap Development (Pengembangan) Pembuatan Konten Nyata ...	57
4.2.4. Tahap Implementation (Implementasi) Publikasi dan Pengujian Strategi	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Realisasi Penjualan Madu 19.	4
Tabel 2.2 Makna Simbol Flowchart.....	17
Tabel 3.1 Daftar Harga dan Produk Madu 19	27
Tabel 4.1 Survei Kepuasan Pelanggan.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alur <i>Flowchart</i> Pengembangan Instagram	12
Gambar 3.1 Logo Madu 19	21
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Madu 19	23
Gambar 4.1 Kondisi Awal Media Sosial Instagram.....	29
Gambar 4.2 Penentuan Konsep Visual dan Tone Warna	31
Gambar 4.3 <i>Template</i> Desain <i>Feed</i>	32
Gambar 4.4 Varian Produk Madu 19	33
Gambar 4.5 Informasi dan Manfaat Madu 19	34
Gambar 4.6 Konten Interaktif QnA	35
Gambar 4.7 Cara Pemesanan Madu 19	36
Gambar 4.8 Konten Promosi Edukasi	37
Gambar 4.9 Pembuatan Video Promosi	38
Gambar 4.10 Optimalisasi Profil Instagram.....	40
Gambar 4.11 Jam Buka Madu 19.....	41
Gambar 4.12 Konten 1 (Manfaat Madu 19).....	42
Gambar 4.13 Insight Konten 1	43
Gambar 4.14 Konten 2 (Kenapa Harus Madu 19?).....	44
Gambar 4.15 Insight Konten 2	45
Gambar 4.16 Konten 3 (Kamu Tim Madu Pahit atau Madu Manis?).....	46
Gambar 4.17 Insight Konten 3	47
Gambar 4.19 Perbandingan Instagram Sebelum dan Sesudah.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Permohonan Surat Pengantar Izin Penelitian dan.....	
Pengambilan Data	68
Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data	69
Lampiran 3 Surat Balasan Pengambilan Data Penelitian.....	70
Lampiran 4 Surat Izin Usaha.....	71
Lampiran 5 Surat Nomor Induk Berusaha	72
Lampiran 6 Sertifikat Halal.....	73
Lampiran 7 Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga	74
Lampiran 8 Sertifikat Merek	75
Lampiran 9 Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan.....	76
Lampiran 10 Lembar Kesepakatan Bimbingan Pembimbing 1	77
Lampiran 11 Lembar Kesepakatan Bimbingan Pembimbing 2	78
Lampiran 12 Lembar Catatan Bimbingan Pembimbing 1	79
Lampiran 13 Lembar Catatan Bimbingan Pembimbing 2	80
Lampiran 14 Surat Rekomendasi Seminar dan.....	
Revisi Proposal Laporan Akhir	81
Lampiran 15 Surat Rekomendasi Seminar Laporan Akhir	82
Lampiran 16 Kartu Kunjungan Mahasiswa	83
Lampiran 17 Surat Keterangan Mitra	84
Lampiran 18 Surat Pernyataan HKI.....	85
Lampiran 19 Surat Perjanjian Perancangan Konten	86
Lampiran 20 Berita Acara Serah Terima	87
Lampiran 21 Lembar Wawancara.....	88
Lampiran 22 Dokumentasi Wawancara	89
Lampiran 23 Lembar Revisi Laporan Akhir.....	90
Lampiran 24 Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir	91