

**PERANCANGAN AKUN MEDIA SOSIAL TIKTOK
SEBAGAI SARANA PROMOSI PADA
NEGOK COFFE PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**ANDINI
NPM 062330601286**

**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 AKUN MEDIA SOSIAL TIKTOK
SEBAGAI SARANA PROMOSI PADA
NEGOK COFFE PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**ANDINI
NPM 062330601286**

Menyetujui,

Palembang, 24 Juli 2026

Pembimbing I,

Pembimbing II,

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

**Welan Mauli Angguna, SPsi., M.Si
NIP 199308302022032012**

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 : Andini
NPM : 062330601286
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D-III Administasi Bisnis
Mata Kuliah : Komunikasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Perancangan Akun Media Sosial TikTok sebagai Sarana Promosi pada Negok Coffe 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, 24 Juli 2026
Yang membuat pernyataan,



Andini
NPM 062330601286

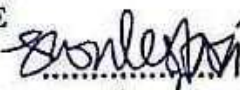
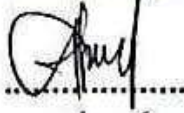
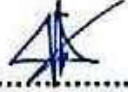
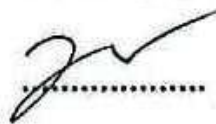
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Andini
NPM : 062330601286
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D-III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Komunikasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Perancangan Akun Media Sosial TikTok
sebagai Sarana Promosi pada Negok Coffe
Palembang

Telah dipertahankan Di hadapan 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		27/1/2026
2.	Sunanto, S.E., M.M., Ak., CA Anggota Penguji		3/8/2026
3.	Dika Setlagraha, S.E., M.M Anggota Penguji		27/7/2026
4.	Imas Permatasari, S.E., M.Si Anggota Penguji		30/1/2026

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

inna ma‘al-‘usri yusrâ

Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.

(Q.S Al Insyirah:6)

Kupersembahkan kepada:

- ❖ **Kedua Orang Tua**
- ❖ **Saudara-saudara ku**
- ❖ **Sahabat-sahabat ku**
- ❖ **Teman-teman kelas 6 NE 2026**
- ❖ **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, berkah, dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul “Perancangan Akun Media Sosial TikTok sebagai Sarana Promosi pada Negok Coffe Palembang” dengan baik dan tepat waktu.

Laporan Akhir ini menyajikan tahapan dan hasil perancangan akun media sosial TikTok sebagai sarana promosi digital pada Negok Coffe Palembang. Perancangan dilakukan dengan metode *Research and Development (R&D)* dengan model *ADDIE* yang meliputi tahapan *Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*. Melalui perancangan ini dihasilkan akun TikTok beserta konten promosi yang bertujuan untuk memperluas jangkauan informasi, meningkatkan daya tarik promosi, serta mendukung peningkatan eksistensi Negok Coffe Palembang di tengah perkembangan media sosial yang semakin pesat.

Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga Laporan Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi dalam pengembangan media promosi digital.

Palembang, 24 Julli 2026

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis banyak sekali mendapatkan bimbingan, petunjuk, masukan oleh sebab itu, pada kesempatan ini dengan kerendahan hati 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.AB., selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE., selaku Pembimbing I yang telah memberikan saran, solusi, dan petunjuk bagi penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Welan Mauli Angguna SPsi., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, solusi, dan petunjuk bagi penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Bapak *Owner* Negok Coffe dan Seluruh Pegawai yang telah memfasilitasi Penulis selama penelitian.
8. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang memberikan bekal ilmu dan bimbingan.
9. Ayah tercinta atas segala pengorbanan, kerja keras, kasih sayang, serta perhatian yang telah diberikan tanpa mengenal lelah kepada penulis.
10. Almarhumah Ibu tercinta yang selalu mencurahkan kasih sayang, do'a, perhatian selama hidup. Meskipun Ibu tidak lagi berada di sisi penulis, setiap nasihat, semangat, dan kenangan indah bersama Ibu akan selalu menjadi sumber kekuatan dalam menjalani kehidupan.
11. Saudara-saudara kandungku yang telah memberikan do'a, semangat, nasihat dan mencukupi kebutuhan penulis untuk dapat menyelesaikan

pendidikan.

12. Seluruh sahabat dan teman-teman, yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, serta do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik.
13. Rekan sesama mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman di kelas 6 NE Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberi semangat serta dukungan kepada penulis.
14. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyelesaian laporan ini, yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan, dukunga, dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan pahala dari Allah SWT. Aamiin ya Rabbal 'Alamin.

