

**PERANCANGAN PROMOSI PRODUK GULA SEMUT AREN  
MELALUI MEDIA SOSIAL DI DESA KORENG KABUPATEN  
MINAHASA SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

**Oleh :**

**JHEIN PRISCILIA**

**NIM : 19 052 043**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN**

**2022**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>BIOGRAFI</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>.xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Lingkup Perancangan .....	5
1.4 Rumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Perancangan.....	6
1.6 Manfaat Perancangan.....	6
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS</b> .....	<b>7</b>
2.1 TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1.1 Perancangan.....	7
2.1.2 Pengertian Promosi .....	7

2.1.3 Pemasaran.....	8
2.1.4 Pengertian Internet .....	9
2.1.5 Media Sosial .....	10
2.1.5 Gula Semut Aren.....	11
2.1.6 Penelitian Terdahulu.....	14
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>16</b>
3.1 Hasil Penelitian .....	16
3.2 Pembahasan Media Promosi .....	17
3.2.1 Facebook.....	17
3.2.2 Waktu Postingan (Membuat kalender konten secara teratur).....	21
3.2.3 Media Utama .....	26
<b>BAB IV PEMBAHASAN VISUALISASI KARYA .....</b>	<b>28</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>34</b>
5.1 Kesimpulan .....	34
5.1 Saran .....	34
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>35</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>36</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Desa Koreng merupakan wilayah yang terletak di Kabupaten Minahasa Selatan, Sulawesi Utara. Yang dimana hampir sebagian masyarakatnya berprofesi sebagai petani Gula Aren, karena disana masih banyak terdapat pohon enau/aren yang merupakan sumber dari air nira untuk pembuatan Gula Semut Aren. Gula Semut Aren merupakan pemanis yang terbuat dari air nira yang berasal dari tandan bunga pohon enau Pohon enau/aren bisa dijumpai hampir diseluruh wilayah Indonesia, karena pohon enau menyukai iklim yang tropis.

Dari hasil survei yang dilakukan, ada beberapa UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) disana yang bisa memproduksi air nira tiap harinya, namun meskipun demikian harga penjualan Gula Aren termasuk cukup murah di daerah itu. Keadaan cuaca juga menjadi salah satu kendala bagi petani disana, jika cuaca buruk maka produksi gula semut aren menjadi sangat sedikit dan langkah. Dan dengan proses pembuatannya yang masih sangat tradisional tanpa mengandalkan teknologi yang canggih, dan juga pengemasannya pun masih sangat sederhana membuat Gula Aren tidak terlalu tahan lama. Masyarakat diwilayah itu juga masih belum mengetahui betapa pentingnya model kemasan dari suatu produk bisa mempengaruhi harga jualnya.



*Gambar 1 Kemasan Gula Semut Aren Yang Masih Sederhana*

Banyak masyarakat yang menggunakan Gula Semut Aren hanya sebagai campuran pemanis makanan saja, tetapi masih kurang dalam campuran minuman sehat. Nah, dengan adanya pemasaran melalui media sosial maka besar harapan penulis untuk bisa mempromosikan produk Gula Semut Aren melalui media sosial dapat berjalan dengan baik.

Pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan (Staton, 2013). Jadi pemasaran merupakan suatu kegiatan penjualan produk demi memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Sebelumnya, wawancara yang dilakukan dengan saudara Mekri Lumintang telah memproduksi Gula Semut Aren dengan rasa yang masih

original atau murni Gula Semut Aren tanpa campuran dari bahan lain dan berfungsi hanya sebagai pemanis saja dengan kemasan yang masih sederhana yaitu menggunakan plastik biasa. Namun dengan adanya pandemi sekarang ini, banyak masyarakat yang mencari minuman hangat dan bermanfaat bagi tubuh. Oleh karena itu, pada penelitian ini penulis ingin membantu mempromosikan produk dari saudara Mekri dengan cara merancang promosi melalui media sosial. Yaitu mempromosikan produk-produk Gula Aren Khususnya Facebook.

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (*Laksana, 2019:129*). Jadi Promosi merupakan suatu kegiatan memperkenalkan produk kepada calon pelanggan sehingga selalu mengingat produk.

