

**OPTIMALISASI PROMOSI PENJUALAN  
CV ZHAFRAN RIZKI MOBILINDO  
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM**



**LAPORAN AKHIR**

**OLEH:**

**SYADITA NAZIAH  
NPM 062330601213**

**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**

**OPTIMALISASI PROMOSI PENJUALAN  
CV ZHAFRAN RIZKI MOBILINDO  
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM**



**LAPORAN AKHIR**

**OLEH:**

**SYADITA NAZIAH  
NPM 062330601213**

**Menyetujui,**

**Palembang, 24 Juli ..... 2026**

**Pembimbing I,**

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

**Pembimbing II,**

**Billy Dewantara, S.E., M.Si.  
NIP 199102032022031004**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan  
Administrasi Bisnis,**

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

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

**Dwi Riana, S.E., M.A.B., CFA.  
NIP 199010202022032010**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syadita Naziah  
NPM : 062330601213  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Kewirausahaan  
Judul Laporan Akhir : Optimalisasi Promosi Penjualan CV Zhafran Rizki  
Mobilindo Menggunakan Media Sosial Instagram

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, 24 Juli 2026

Yang membuat pernyataan



METERAI  
TEMPEL  
E4AAOX127805913

Syadita Naziah  
NPM 062330601213

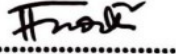
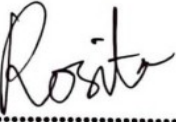
## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Syadita Naziah  
NPM : 062330601213  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D-III Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Kewirausahaan  
Judul Laporan Akhir : Optimalisasi Penjualan CV Zhafran Rizki Mobilindo Menggunakan Media Sosial Instagram

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

Pada Hari: Jumat  
Tanggal: 24 Juli.....2026

## TIM PENGUJI

| <u>No.</u> | <u>Nama</u>                                           | <u>Tanda Tangan</u>                                                                           | <u>Tanggal</u>             |
|------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| 1.         | <u>Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M</u><br>Ketua Penguji    | <br>..... | <u>08/08/26</u><br>.....   |
| 2.         | <u>Fepi Leisthari, M.M</u><br>Anggota Penguji         | <br>..... | <u>27/7/2026</u><br>.....  |
| 3.         | <u>Rosita, S.Psi., M.M</u><br>Anggota Penguji         | <br>..... | <u>04/08/2026</u><br>..... |
| 4.         | <u>Ulfah Muharramah, S.E., M.M</u><br>Anggota Penguji | <br>..... | <u>27/7/2025</u><br>.....  |

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**Kerjakanlah urusan duniamu seakan-akan kamu hidup selamanya. Dan laksanakanlah urusan akhiratmu seakan-akan kamu akan mati besok (Ust. Hanan Attaki).**

**Jika kamu tidak tau apa yang harus dikejar saat ini, kejarlah dirimu sendiri. Berusahalah menjadi versi dirimu yang paling sehat, paling bahagia, dan paling percaya diri (Ust. Abdul Somad).**

**Tidak pernah ada kebetulan di dunia ini, semua sudah tertulis dalam takdir Allah SWT (Ust. Hanan Attaki).**

**Kupersembahkan kepada:**

- . Kedua Orang Tua**
- . Saudara-saudara ku**
- . Sahabat-sahabat terbaik ku**
- . Teman-teman kelas 6 NA 2026**
- . Almamater**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul **“Optimalisasi Promosi Penjualan CV Zhafran Rizki Mobilindo Menggunakan Media Sosial Instagram”** dengan lancar dan tepat waktu. Laporan tersebut disusun sebagai salah satu persyaratan akademik di Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini membahas perancangan promosi penjualan melalui Instagram pada CV Zhafran Rizki Mobilindo. Penelitian ini bertujuan meningkatkan efektivitas promosi penjualan dengan memanfaatkan Instagram melalui pembuatan konten promosi *reels* dan *feed* yang menarik dan informatif. Laporan ini meliputi tahapan perancangan, pembuatan konten promosi, implementasi, serta evaluasi hasil promosi yang telah dilakukan.

