

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MELALUI INSTAGRAM PADA
UMKM RUMAH KOPI *SEDULUR LAMO* PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**YULI LIANA
NPM 062330601306**

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

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG
2026**

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI MELALUI INSTAGRAM PADA
UMKM RUMAH KOPI *SEDULUR LAMO* PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**YULI LIANA
NPM 062330601306**

Menyetujui,

Palembang, 24 Juli 2026

Pembimbing I,

Pembimbing II

**Munparidi, S.E., M.Si
NIP 196511251994031002**

**Inas Permatasari, S.E., M.Si
NIP 199506202022032019**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Koordinator Program Studi
D. III Administrasi Bisnis,**

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

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

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuli Liana
NPM : 062330601306
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ D-III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Perancangan Media Promosi melalui Instagram
pada UMKM Rumah Kopi *Sedulur Lamo*
Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut 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, 24 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



Yuli Liana
NPM 062330601306

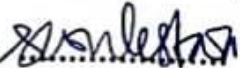
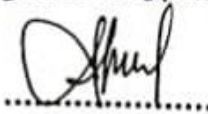
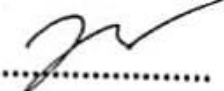
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Yuli Liana
NPM : 062330601306
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ D-III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Perancangan Media Promosi melalui Instagram
pada UMKM Rumah Kopi *Sedulur Lamo*
Palembang

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

Pada Hari: Jum'at
Tanggal: 24 Juli 2026

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. Sari L.Z. Ridho, S.E., M.Ec., CHE Ketua Penguji		27 Juli 2026
2.	Sunanto, S.E., M.M., Ak., C.A Anggota Penguji		03 Agustus 2026
3.	Dika Setiagraha, S.E., M.M Anggota Penguji		27 Juli 2026
4.	Imas Permatasari, S.E., M.Si Anggota Penguji		30 Juli 2026

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya” (QS. Al-Baqarah 286)

“Maka, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” (Al-Insyirah ayat 5-6)

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua orang tua ku**
- **Saudara ku**
- **Sahabat-sahabat ku**
- **Teman-teman kelas 6 NE 2026**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul “Perancangan Media Promosi melalui Instagram pada UMKM Rumah Kopi *Sedulur Lamo* Palembang” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Laporan Akhir ini dilakukan dengan tujuan merancang media promosi digital melalui Instagram pada UMKM Rumah Kopi Sedulur Lamo Palembang sebagai upaya membantu memperluas jangkauan pasar. Perancangan dilakukan menggunakan metode *Research and Development* (R&D) dengan model ADDIE yang meliputi tahap *Analysis*, *Design*, *Development*, *Implementation*, dan *Evaluation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media promosi mampu meningkatkan jangkauan akun, interaksi audiens, dan aktivitas profil UMKM sehingga dapat menjadi alternatif promosi yang efektif bagi usaha.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan laporan ini. Penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, UMKM Rumah Kopi *Sedulur Lamo* Palembang, serta pembaca yang membutuhkan informasi mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi digital.

Palembang, Juni 2026

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Laporan Akhir ini tersusun berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini dengan penuh rasa syukur dan hormat penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, SE., M. Ec., CHE selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
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 Kepala Program Studi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
5. Bapak Munparidi, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir.
6. Ibu Imas Permatasari, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang bukan hanya membimbing akademik, tetapi juga menjadi pengarah, penyemangat, dan motivator. Terima kasih telah mempermudah setiap proses penulis.
7. Bapak Denny Wahyudi pemilik UMKM Rumah Kopi *Sedulur Lamo* Palembang.
8. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah banyak membantu.
9. Teristimewa dan yang paling istimewa untuk pintu surgaku, dan sosok yang selalu penulis rindukan yaitu Almarhumah Ibu tercinta. Walaupun Almarhumah tidak sempat kebersamai dan menyaksikan secara langsung pencapaian ini namun kasih sayang, pengorbanan, doa, serta didikan yang telah diberikan menjadi sumber semangat yang senantiasa menguatkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini. Semoga setiap langkah dan keberhasilan yang penulis raih menjadi bentuk bakti dan kebanggaan yang dipersembahkan untuk Almarhumah.
10. Teruntuk sosok yang paling dicintai, yaitu Bapak. Terima kasih atas segala pengorbanan, kasih sayang, motivasi, semangat, dan doa yang selalu diberikan hingga penulis bisa mencapai titik ini.

11. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada saudara kandung tercinta atas segala dukungan, perhatian, pengorbanan, serta motivasi yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyusunan Laporan Akhir ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, kemudahan dalam setiap urusan, serta kelancaran rezeki.
12. Teman-teman seperjuangan, Aca, Hani, Firli, Raiba, dan Sabrina. Terima kasih atas kebersamaan, perjuangan, uluran tangan, saling menguatkan dan semua kenangan berharga yang telah kita lalui bersama.
13. *Last but not least*, terima kasih untuk Yuli Liana, diri penulis sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena telah berani menghadapi ketakutan dan tetap ikhlas meskipun tidak semua hal berjalan sesuai dengan harapan. Semoga setiap proses yang dilalui menjadi pelajaran berharga di masa yang akan datang.
Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan para pembacanya. Atas segala bantuan dan dukungan dari semua pihak penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Palembang, Juni 2026

Penulis

ABSTRAK

Promosi pada UMKM Rumah Kopi Sedulur Lamo Palembang masih dilakukan secara konvensional sehingga jangkauan pemasaran produk masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk merancang media promosi melalui Instagram pada UMKM Rumah Kopi Sedulur Lamo Palembang. Metode yang digunakan adalah Research and Development (R&D) dengan model ADDIE yang terdiri dari Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation. Perancangan dilakukan dengan membuat akun Instagram bisnis serta menyusun konten promosi, informatif, edukasi, dan testimonial menggunakan Canva dan CapCut. Hasil evaluasi melalui fitur Insight Instagram menunjukkan bahwa pada periode awal sebelum konten promosi dibuat, yaitu 18 Maret, jumlah tayangan profil mencapai 720 tayangan dengan total akun yang dijangkau sebanyak 344 akun. Setelah berbagai konten promosi dipublikasikan, jumlah tayangan profil meningkat menjadi 7.721 tayangan dan akun yang dijangkau meningkat menjadi 906 akun. Dengan demikian, media promosi melalui Instagram dapat membantu UMKM Rumah Kopi Sedulur Lamo Palembang memperluas penyebaran informasi produk dan menjangkau lebih banyak calon pelanggan.

Kata Kunci: *Instagram; Media Promosi; UMKM; Digital Marketing; ADDIE*

ABSTRACT

Promotion at Rumah Kopi Sedulur Lamo Palembang UMKM was still carried out conventionally, resulting in limited product marketing reach. This study aimed to design promotional media through Instagram for Rumah Kopi Sedulur Lamo Palembang UMKM. The method used was Research and Development (R&D) with the ADDIE model consisting of Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation stages. The promotional media was developed by creating a business Instagram account and designing promotional, informational, educational, and testimonial content using Canva and CapCut. The evaluation results based on Instagram Insights showed that during the initial period before promotional content was created, from March 18, the profile received 720 profile views and reached 344 accounts. After various promotional contents were published, profile views increased to 7,721 views and account reach increased to 906 accounts. Therefore, promotional media through Instagram can help Rumah Kopi Sedulur Lamo Palembang UMKM expand the dissemination of product information and reach more potential customers.

Keywords: Instagram; Promotional Media; UMKM; Digital Marketing; ADDIE

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
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup Laporan Akhir	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Laporan Akhir	5
1.4.1 Tujuan Laporan Akhir	5
1.4.2 Manfaat Laporan Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Promosi.....	7
2.2 Media Sosial.....	7
2.2.1 Instagram	7
2.3 Perancangan Konten Media Sosial.....	9
2.3.1 Jenis Konten Digital Marketing	9
2.4 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	10

BAB III METODE LAPORAN AKHIR

3.1	Profil UMKM Rumah Kopi <i>Sedulur Lamo</i> Palembang	12
3.1.1	Visi, Misi dan Tujuan UMKM Rumah Kopi <i>Sedulur Lamo</i> Palembang.....	12
3.1.2	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	13
3.1.3	Aktivitas Objek Usaha	14
3.2	Metode Laporan Akhir	15
3.2.1	Pendekatan Laporan Akhir.....	15
3.2.2	Jenis dan Sumber Data.....	16
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data	18
3.2.4	<i>Key Informant</i>	19
3.2.5	Pengolahan Data	19