Perancangan promosi produk Gula Semut Aren melalui Media Sosial di Desa Koreng lebih tepatnya pada saudara Mekri Lumintang bertujuan untuk memperkenalkan Gula Semut Aren pada masyarakat luas dengan membuat Gula Semut Aren yang masih original menjadi berbagai rasa yang bagus bagi tubuh dan bisa menjadi minuman herbal dengan kemasan yang modern dan menarik. Seperti rasa Jahe, Temulawak, dan Kunyit dengan berbagai manfaat kesehatan bagi tubuh. Apa lagi di masa pandemi sekarang ini, masyarakat sangat membutuhkan minuman hangat dan sehat untuk menambah stamina tubuh. Agar semakin banyak yang mengenal Gula

Semut Aren. dan juga bisa membantu UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di desa Koreng sehingga penjualam Gula Semut Aren tidak hanya di wilayah tersebut tetapi bisa sampai diwilayah lain dengan harga yang lebih tinggi agar bisa membuat masyarakat di desa itu menjadi lebih maju.

Pada zaman era digital sekarang ini dunia sudah semakin maju, teknologi juga semakin canggih, dan media komunikasi pun sudah semakin banyak macamnya. Hampir semua kebutuhan masyarakat boleh di dapat dari Media Sosial. Maka besar kesempatan penulis untuk melakukan Perancangan Promosi Produk Gula Semut Aren melalui Media Sosial Facebook dengan menampilkan foto/video yang sebagus mungkin agar bisa mendapatkan rasa emosional dari setiap orang yang melihat dan dengan kemasan yang semenarik mungkin, sehingga mampu mendapat perhatian dari konsumen.

Media Sosial adalah medium di Internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual (*Nasrullah, 2015*). Jadi media sosial merupakan tempat sekumpulan orang yang saling mencari dan berbagi informasi secara tidak langsung (virtual).

Namun sayangnya produk Gula Semut Aren masih kurang diketahui dan kurang diminati oleh konsumen, oleh karena itu promosi produk Gula Semut Aren akan dilakukan melalui Facebook menggunakan fitur yang

tersedia. Mengingat Facebook merupakan aplikasi Media Sosial yang populer dan banyak peminatnya.

Dengan demikian penulis memilih Perancangan Promosi Gula Semut Aren melalui Media Sosial Facebook karena besarnya peluang pembelian produk Gula Semut Aren.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

- Bagaimana Perancangan Promosi melalui Media Sosial dapat meningkatkan penjualan pada Produk Gula Semut Aren di desa Koreng.
- Produk Gula Semut Aren belum terlalu di kenal oleh masyarakat luas
- Kemasan yang kurang menarik dan belum sesuai standar
- Penggunaan Media Sosial Facebook belum efektif

## **1.3 Batasan Lingkup Perancangan**

Penelitian ini hanya dibatasi pada rencana Promosi produk Gula Semut Aren dengan melakukan perancangan yang tepat untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan.

## **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diambil rumusan masalah utama yaitu bagaimana Perancangan Promosi Produk Gula Semut Aren melalui Media Sosial facebook dapat meningkatkan penjualan.

## **1.5 Tujuan Perancangan**

Untuk merancang Promosi yang tepat dan menarik sehingga mampu meningkatkan nilai penjualan pada produk.

## **1.6 Manfaat Perancangan**

Manfaat yang dapat di ambil dari perancangan ini yaitu:

### **a. Bagi Penulis**

Dapat melatih penulis untuk membuka wawasan mengenai bagaimana cara mempromosikan suatu produk melalui Media Sosial dengan melakukan perencanaan yang matang agar dapat menarik minati pembeli dan juga mendapatkan ilmu yang luas.

### **b. Bagi Masyarakat**

Masyarakat jadi lebih mudah untuk mendapatkan dan menikmati Gula Semut Aren dengan tampilan yang lebih modern dan gampang di gunakan tanpa bersusah payah lagi untuk berkendara, cukup dengan memesan melalui Media Sosial Facebook.

### **c. Bagi Politeknik**

Dengan adanya Tugas Akhir ini maka diharapkan dapat menjadi referensi dan tambahan ilmu bagi mahasiswa yang akan melakukan penulisan Tugas Akhir selanjutnya.