Palembang, 24 Juli 2026

Penulis

ABSTRAK

Media sosial telah menjadi salah satu sarana promosi digital yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih luas. Salah satu platform yang memiliki tingkat penggunaan tinggi adalah TikTok, yang memungkinkan penyebaran informasi melalui konten yang menarik dan informatif. Negok Coffe merupakan usaha kedai kopi di Kota Palembang yang masih menghadapi kendala dalam kegiatan promosi, seperti promosi belum memanfaatkan media sosial secara optimal dan promosi melalui WhatsApp dan dari mulut ke mulut serta lokasi usaha yang kurang strategis sehingga kurang dikenali oleh masyarakat luas. Laporan akhir ini bertujuan untuk merancang akun media sosial TikTok sebagai sarana promosi pada Negok Coffe Palembang. Metode yang digunakan adalah *Research and Development* (R&D) dengan model ADDIE yang meliputi tahap *Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, studi kepustakaan dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perancangan TikTok berhasil dilakukan melalui pembuatan akun TikTok @negokcoffe.plg pada tanggal 20 Mei 2026, penyusunan konsep konten, desain konten menggunakan Canva, serta pembuatan video promosi menggunakan CapCut. Tahap Implementasi dilaksanakan selama periode 20 Mei 2026 hingga 20 Juni 2026 dengan mempublikasikan konten sesuai strategi promosi yang dirancang. Hasil evaluasi berdasarkan *TikTok Analytics* menunjukkan bahwa konten yang diunggah memperoleh 38 ribu tayangan dan 932 kunjungan profil. Konten dengan performa terbaik adalah konten lokasi yang memperoleh 25 ribu tayangan, 532 suka, 43 komentar, 80 kali disimpan, dan 361 kali dibagikan. Selain itu, hasil wawancara dengan konsumen menunjukkan bahwa konten TikTok membantu mereka memperoleh informasi mengenai lokasi, suasana, fasilitas, dan produk yang ditawarkan oleh Negok Coffe Palembang. Dengan demikian, media sosial TikTok dapat digunakan sebagai sarana promosi yang efektif untuk meningkatkan jangkauan informasi dan eksistensi Negok Coffe di masyarakat.

Kata kunci: *Promosi Digital; Media Sosial; TikTok; Perancangan; ADDIE*

ABSTRACT

Social media has become one of the digital promotional tools widely utilized by businesses to reach a broader audience. One of the most popular platforms is TikTok, which enables the dissemination of information through engaging and informative content. Negok Coffe is a coffee shop business in Palembang City that still faces several promotional challenges, such as the lack of optimal use of social media, reliance on WhatsApp status updates and word-of-mouth promotion, and a less strategic business location, making it less recognized by the wider community. This final report aims to design a TikTok social media account as a promotional medium for Negok Coffe Palembang. The method used was Research and Development (R&D) with the ADDIE model, consisting of the Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation stages. Data collection techniques included observation, interviews, literature studies, and documentation. The results of the study indicate that the TikTok account design was successfully implemented through the creation of the TikTok account @negokcoffe.plg on May 20, 2026, the development of content concepts, content design using Canva, and promotional video production using CapCut. The implementation stage was carried out from May 20, 2026, to June 20, 2026, during which promotional content was published according to the planned promotional strategy. Evaluation results based on TikTok Analytics showed that the uploaded content gained 38 thousand views, 932 profile visits. The best-performing content was location-related content, which achieved 25 thousand views, 532 likes, 43 comments, 80 saves, and 361 shares. In addition, interview results revealed that TikTok content helped consumers obtain information regarding the location, atmosphere, facilities, and products offered by Negok Coffe Palembang. Therefore, TikTok social media can be used as an effective promotional tool to increase information reach and enhance the visibility of Negok Coffe within the community.

Keywords: Digital Promotion; Social Media; TikTok; Design; 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
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Laporan Akhir	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Laporan Akhir	7
1.4.1 Tujuan Laporan Akhir.....	7
1.4.2 Manfaat Laporan Akhir.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Promosi.....	9
2.1.1 Pengertian Promosi.....	9
2.1.2 Tujuan Promosi.....	9
2.1.3 Bauran Promosi	10
2.2 Media Sosial.....	10
2.2.1 Pengertian Media Sosial.....	10
2.2.2 Karakteristik Media Sosial	11
2.2.3 Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial	12
2.2.3.1 Kelebihan Media Sosial	12
2.2.3.2 Kekurangan Media Sosial	12

2.2.4 Jenis-Jenis Platform Media Sosial	13
2.3 TikTok.....	13
2.1.1 Pengertian TikTok	13
2.1.2 Fitur-Fitur TikTok	14
2.1.3 Manfaat TikTok.....	15
2.1.4 Waktu Posting TikTok.....	16

