

**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI KEGIATAN PROMOSI
PRODUK KERIPIK SINGKONG “PAPA” DI KELUARAHAN AIRMADIDI
ATAS**

TUGAS AKHIR

Oleh

VARANDHY TAMBUNUN

NIM : 19 052 017



POLITEKNIK NEGERI MANADO

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN

2022

**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI KEGIATAN PROMOSI
PRODUK KERIPIK SINGKONG “PAPA” DI KELURAHAN AIRMADIDI
ATAS**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	vi
MOTTO	vii
BIOGRAFI.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1 LATAR BELAKANG.....	16
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH.....	17
1.3 RUANG LINGKUP	18
1.4 PERUMUSAN MASALAH	18
1.5 TUJUAN DAN MANFAAT	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Perancangan	19

2.2	Media Sosial.....	19
2.3	Media Promosi	20
2.3.1	Tujuan Media Promosi.....	21
2.3.2	Contoh Media Promosi.....	21
2.4	Promosi.....	24
2.5	Keripik Singkong	24
2.6	Penelitian Terdahulu	25
BAB III PEMBAHASAN		28
3.1	Penggunaan Media Sosial Sebagai Kegiatan Promosi di Instagram	28
3.2	Manfaat Penggunaan Media Sosial Sebagai Kegiatan Promosi.....	29
3.3	Kekurangan Penggunaan Media Sosial Sebagai Kegiatan Promosi	31
BAB IV VISUALISASI DAN HASIL KARYA.....		32
4.1	Logo	32
4.2	Profil Media Sosial.....	33
4.3	Desain Kemasan.....	34
4.4	Flayer.....	35
4.5	Langkah-Langkah Pembuatan Akun Instagram.....	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		37
5.1	KESIMPULAN	37
5.2	SARAN	38
DAFTAR PUSTAKA		39

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia yang dinamis dan terus menunjukkan kemajuan begitu pesat dalam segala aspek bidang kehidupan. Seperti pada era sekarang yang disebut sebagai era kekinian atau modern telah banyak menyebabkan perubahan-perubahan sosial yang terjadi dikalangan masyarakat. Pengaruh teknologi menjadikan tergantung akan kehadirannya, terlebih setelah kemunculan internet sehingga dengan mudah memperoleh beragam informasi. Bermunculannya berbagai aplikasi media sosial ini menimbulkan peluang bagi masyarakat dalam melakukan suatu usaha. Peluang terhadap media sosial tidak berhenti hanya pada usaha produk maupun usaha jasa. Penggunaan media sosial digunakan oleh masyarakat dalam melakukan banyak aktivitas, mulai dari *entertainment*, melakukan bisnis, mencari info atau aktivitas lainnya, salah satunya adalah melakukan suatu kegiatan usaha pemasaran. Pemasaran melalui media sosial memengaruhi persepsi konsumen akan sebuah produk, yang kemudian akan mempengaruhi minat beli konsumen.

Promosi dapat dilakukan di berbagai media seperti poster, *billboard*, televisi, bahkan media sosial. Di jaman sekarang ini, menerapkan promosi melalui media sosial

adalah salah satu cara yang paling efektif dan efisien untuk produk keripik singkong karena bisa menekan biaya, dapat dilakukan terus menerus selama 24 jam melalui teknologi berbasis internet seperti *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*, dan berbagai media sosial lainnya.

Saat ini masih banyak pelaku yang kurang baik dalam menggunakan media sosial. Salah satunya masih banyak pelaku yang melakukan penipuan. Hal ini dapat menyebabkan kurangnya kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipromosikan.

Dari permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan promosi di media sosial pada produk keripik singkong dan bagaimana memberikan solusi dalam penulisan ini agar pelaku usaha mengetahui bahwa media sosial dibutuhkan untuk kegiatan promosi pada produk singkong agar dikenal masyarakat luas, dan bukan hanya masyarakat setempat. Dan penulis tertarik mengangkat judul permasalahan “Penggunaan Media Sosial Sebagai Kegiatan Promosi Produk Keripik Singkong”.

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

1. Kurangnya kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipromosikan.
2. Pelaku usaha belum menggunakan media sosial sebagai alternatif promosi pada produk keripik singkong.
3. Kurangnya pengetahuan tentang penggunaan media sosial sebagai kegiatan promosi.

1.3 RUANG LINGKUP

1. Profil media sosial
2. Kemasan
3. Flayer

1.4 PERUMUSAN MASALAH

1. Apa manfaat dari Penggunaan Media Sosial Sebagai Kegiatan Promosi Produk Keripik Singkong?
2. Bagaimana cara menerapkan promosi di media sosial pada produk keripik singkong?

1.5 TUJUAN DAN MANFAAT

1. Tujuan dari promosi di media sosial ini adalah untuk memberikan bantuan kepada pelaku usaha dalam mempromosikan produk keripik singkong di media sosial.
2. Manfaat dari promosi di media sosial ini adalah pelaku dapat menghemat waktu dan tenaga pelaku usaha, juga produk keripik singkong akan lebih banyak dikenal orang.