

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI INSTAGRAM PADA  
TOKO LAPAK TEMPE PAK KUMIS**



**LAPORAN AKHIR**

**OLEH:**

**ARINI SUADA  
NPM 062330601240**

**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 INSTAGRAM PADA  
TOKO LAPAK TEMPE PAK KUMIS**



**LAPORAN AKHIR**

**OLEH:**

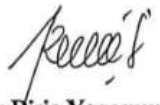
**ARINI SUADA  
NPM 062330601240**

**Menyetujui,**

**Palembang, 24 Juli 2026  
Pembimbing II,**

**Pembimbing I,**

  
**Fetty Maretha, S.E., M.M  
NIP 198203242008012009**

  
**Raras Risia Yogasnumurti, S.E., M.M  
NIP 199501122022032010**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan  
Administrasi Bisnis**

  
**Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE.  
NIP 197705212006042001**

**Koodinator Program Studi  
D.III Administrasi Bisnis**

  
**Dwi Riana, S.E., M.AB., CFA.  
NIP 1990102022032010**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arini Suada  
NPM : 062330601240  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ D-III Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Kewirausahaan  
Judul Laporan Akhir : Perancangan Media Promosi Instagram pada Toko  
Lapak Tempe Pak Kumis

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, Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



Arini Suada

NPM 062330601240

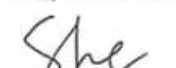
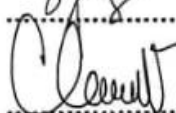
## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Arini Suada  
NPM : 062330601240  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D-III Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Kewirausahaan  
Judul Laporan Akhir : Perancangan Media Promo Instagram pada Toko  
Lapak Tempe Pak Kumis

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.         | Raras Risia Yogasnumurti, S.E., M.M<br>Ketua Penguji  |  | 03/08/26       |
| 2.         | Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M<br>Anggota Penguji |  | 27/07/26       |
| 3.         | Silvana Oktanisa, S.IP., M.Si<br>Anggota Penguji      |  | 27/07/26       |
| 4.         | Claudia Nurcahaya, S.E., M.M<br>Anggota Penguji       |  | 27/07/26       |

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Allah SWT tidak mengatakan hidup ini mudah, Tetapi Allah SWT berjanji bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah : 5-6)

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan.”

(Maudy Ayunda)

### **Kupersembahkan kepada:**

- **Kedua Orang Tua**
- **Sahabat-sahabat terbaikku**
- **Teman-teman kelas 6 NC 2026**
- **Almamater**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul **“Perancangan Media Promosi Instagram pada Toko Lapak Tempe Pak Kumis”**. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Dalam penyusunannya, penulis mendapatkan bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak hingga laporan ini terselesaikan dengan baik.

Laporan akhir ini membahas mengenai perancangan media promosi berbasis Instagram pada Toko Lapak Tempe Pak Kumis dengan menggunakan metode ADDIE yang terdiri dari tahap *Analyze, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*. Perancangan media promosi dilakukan sebagai upaya membantu usaha dalam memperluas jangkauan promosi dan mempermudah penyampaian informasi kepada konsumen melalui media sosial. Hasil dari perancangan ini berupa akun Instagram bisnis serta berbagai konten promosi yang dirancang untuk memperkenalkan produk, lokasi penjualan, proses pembuatan tempe, serta informasi lainnya yang berkaitan dengan usaha.

Penulis menyadari bahwa laporan akhir ini masih memiliki keterbatasan dalam penyusunannya. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi untuk penyempurnaan ke depannya. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca.