BAB III METODE LAPORAN AKHIR

3.1 Profil Perusahaan	17
3.1.1 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan	17
3.1.1.1 Visi Perusahaan	17
3.1.1.2 Misi Perusahaan	17
3.1.1.3 Tujuan Perusahaan	18
3.1.2 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	18
3.1.2.1 Struktur Organisasi.....	18
3.1.2.2 Pembagian Tugas	18
3.1.3 Aktivitas Objek Perusahaan	20
3.2 Metode Laporan Akhir	20
3.2.1 Pendekatan Laporan Akhir	20
3.2.2 Jenis dan Sumber Data	23
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	25
3.2.4 <i>Key Informant</i>	26
3.2.5 Pengolahan Data.....	27

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil	32
4.1.1 Analisis (<i>Analysis</i>).....	32
4.1.2 Desain (<i>Design</i>).....	34
4.1.3 Pengembangan (<i>Development</i>).....	37
4.1.4 Pelaksanaan (<i>Implementation</i>)	53
4.1.5 Evaluasi (<i>Evaluation</i>).....	57
4.2 Pembahasan.....	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68

DAFTAR PUSTAKA 70

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Omzet Negok Coffe Palembang tahun 2023-2025	2
Tabel 3.1 Data <i>Key Informant</i>	27
Tabel 3.2 Simbol-Simbol <i>Flowchart</i>	31
Tabel 4.1 Daftar Informan Wawancara	32
Tabel 4.2 Hasil Desain Konten TikTok	46
Tabel 4.3 Uji Coba Konten TikTok Negok Coffe	56
Tabel 4.4 Hasil Analisis Tayangan, Like, Komentar, Simpan dan Bagikan TikTok	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pertumbuhan Tingkat Penetrasi Internet	4
Gambar 1.2 10 Aplikasi Media Sosial Terpopuler	5
Gambar 3.1 Struktur Organisasi	18
Gambar 3.2 Tahapan Model ADDIE	21
Gambar 3.3 Alur Perancangan TikTok	30
Gambar 4.1 Rancangan Desain Beranda TikTok	35
Gambar 4.2 Konsep Warna Desain TikTok	36
Gambar 4.3 Tipografi Desain TikTok	36
Gambar 4.4 Konsep Tata Letak Desain TikTok	37
Gambar 4.5 Aplikasi TikTok	38
Gambar 4.6 Pendaftaran Akun TikTok	38
Gambar 4.7 Verifikasi dan Pembuatan Kata Sandi Akun TikTok	39
Gambar 4.8 Pengisian Tanggal Lahir dan Pembuatan <i>Username</i> TikTok	39
Gambar 4.9 Mengatur Profil TikTok	40
Gambar 4.10 Ikon Pengaturan TikTok	41
Gambar 4.11 Verifikasi Ke Akun Bisnis	41
Gambar 4.12 Beralih Ke Akun Bisnis	42
Gambar 4.13 Pendaftaran Akun Bisnis	42
Gambar 4.14 Pemilihan Kategori Akun Bisnis	43
Gambar 4.15 Informasi Akun Bisnis	43
Gambar 4.16 Akun Tiktok Bisnis Siap Digunakan	44
Gambar 4.17 Ukuran Desain Beranda TikTok	44
Gambar 4.18 Pemilihan Konsep Desain	45
Gambar 4.19 Penambahan Elemen, Ikon Dan Alamat	45
Gambar 4.20 Hasil Desain	46
Gambar 4.22 Pemilihan Font Desain	50
Gambar 4.23 Penambahan Informasi	51

Gambar 4.24 Penambahan Transisi Video	51
Gambar 4.25 Pengaturan Durasi Video.....	52
Gambar 4.26 Pengunduhan Video.....	52
Gambar 4.27 Penambahan Sound TikTok.....	53
Gambar 4.28 Implementasi Konten TikTok.....	54
Gambar 4.29 Sosialisasi Akun TikTok Bersama Pengelola Negok Coffe.....	55
Gambar 4.30 Uji Coba dengan Mitra	57
Gambar 4.31 Hasil <i>TikTok Analytics</i>	58
Gambar 4.32 Data Audiens Berdasarkan Lokasi	61
Gambar 4.33 Data Audiens Berdasarkan Rentang Usia.....	61
Gambar 4.34 Data Audiens Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Gambar 4.35 Tanggapan Audiens Terhadap Konten Tiktok.....	63
Gambar 4.36 Wawancara Bersama Konsumen	64

DAFTAR LAMPIRAN

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