Meskipun dalam proses penulisan Laporan Akhir ini terdapat berbagai tantangan dan kesulitan, berkat bimbingan, dukungan, nasihat, serta kerjasama dari berbagai pihak terkhusus dosen pembimbing, semua hambatan berhasil diatasi dengan baik. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih terdapat kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan dan keterampilan penulis. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan laporan ini di masa yang akan datang. Penulis berharap Laporan Akhir ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Palembang, ..... 2026

Penulis

Syadita Naziah

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis banyak sekali mendapat bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan 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 Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis selama menyelesaikan Laporan Akhir.
6. Bapak Billy Dewantara, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis selama menyelesaikan Laporan Akhir.
7. Ibu Rizki Amalia selaku pemilik CV Zhafran Rizki Mobilindo yang telah memberikan izin, informasi, serta membantu penulis dalam proses penelitian.
8. Karyawan CV Zhafran Rizki Mobilindo yang telah membantu penulis selama pengambilan foto dan video di *showroom*.
9. Bapak/Ibu Dosen dan Staff Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
10. Kedua Orang Tua dan Adik-Adik saya yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat selama penulis menyelesaikan Laporan Akhir ini.
11. Seluruh pihak yang terlibat, memberikan doa serta dukungan dalam proses penyusunan Laporan Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

12. Terima kasih penulis ucapkan kepada teman-teman 6NA, atas solidaritas dan kebersamaan yang membuat penulis tidak merasa sendirian. Kita tumbuh bersama dalam proses yang panjang, saling memberikan semangat, saling memperkuat, serta saling menjadi saksi atas keberhasilan setiap perjuangan.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, kontribusi, dan bimbingan kepada penulis. Semoga setiap bentuk dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan berkah oleh Allah SWT

Palembang, ..... 2026

Penulis

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan promosi penjualan CV Zhafran Rizki Mobilindo menggunakan media sosial Instagram guna meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas jangkauan promosi kepada konsumen. Permasalahan yang dihadapi perusahaan adalah pemanfaatan media sosial Instagram yang belum optimal, ditandai dengan jumlah postingan yang masih sedikit, jumlah pengikut yang rendah, serta kurangnya konsistensi dalam pengelolaan konten promosi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Research and Development (R&D)* dengan pengolahan data menggunakan *ADDIE*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada tahap perancangan, dibuat konten promosi berupa *reels* dan *feed* Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi konten promosi melalui Instagram mampu meningkatkan aktivitas akun dan interaksi *audiens*. Sebelum implementasi dilakukan, akun Instagram memiliki 8 pengikut dan 3 unggahan. Setelah implementasi konten promosi, jumlah pengikut meningkat menjadi 55 pengikut dan jumlah postingan bertambah menjadi 9 unggahan. Selain itu, selama periode evaluasi yang berlangsung selama 4 minggu, akun Instagram memperoleh sebanyak 8.100 tayangan dan 805 interaksi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konten *reels* memperoleh interaksi yang lebih tinggi dibandingkan konten *feed* karena mampu menarik perhatian *audiens* melalui penyajian video yang lebih menarik. Dengan demikian, pemanfaatan Instagram sebagai media promosi dinilai efektif dalam meningkatkan visibilitas usaha, interaksi *audiens*, serta jangkauan promosi CV Zhafran Rizki Mobilindo.