Palembang, 10 Juni 2026

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan akhir ini, saya banyak sekali mendapat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih 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.AB., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.A.B., selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M, selaku Pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan serta saran yang sangat berarti bagi penulis selama proses penyusunan Laporan Akhir.
6. Ibu Raras Risia Yogasnumurti, S.E., M.M, selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan serta saran yang sangat berarti bagi penulis selama proses penyusunan Laporan Akhir.
7. Bapak Muhammad Taufik selaku pemilik usaha dalam laporan ini yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan studi pada Laporan Akhir.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staff Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan dukungan bantuan dan saran kepada penulis selama proses perkuliahan sehingga dapat menyelesaikan Laporan Akhir.
9. Kepada Pintu Surgaku dan Cinta Pertamku, Ibunda Ery Riantie dan Bapak Said Alwi. Terima kasih banyak atas segala do'a, motivasi, dan kasih sayang tanpa batas yang tak pernah lekang oleh waktu, atas kesabaran dan pengorbanan yang selalu mengiringi perjalanan hidup penulis, terima

kasih telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi, serta pelita yang tak pernah padam dalam setiap langkah yang penulis tempuh.

10. Untuk sepupu terdekat penulis Amalia Safarina S.H dan Waode Khalisa Salsabila, yang senantiasa membantu dan hadir sebagai pendengar untuk seluruh keluh kesah yang penulis lalui. Terima kasih atas semangat, masukan, serta do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini.
11. Tak lupa teman yang telah penulis anggap seperti saudara yaitu Elsa Rahmawati, terima kasih telah menemani berbagai proses, berbagi tawa, mendengarkan cerita hingga air mata, serta menjadi bagian dari perjalanan yang penuh pembelajaran ini. Setiap dukungan dan bantuan yang diberikan menjadi kenangan baik yang akan penulis ingat.
12. Serta penghuni grup "*Sassy Girl*" (Ria Ramadona, Nezha Maulioya, Chairunnisa, Putri Az-Zahra) yang selalu kebersamai, saling menguatkan, dan memberikan semangat di berbagai rintangan. Semoga kebersamaan yang telah terjalin dapat terus terjaga di masa yang akan datang.
13. Rekan sesama mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman 6NC, terima kasih atas setiap kebersamaan, kerja sama, dan cerita yang telah tercipta selama masa perkuliahan.
14. *Last but not least* kepada diri saya sendiri, Arini Suada. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan berjalan melewati segala tantangan yang semesta hadirkan. Semoga langkah kakimu diperkuat, dikelilingi oleh orang-orang yang baik, tulus, dan hebat, serta impianmu satu persatu akan terjawab.

Palembang, 10 Juni 2026

Penulis

## ABSTRAK

Toko Lapak Tempe Pak Kumis merupakan usaha mikro yang masih melakukan promosi secara konvensional sehingga penyebaran informasi mengenai produk belum menjangkau masyarakat secara luas. Studi ini bertujuan merancang media promosi berbasis Instagram sebagai sarana pemasaran digital pada Toko Lapak Tempe Pak Kumis. Metode yang digunakan adalah Research and Development (R&D) dengan model ADDIE yang meliputi tahap *Analyze*, *Design*, *Development*, *Implementation*, dan *Evaluation*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, studi pustaka, dan kuesioner kepada lima informan. Hasil studi menunjukkan bahwa media promosi yang dirancang berupa akun Instagram yang berisi berbagai konten, seperti poster produk, proses pembuatan tempe, manfaat tempe, katalog produk, lokasi penjualan, olahan tempe, serta testimoni pelanggan. Berdasarkan hasil evaluasi, media promosi yang dibuat memperoleh tanggapan positif karena memiliki tampilan yang menarik, informasi yang mudah dipahami, dan mampu membantu memperkenalkan produk kepada masyarakat. Dengan demikian, media promosi berbasis Instagram dapat digunakan sebagai sarana promosi digital untuk mendukung pemasaran Toko Lapak Tempe Pak Kumis.