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil	23
4.1.1	Analisis Kebutuhan.....	23
4.1.2	Tahap <i>Design</i> (Perancangan)	24
4.1.3	Tahap Development (Pengembangan)	38
4.1.4	Tahap <i>Implementation</i> (Implementasi)	45
4.1.5	Tahap <i>Evaluation</i> (Evaluasi).....	49
4.2	Pembahasan	52

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA..... 61

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Target Penjualan.....	3
Tabel 1. 2 Data Realisasi Penjualan	3
Tabel 3. 1 Simbol Flowchart Perancangan.....	22
Tabel 4. 1 Jadwal Unggah Konten	37

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Pengguna Media Sosial di Indonesia 2025	1
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi.....	13
Gambar 3. 2 Flowchart Perancangan	21
Gambar 4. 1 Tahap Pemilihan warna	25
Gambar 4. 2 Tahap Menambahkan Logo	25
Gambar 4. 3 Tahap Menggunakan Fitur Elemen	26
Gambar 4. 4 Tahap Menyesuaikan Warna dan Tata Letak	27
Gambar 4. 5 Tahap Menambahkan Elemen	28
Gambar 4. 6 Tahap Menambahkan Logo WhatsApp.....	29
Gambar 4. 7 Tahap Menambahkan Bentuk pada Desain	30
Gambar 4. 8 Tahap Menambahkan Foto Produk.....	31
Gambar 4. 9 Tahap Menambahkan Teks Keterangan.....	32
Gambar 4. 10 Tahap Penyelesaian Desain	33
Gambar 4. 11 Tahap <i>Import</i> Video	34
Gambar 4. 12 Tahap Pengeditan Video	35
Gambar 4. 13 Tampilan Setelah Pengeditan	36
Gambar 4. 14 Tahap Unduh Instagram	38
Gambar 4. 15 Tahap Membuat Akun Baru	39
Gambar 4. 16 Tahap Memasukkan Nomor <i>Handphone</i>	40
Gambar 4. 17 Tahap Memasukkan Email	40
Gambar 4. 18 Tahap Melengkapi Akun	41

Gambar 4. 19 Tahap Membuat Kata Sandi	41
Gambar 4. 20 Tahap Menambahkan Foto	42
Gambar 4. 21 Tahap Melengkapi Identitas	42
Gambar 4. 22 Tahap Beralih Akun.....	43
Gambar 4. 23 Tahap Menentukan Jenis Akun.....	44
Gambar 4. 24 Tahap Melengkapi Akun	44
Gambar 4. 25 Tampilan Akun Bisnis	45
Gambar 4. 26 Tampilan <i>Feed</i> Instagram.....	46
Gambar 4. 27 Tampilan <i>Story</i> Instagram	47
Gambar 4. 28 Tampilan <i>Reels</i> Instagram	48
Gambar 4. 29 Tampilan <i>Direct Message</i> Instagram.....	49
Gambar 4. 30 Tampilan <i>Insight</i> Tayangan <i>Profile</i>	50
Gambar 4. 31 Tampilan <i>Insight</i> Konten.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

1. Form Kesepakatan Bimbingan Laporan/Tugas Akhir (TA)
2. Form Bimbingan Laporan/Tugas Akhir (TA)
3. Form Rekomendasi Ujian Laporan/Tugas Akhir (TA)
4. Form Rekomendasi Ujian Laporan/Tugas Akhir (TA) SISAK
5. Surat Permohonan Izin Pengambilan Data
6. Surat Pengantar Izin Pengambilan Data
7. Surat Balasan Izin Pengambilan Data
8. Lembar Kunjungan Mahasiswa
9. Hasil Wawancara Awal dengan Pemilik
10. Hasil Wawancara Evaluasi dengan Pemilik
11. Surat Berita Acara Serah Terima
12. Surat Perjanjian Perancangan
13. Surat Pernyataan Penggunaan
14. Surat Izin Usaha
15. Dokumentasi
16. Form Revisi Ujian Tugas/Laporan Akhir (LA)
17. Form Pelaksanaan Revisi Ujian Tugas/Laporan Akhir (LA)