Kata Kunci: *Promosi Penjualan, Instagram, Konten Promosi, Research and Development.*

## **ABSTRACT**

*This research aims to optimize sales promotion for CV Zhafran Rizki Mobilindo using the social media platform Instagram to increase business visibility and expand promotional reach to consumers. The problem faced by the company is the suboptimal use of Instagram, indicated by a low number of posts, few followers, and a lack of consistency in managing promotional content. The method used in this study is the Research and Development (R&D) method with data processing using ADDIE. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, and documentation. In the design stage, promotional content was created in the form of Instagram reels and feed posts. The results of the study show that the implementation of promotional content through Instagram can increase account activity and audience interaction. Before the implementation, the Instagram account had 8 followers and 3 posts. After implementing promotional, the number of followers increased to 55 and the number of posts 9. In addition, during the 4 week evaluation period, the Instagram account gained 8.100 impressions and 805 interactions. The results show that reels content gets more interaction compared to feed content because it can attract the audience's attention through more engaging video presentations. Therefore, using Instagram as a promotional tool is considered effective in increasing the business visibility, audience interaction, and promotional reach of CV Zhafran Rizki Mobilindo.*

*Keywords: Sales Promotion, Instagram, Promotional Content, Research and Development.*

## DAFTAR ISI

|                                            | Halaman |
|--------------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL .....                        | i       |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                   | ii      |
| HALAMAN PERNYATAAN.....                    | iii     |
| LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI .....            | iv      |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....                 | v       |
| KATA PENGANTAR.....                        | vi      |
| UCAPAN TERIMA KASIH .....                  | vii     |
| ABSTRAK .....                              | ix      |
| <i>ABSTRACT</i> .....                      | x       |
| DAFTAR ISI.....                            | xi      |
| DAFTAR TABEL .....                         | xiii    |
| DAFTAR GAMBAR.....                         | xiv     |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                      | xv      |
| <b>BAB I    PENDAHULUAN</b>                |         |
| 1.1 Latar Belakang.....                    | 1       |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                  | 6       |
| 1.3 Ruang Lingkup Laporan Akhir.....       | 6       |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat Laporan Akhir ..... | 6       |
| 1.4.1 Tujuan Laporan Akhir .....           | 6       |
| 1.4.2 Manfaat Laporan Akhir .....          | 6       |
| <b>BAB II   LANDASAN TEORI</b>             |         |
| 2.1 Pemasaran.....                         | 8       |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran.....            | 8       |
| 2.1.2 Tujuan Pemasaran .....               | 8       |
| 2.1.3 Bauran pemasaran .....               | 9       |
| 2.2 Promosi.....                           | 9       |

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 2.2.1 Pengertian Promosi.....                  | 9  |
| 2.2.2 Tujuan Promosi .....                     | 10 |
| 2.2.3 Alat-Alat Promosi (Bauran Promosi) ..... | 10 |
| 2.3 Media Sosial .....                         | 11 |
| 2.3.1 Instagram .....                          | 13 |
| 2.4 Perancangan.....                           | 15 |
| 2.5 Kerangka Berpikir .....                    | 16 |

### **BAB III METODE LAPORAN AKHIR**

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| 3.1 Profil Perusahaan/Lembaga .....                | 19 |
| 3.1.1 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan.....       | 21 |
| 3.1.1.1 Visi Perusahaan.....                       | 21 |
| 3.1.1.2 Misi Perusahaan .....                      | 21 |
| 3.1.1.3 Tujuan Perusahaan .....                    | 21 |
| 3.1.2 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas..... | 22 |
| 3.1.2.1 Struktur Organisasi .....                  | 22 |
| 3.1.2.2 Pembagian Tugas .....                      | 22 |
| 3.1.3 Aktivitas Objek Perusahaan/Lembaga .....     | 24 |
| 3.2 Metode Laporan Akhir .....                     | 25 |
| 3.2.1 Pendekatan Laporan Akhir .....               | 25 |
| 3.2.2 Jenis dan Sumber Data .....                  | 25 |
| 3.2.3 Teknik Pengumpulan Data .....                | 27 |
| 3.2.4 <i>Keyinformant</i> .....                    | 28 |
| 3.2.5 Pengolahan data.....                         | 29 |

