

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
SARANA PROMOSI DIGITAL PADA KEDAI KOPI AL DAN EL**



LAPORAN AKHIR

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

**OLEH:
ANGGI PRAMUJI. P
NPM 062230601341**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG**

2025

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA
PROMOSI DIGITAL PADA KEDAI KOPI AL DAN EL**



LAPORAN AKHIR

Oleh:

ANGGI PRAMUJI. P

NPM 062230601341

Menyetujui,

Pembimbing I,

Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M.
NIP 197504212001122001

Pembimbing II,

Rosita, M.M.
NIP 199011242022032005

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 19901020202203201

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggi Pramuji. P

NIM : 062230601341

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D3 Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Kewirausahaan

Judul Laporan Akhir : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Digital Pada Kedai Kopi AI dan EI

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/salinan 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, 29 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Anggi Pramuji. P

NIM 062230601341

LEMBAR PENGESAHAN

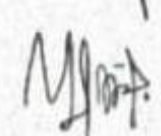
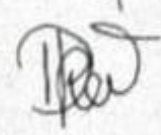
Nama : Anggi Pramuji. P
NIM : 062230601341
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D3 Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Digital Pada Kedai Kopi Al Dan El

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

Pada Hari:

Tanggal: 29 Juli 2025

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Rini S.E., M.AB		8/8 2025
2.	Dra. Yusleli Herawati, M.M		8/8 2025
3.	Yesita Astarina S.E., M.Si		8/8 2025
4.	Dwi Riana, S.E., M.AB		11/8 2025

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Dalam perjalanan menuntut ilmu, saya tidak hanya mencari jawaban,
tetapi juga menemukan makna dan cerita.

Ada kalanya saya merasa ingin berhenti,
saat dunia terasa terlalu berat dan semangat hampir padam.

Namun di tengah kesedihan, saya menemukan harapan kecil yang terus menyala.

Laporan ini menjadi catatan kecil dari perjalanan yang penuh makna.”

Kupersembahkan Kepada:

1. Mamak dan Bapak Tercinta
2. Saudaraku
3. Sahabatku
4. Teman seperjuangan 6 NM
5. Kedai Kopi Al dan El

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Sebagai Sarana Promosi Digital Pada Kedai Kopi Al Dan El.”

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai sarana promosi digital untuk meningkatkan penjualan Kedai Kopi Al dan El. Penelitian ini juga dilakukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis, Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya.

Metode Penelitian yang penulis gunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan jenis data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan penulis melalui wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan untuk mendapatkan data yang relevan dalam penelitian ini

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menjadi tambahan pengetahuan bagi pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Palembang, 1 Agustus 2025

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hatinya ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini, khususnya kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, S.T., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Ibu Dr. Sari LZ 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
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.AB., selaku Koordinator Program Studi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu, membimbing, dan mengarahkan penulis selama menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Rosita, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah membantu, membimbing, dan mengarahkan penulis selama menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Bapak Asrul Pratama selaku pemilik dari Kedai Kopi Al dan El yang telah memberikan bantuan dan masukan kepada penulis dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan Laporan Akhir ini.
8. Seluruh karyawan Kedai Kopi Al dan El yang telah memberikan informasi dan bantuan dalam penyusunan Laporan Akhir ini.
9. Seluruh dosen pengajar pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan bimbingan kepada penulis.
10. Tuhan Yesus Kristus yang tak hentinya memberikan berkat dan kasih setia-Nya kepada penulis.

11. Bapak dan Mamak tercinta atas doa, cinta, ketulusan hati dan pengorbanannya yang tiada henti sehingga menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah yang dijalani penulis.
12. Kedua Saudariku, Sefriani Parhusip, dan Regina Parhusip, serta Kakak Iparku Lae Virgo Sitorus yang terus mengarahkan, membantu, dan memberi motivasi pada penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
13. Keponakanku yang paling manis, Glory Alleluia Sitorus karena senyumnya juga penulis menjadi terus bersemangat dalam melangkah.
14. Sahabat-sahabat yang selalu ada dan berjuang bersama dalam mengupayakan dan menyelesaikan Laporan Akhir ini.
15. Rekan sesama mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman di kelas 6NM Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberi semangat serta dukungan kepada penulis.
16. Semua pihak yang telah banyak 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 Tuhan YME.

Palembang, 1 Agustus 2025

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan melalui pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi digital pada Kedai Kopi Al dan El. Di era digital saat ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai media pemasaran yang efektif dalam membangun citra merek dan menjangkau konsumen secara lebih luas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian difokuskan pada analisis pemanfaatan fitur-fitur Instagram seperti Feed, Story, Reels, serta penerapan strategi konten yang menarik dan konsisten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram secara optimal dapat meningkatkan kesadaran merek, keterlibatan audiens, serta berdampak positif terhadap peningkatan jumlah pelanggan dan penjualan. Dengan demikian, Instagram dapat dioptimalkan sebagai media promosi digital yang efektif untuk mendukung pertumbuhan usaha pada Kedai Kopi Al dan El.