*Kata Kunci: Perancangan, Media Promosi, Instagram, ADDIE.*

## **ABSTRACT**

*Toko Lapak Tempe Pak Kumis is a micro-enterprise that previously relied on conventional promotional methods, resulting in limited product information dissemination. This study aims to design Instagram-based promotional media as a digital marketing tool for the business. The research employed the Research and Development (R&D) method using the ADDIE model, consisting of Analyze, Design, Development, Implementation, and Evaluation stages. Data were collected through observation, interviews, documentation, literature study, and questionnaires distributed to five informants. The results indicate that the promotional media developed is an Instagram account containing various contents, including product posters, tempe production processes, the benefits of tempe, product catalogs, sales location information, tempe-based dishes, and customer testimonials. The evaluation results show that the promotional media received positive responses because it has an attractive appearance, provides clear information, and helps introduce the products to the public. Therefore, Instagram-based promotional media can be utilized as a digital marketing tool to support the promotion of Toko Lapak Tempe Pak Kumis.*

*Keywords: Design, Promotional Media, Instagram, ADDIE.*

## DAFTAR ISI

|                                         | <b>Halaman</b> |
|-----------------------------------------|----------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>              | <b>i</b>       |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>         | <b>ii</b>      |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>          | <b>iii</b>     |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b> | <b>iv</b>      |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>       | <b>v</b>       |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>              | <b>vi</b>      |
| <b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>         | <b>vii</b>     |
| <b>ABSTRAK .....</b>                    | <b>ix</b>      |
| <b>ABSTRACT .....</b>                   | <b>x</b>       |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                  | <b>xi</b>      |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                | <b>xiv</b>     |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>               | <b>xv</b>      |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>            | <b>xvi</b>     |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>           | <b>1</b>       |
| 1.1 Latar Belakang.....                 | 1              |
| 1.2 Rumusan Masalah .....               | 7              |
| 1.3 Ruang Lingkup Laporan Akhir .....   | 7              |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat Studi .....      | 7              |
| 1.4.1 Tujuan Penelitian .....           | 7              |
| 1.4.2 Manfaat Penelitian .....          | 7              |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>     | <b>9</b>       |
| 2.1 Perancangan.....                    | 9              |
| 2.1.1 Definisi Perancangan .....        | 9              |
| 2.1.2 Tujuan Perancangan.....           | 9              |
| 2.2 Media Promosi.....                  | 10             |
| 2.2.1 Pengertian Media Promosi.....     | 10             |

|                                                    |           |
|----------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.2 Tujuan Media Promosi.....                    | 11        |
| 2.2.3 Media Promosi Digital.....                   | 12        |
| 2.3 Instagram .....                                | 12        |
| 2.3.1 Definisi Instagram.....                      | 12        |
| 2.3.2 Instagram Sebagai Media Promosi .....        | 13        |
| 2.3.3 Fitur-Fitur Instagram.....                   | 13        |
| 2.4 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) .....  | 15        |
| 2.4.1 Definisi UMKM.....                           | 15        |
| 2.4.2 Peran UMKM dalam Perekonomian.....           | 16        |
| 2.4.3 Digitalisasi dan Pengembangan UMKM .....     | 17        |
| 2.5 Flowchart.....                                 | 17        |
| <b>BAB III METODE STUDI.....</b>                   | <b>19</b> |
| 3.1 Profil Perusahaan/Lembaga.....                 | 19        |
| 3.1.1 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan .....      | 20        |
| 3.1.2 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas..... | 20        |
| 3.1.3 Aktivitas Objek Perusahaan/Lembaga.....      | 22        |
| 3.2 Metode Studi .....                             | 23        |
| 3.2.1 Pendekatan Studi.....                        | 23        |
| 3.2.2 Jenis dan Sumber Data.....                   | 25        |
| 3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....                 | 25        |
| 3.2.4 Analisis Data.....                           | 26        |
| 3.2.5 Flowchart Perancangan Instagram .....        | 27        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>            | <b>28</b> |
| 4.1 Hasil.....                                     | 28        |
| 4.1.1 <i>Analysis</i> (Analisis) .....             | 28        |
| 4.1.2 <i>Design</i> (Desain) .....                 | 29        |
| 4.1.3 <i>Development</i> (Pengembangan) .....      | 37        |
| 4.1.4 <i>Implementation</i> (Penerapan) .....      | 45        |
| 4.1.5 <i>Evaluation</i> (Evaluasi) .....           | 52        |
| 4.2 Pembahasan .....                               | 57        |

