

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
DALAM MEMASARKAN MINYAK KELAPA MURNI
DI KEC. BINTAUNA KAB. BOLAANG MONGONDOOW UTARA**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh Ijazah Diploma III Pada
Jurusan Administasi Bisnis Politeknik Negeri Manado*

OLEH

YANSEN DIVALDY KATIANDAGHO

NIM : 19052012



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

2022

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
BIOGRAFI	v
HALAMAN MOTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Rumusan Masalah	4
1.5 Tujuan Perancangan	4
1.6 Manfaat Perancangan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Tentang Perancangan	6
2.2 Kajian Tentang Media Promosi	7
2.3 Kajian Tentang Desain Komunikasi Visual.....	10
2.4 Kajian Tentang Tagline	11
2.5 Kajian Tentang Pemasaran	12
BAB III VISUALISASI DAN PEMBAHASAN KARYA	14
3.1 Pembahasan Media Promosi	14

3.2 Visualisasi Karya	19
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	27
4.1 Kesimpulan	27
4.2 Saran	28
DAFTAR PUSTAKA	29
LAMPIRAN	30

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Minyak kelapa murni merupakan produk olahan dari daging kelapa yang berupa cairan berwarna jernih, tidak berasa, dan sangat khas dengan bau kelapa. Pembuatan minyak kelapa murni ini tidak membutuhkan biaya yang mahal karena bahan baku mudah di dapat dan pengolahan yang sederhana. Jika dibandingkan dengan minyak kelapa biasa, atau sering di sebut minyak goreng (minyak kelapa kopra) minyak kelapa murni mempunyai kualitas yang lebih baik.

Karena banyaknya manfaat dari minyak kelapa murni sehingga menjadi salah satu ide bisnis UKM yang ada di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara, tepatnya di Kecamatan Bintauna, namun mereka belum memiliki alternatif penjualan dan strategi untuk membuat kemasan yang lebih menarik. Pada umumnya, mereka menjual produk di pasar tradisional dan hanya menggunakan kemasan seperti botol air mineral bekas ataupun kemasan plastik bening. dari data yang penulis kumpulkan masih banyak kekurangan dalam memasarkan produk minyak kelapa murni, salah satunya melakukan promosi minyak kelapa murni pada media sosial, dan strategi dalam pembuatan kemasan.

Promosi juga dapat dilakukan diberbagai media seperti banner, poster, billboard, tv, bahkan media sosial lainnya. Menerapkan promosi melalui media sosial adalah salah satu cara yang paling efektif dan efisien untuk pelaku usaha karena bisa menekan biaya, dan dapat dilakukan terus menerus selama 24 jam serta dapat diakses dimana saja selama kita menggunakan smartphone. Dalam media sosial ada satu fitur yang disebut dengan *Market Place*. Selain mempromosikan melalui media sosial penulis juga mengganti kemasan dengan yang lebih baik dan menarik, seperti menambah logo, nama produk, dan manfaat produk, agar konsumen dapat tertarik pada produk minyak kelapa murni yang ada di Kecamatan Bintauna. Namun masih banyak tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku usaha seperti kurangnya inovasi digital, penerapan pemasaran dalam media sosial yang kurang baik, serta pemikiran dari pelaku usaha yang tidak mau berkompetisi. Permasalahan ini juga dialami oleh pelaku usaha minyak kelapa murni yang ada di Kecamatan Bintauna.

Dari permasalahan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian minyak kelapa murni yang ada di Kecamatan Bintauna, Kabupaten Bolaang Mongondow Utara dan bagaimana memberikan solusi dalam penulisan ini agar pelaku usaha mengetahui bahwa media sosial di butuhkan untuk mempromosikan produk minyak kelapa murni agar di kenal masyarakat luas bukan hanya masyarakat setempat, dan mengganti kemasan dengan kemasan yang lebih baik agar menarik konsumen untuk membeli produk minyak kelapa murni.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Pemilik usaha belum menggunakan media sosial sebagai alternatif mempromosikan produk minyak kelapa murni.
2. Kegiatan pemasaran yang dilakukan masih menggunakan cara tradisional, padahal kegiatan dengan cara penjualan di media sosial lebih efektif dalam hal mempromosikan produk.
3. Kurangnya pengetahuan media sosial dalam memasarkan minyak kelapa murni.
4. Pemilik usaha belum menggunakan kemasan dan logo yang membuat produk terlihat lebih menarik.

1.3 Ruang Lingkup

Berikut adalah ruang lingkup perancangan:

1. Perancangan media promosi dalam memasarkan minyak kelapa murni
2. Mengganti kemasan menjadi lebih dan membuat logo agar produk terlihat bagus dan bisa menarik pelanggan untuk membeli
3. Membantu pelaku usaha menggunakan media sosial sebagai tempat memasarkan produk

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara mempromosikan dan memasarkan minyak kelapa murni dalam media sosial
2. Bagaimana cara membuat logo yang menarik
3. Bagaimana cara membuat kemasan yang bagus dan menarik pelanggan

1.5 Tujuan Perancangan

Untuk membantu mempromosikan produk minyak kelapa murni di media sosial agar lebih di kenal di luar daerah dan bukan hanya di kenal di Kecamatan Bintauna. Membantu memudahkan pelaku usaha untuk menjual produk minyak kelapa murni. dan juga membantu membuat logo dan kemasan yang menarik agar bisa membuat pelanggan tertarik pada produk minyak kelapa murni. dengan cara mempromosikan di media-media sosial yang ada sehingga dapat mempermudah pelaku usaha dalam menjual produk minyak kelapa murni.

1.6 Manfaat Perancangan

Perancangan ini di harapkan bisa memberikan solusi kepada pelaku usaha dalam hal promosi produk minyak kelapa murni di media sosial agar minyak kelapa murni tersebut di kenal bukan hanya masyarakat setempat namun masyarakat luas, dan juga agar produk minyak kelapa murni tersebut mendapatkan daya beli yang besar. Juga dapat membantu pelaku usaha untuk membuat kemasan dan logo produk minyak kelapa murni agar lebih menarik pelanggan untuk membeli produk tersebut. Penulis juga mengharapkan agar para pelaku usaha produk minyak kelapa murni di Kecamatan

Bintauna mampu menggunakan serta mampu menerapkan promosi produk minyak kelapa murni yang ada Di Kecamatan Bintauna menggunakan sosial media sebagai saran untuk menjual dan memasarkan produk tersebut.