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1 Hasil.....                                                             | 33 |
| 4.2 Pembahasan .....                                                       | 35 |
| 4.2.1 Perancangan Promosi Penjualan Melalui Media Sosial<br>Instagram..... | 36 |
| 4.2.2 Optimalisasi Akun Media Sosial Instagram .....                       | 41 |
| 4.2.3 Implementasi Konten Promosi .....                                    | 47 |
| 4.2.4 Interaksi <i>Audiens</i> Terhadap Konten Promosi Instagram .....     | 48 |

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                     |    |
|---------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan..... | 55 |
| 5.2 Saran .....     | 55 |

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> | <b>57</b> |
|-----------------------------|-----------|

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

|                                                                                 | Halaman |
|---------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 4.1 Perancangan Konten Promosi <i>Reels</i> Mobil Gen Z.....              | 36      |
| Tabel 4.2 Perancangan Konten Promosi <i>Reels</i> 2 Mobil Keluarga.....         | 37      |
| Tabel 4.3 Perancangan Konten Promosi <i>Reels</i> 3 Tips Beli Mobil Bekas ..... | 38      |
| Tabel 4.4 Jadwal Posting Konten Promosi .....                                   | 41      |
| Tabel 4.5 Pembuatan Konten Promosi <i>Reels</i> 1 Mobil Gen Z .....             | 42      |
| Tabel 4.6 Pembuatan Konten Promosi <i>Reels</i> 2 Mobil Keluarga.....           | 45      |
| Tabel 4.7 Pembuatan Konten Promosi <i>Reels</i> 3 Tips Beli Mobil Bekas.....    | 46      |
| Tabel 4.8 Analisis Konten Promosi Instagram .....                               | 50      |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                        | Halaman |
|------------------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 1. 1 Analisis Instagram CV Zhafran Rizki Mobilindo .....        | 4       |
| Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....                                        | 16      |
| Gambar 3. 1 Logo CV Zhafran Rizki Mobilindo.....                       | 20      |
| Gambar 3. 2 Struktur Organisasi CV Zhafran Rizki Mobilindo.....        | 22      |
| Gambar 3. 3 <i>Flowchart</i> Optimalisasi Konten Promosi.....          | 32      |
| Gambar 4.1 Instagram CV Zhafran Rizki Mobilindo .....                  | 33      |
| Gambar 4. 2 Pengambilan Gambar dan Video.....                          | 42      |
| Gambar 4. 3 Implementasi Konten Promosi Instagram .....                | 48      |
| Gambar 4.4 <i>Insight</i> Interaksi Konten Promosi.....                | 52      |
| Gambar 4. 5 Grafik Perkembangan Tayangan Konten Promosi Instagram..... | 53      |

## DAFTAR LAMPIRAN

### Halaman

|                                                      |  |
|------------------------------------------------------|--|
| Lampiran 1. Surat Permohonan Izin Pengambilan Data   |  |
| Lampiran 2. Surat Izin Pengambilan Data              |  |
| Lampiran 3. Surat Balasan Perusahaan                 |  |
| Lampiran 4. Kesepakatan Bimbingan Pembimbing I       |  |
| Lampiran 5. Kesepakatan Bimbingan Pembimbing II      |  |
| Lampiran 6. Lembar Konsultasi Pembimbing I           |  |
| Lampiran 7. Lembar Konsultasi Pembimbing II          |  |
| Lampiran 8. Lembar Kunjungan Mahasiswa ke Perusahaan |  |
| Lampiran 9. Berita Acara Serah Terima                |  |
| Lampiran 10. Pernyataan Penggunaan Perancangan       |  |
| Lampiran 11. Perjanjian Perancangan                  |  |
| Lampiran 12. Rekomendasi Laporan Akhir (LA)          |  |
| Lampiran 13. Lembar Revisi Ujian Laporan Akhir (LA)  |  |
| Lampiran 14. Hasil Wawancara                         |  |
| Lampiran 15. Surat Izin Usaha                        |  |
| Lampiran 16. Dokumentasi                             |  |