Kata Kunci: Instagram, Media Sosial, Promosi Digital, Kedai Kopi Al dan El

ABSTRACT

This study aims to increase sales by utilization the use of Instagram as a digital promotion medium at Kedai Kopi Al dan El. In today's digital era, social media functions not only as a communication tool but also as an effective marketing medium for building brand image and reaching a wider audience. This research uses a descriptive qualitative method with data collection techniques including observation, interviews, and documentation. The study focuses on analyzing the use of Instagram features such as Feed, Story, and Reels, as well as the implementation of engaging and consistent content strategies. The results indicate that the optimal use of Instagram can enhance brand awareness, audience engagement, and positively impact customer growth and sales. Therefore, Instagram can be effectively optimized as a digital promotional tool to support business development at Kedai Kopi Al dan El.

Keywords: Instagram, Social Media, Digital Promotion, Kedai Kopi Al dan El.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.4.2 Manfaat Penelitian	6
1.5 Metode Penelitian.....	7
1.5.1 Metode Deskriptif Kualitatif.....	7
1.5.2 Jenis Data	8
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	8
1.5.4 Analisis Data	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Media Sosial.....	10
2.1.1 Karakteristik Media Sosial.....	11
2.1.2 Dampak Media Sosial	12
2.1.3 Fungsi Media Sosial.....	13
2.2 Instagram.....	15
2.2.1 Fitur-Fitur Instagram.....	15
2.2.2 Kelebihan Instagram	17
2.3 Promosi Digital	18
2.3.1 Tujuan Promosi Digital	19
2.3.2 Strategi Promosi Digital.....	20
2.3.3 Metode Promosi Digital	21
2.3.4 Keunggulan Dan Kekurangan Promosi Digital.....	22
2.4 Pemanfaatan	23

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Kedai Kopi Al Dan El	24
3.2 Profil <i>Instagram</i>	25
3.3 Visi, Misi dan Tujuan Kedai Kopi Al dan El	26
3.3.1 Visi Kedai Kopi Al dan El.....	26
3.3.2 Misi Kedai Kopi Al dan El.....	27
3.3.3 Tujuan Kedai Kopi Al dan El	27
3.4 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	28
3.4.1 Struktur Organisasi.....	28
3.4.2 Pembagian Tugas	29
3.5 Produk dan Layanan.....	31

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil	35
4.1.1 Gambaran Umum Akun Instagram Kedai Kopi Al dan El.....	36
4.1.2 Hasil Observasi Pada Instagram Kedai Kopi Al dan El.....	36
4.1.3 Hasil Wawancara di Kedai Kopi Al dan El	39
4.1.4 Aspek Pemasaran Kedai Kopi Al dan El Melalui Instagram	43

4.2 Pembahasan.....	46
4.2.1 Kendala dan Tantangan dalam Pengelolaan <i>Instagram</i>	46
4.2.2 Peluang dan Rekomendasi Pemanfaatan.....	47
4.2.3 Kaitan Temuan dengan Teori	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Keunggulan dan Kekurangan Promosi Digital.....	22
Tabel 4.2 Identitas Narasumber	39
Tabel 4.3 Hasil Wawancara dengan Pemilik	40
Tabel 4.4 Hasil Wawancara dengan Konsumen	42
Tabel 4.5 Aspek Promosi Kedai Kopi Al dan El Melalui Instagram.....	44

DAFTAR GAMBAR

1.1 Daftar Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia 2024.....	4
3.2 Kedai Kopi Al Dan El	24
3.3 Profil Instagram Kedai Kopi Al dan El	25
3.4 Struktur Organisasi Kedai Kopi Al dan El	28
3.5 Daftar Menu Makanan Kedai Kopi Al dan El.....	32
3.6 Daftar Menu Minuman Kedai Kopi Al dan El	33
4.7 Unggahan Terbaru Instagram Kedai Kopi Al dan El	37
4.8 Reels Proses Pembuatan Kopi.....	37
4.9 Testimoni Pelanggan	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Permohonan Pengambilan Data
Lampiran 2	Surat Pengantar Izin Pengambilan Data
Lampiran 3	Surat Balasan Perusahaan
Lampiran 4	Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 1
Lampiran 5	Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 2
Lampiran 6	Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 1
Lampiran 7	Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 2
Lampiran 8	Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
Lampiran 9	Lembar Revisi Laporan Akhir
Lampiran 10	Lembar Tanda Persetujuan Revisi Laporan Akhir
Lampiran 11	Lembar Kunjungan Mahasiswa