|                                         |           |
|-----------------------------------------|-----------|
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b> | <b>59</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                     | 59        |
| 5.2 Saran.....                          | 59        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>             |           |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>          |           |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                     | <b>Halaman</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Tabel 1.1 Produsen di Kampung Tempe.....                                            | 3              |
| Tabel 1.2 Data Penjualan Toko Lapak Tempe Pak Kumis.....                            | 5              |
| Tabel 2.1 Simbol Flowchart.....                                                     | 18             |
| Tabel 4.1 Perancangan Jadwal Upload Konten.....                                     | 34             |
| Tabel 4.2 Agenda Publikasi Konten.....                                              | 46             |
| Tabel 4.3 Identitas Informan.....                                                   | 52             |
| Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Evaluasi Media Promosi Instagram .....                    | 55             |
| Tabel 4.5 Perbandingan Penjualan Sebelum dan Sesudah Implementasi<br>Instagram..... | 56             |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3.1 Toko Lapak Tempe Pak Kumis.....                           | 19 |
| Gambar 3.2 Organisasi Paguyuban Plaju Ulu Bersinar .....             | 20 |
| Gambar 4.1 Pengunduhan Instagram.....                                | 29 |
| Gambar 4.2 Pendaftaran Akun Instagram .....                          | 30 |
| Gambar 4.3 Penambahan Foto Profil .....                              | 31 |
| Gambar 4.4 Akun Profesional.....                                     | 32 |
| Gambar 4.5 Membuat Bio Instagram.....                                | 35 |
| Gambar 4.6 Aplikasi Canva .....                                      | 35 |
| Gambar 4.7 Aplikasi Capcut.....                                      | 36 |
| Gambar 4.8 Konten Poster Produk Tempe .....                          | 38 |
| Gambar 4.9 Konten Proses Pembuatan Tempe.....                        | 39 |
| Gambar 4.10 Konten Manfaat Tempe.....                                | 40 |
| Gambar 4.11 Konten Katalog Produk .....                              | 41 |
| Gambar 4.12 Konten Lokasi Penjualan .....                            | 42 |
| Gambar 4.13 Konten Berbagai Olahan Tempe .....                       | 43 |
| Gambar 4.14 Konten Alasan Memilih Tempe Pak Kumis .....              | 44 |
| Gambar 4.15 Konten Kata Mereka Tentang Tempe Pak Kumis .....         | 45 |
| Gambar 4.16 <i>Feeds</i> Instagram Toko Lapak Tempe Pak Kumis .....  | 47 |
| Gambar 4.17 <i>Insight</i> Instagram Toko Lapak Tempe Pak Kumis..... | 48 |
| Gambar 4.18 <i>Insight</i> Konten Berbagai Olahan Tempe.....         | 49 |
| Gambar 4.19 <i>Insight</i> Konten Proses Pembuatan Tempe.....        | 50 |
| Gambar 4.20 Lokasi Penjualan Toko Lapak Tempe Pak Kumis .....        | 51 |
| Gambar 4.21 Ringkasan Jawaban Kuesioner Evaluasi .....               | 54 |



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Pengantar Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 4 Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir (Pembimbing I)
- Lampiran 5 Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir (Pembimbing II)
- Lampiran 6 Lembar Bimbingan Laporan Akhir (Pembimbing I)
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan Laporan Akhir (Pembimbing II)
- Lampiran 8 Lembar Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 9 Berita Acara Serah Terima Hasil Perancangan
- Lampiran 10 Surat Pernyataan Penggunaan Rancangan
- Lampiran 11 Surat Perjanjian Perancangan
- Lampiran 12 Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 13 Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 14 Lembar Pelaksanaan Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 15 Lembar Nomor Induk Berusaha (NIB)
- Lampiran 16 Hasil Wawancara Pengambilan Data
- Lampiran 17 Hasil Kuesioner
- Dokumentasi