

**PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA UMKM BASO ACI MA'CI**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Sebagai Salah satu Syarat untuk Mengambil Mata Kuliah Tugas Akhir Program
Studi Diploma III Desain Komunikasi Visual

Oleh :

Nama : Anvin Monica

Nim : 22121007

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA TEGAL**

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anvin monica

NIM : 22121007

Adalah mahasiswi Program Studi D3 Desain Komunikasi Visual Politeknik Harapan bersama Tegal , dengan ini saya menyatakan bahwa laporan Tugas akhir yang berjudul :

**“PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA UMKM BASO ACI MA’CI ”**

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang saya buat adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, disusun tanpa melakukan plagiarisme terhadap karya pihak lain. Segala bentuk kutipan, rujukan, dan penggunaan sumber informasi telah saya cantumkan sesuai kaidah penulisan ilmiah. Saya menyadari bahwa pelanggaran terhadap pernyataan ini dapat mengakibatkan pembatalan kelulusan atau sanksi akademik lainnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku di lingkungan kampus.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya dan sesungguhnya.

Tegal, Desember 2025

Yang memberi pernyataan ,


Anvin monica

22121007

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Politeknik Harapan Bersama Tegal , saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anvin monica

NIM : 22121007

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Jenis karya : Perancangan konten instagram sebagai media promosi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Harapan Bersama Tegal Hak bebas Royalti Non Eklusif atas tugas akhir saya yang berjudul : “ Perancangan Konten Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Umkm Baso Aci Ma’ci ” .

Dengan Hak bebas Royalty Non eksklusif ini Politeknik Harapan Bersama tegal berhak menyimpan , mengalih media / formatkan , mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) , merawat dan mempublikasi Tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis /pencipta dan pemilik hak cipta . Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan sesungguhnya .

Tegal , Desember , 2025

Yang membuat pernyataan



Anvin monica

Nim : 22121007

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Pembimbing Tugas Akhir memberikan rekomendasi kepada :

Nama : Anvin monica
NIM : 22121007
Program Studi : DIII Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : “ PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA UMKM BASO ACI MA’CI “

Mahasiswa tersebut telah dinyatakan selesai melaksanakan bimbingan dan dapat mengikuti Ujian Tugas Akhir pada tahun akademik 2024/2025.

Tegal, *november* 2025

Pembimbing I



Ahmad Ramdhani, S.Kom., M.Ds.

NIPY. 05.015.272

Pembimbing II



Nadia Safina Faradis, S.Ds., M.I.Kom.

NIPY. 09.019.545

LEMBAR PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Anvin monica
NIM : 22121007
Program Studi : DIII Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : " PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PADA UMKM BASO ACI MA'CI "

Telah dipertahankan dan dipertanggungjawabkan dihadapan penguji dan diterima sebagai persyaratan mendapat gelar A.Md.Ds.

Tegal, November 2025

Dewan Penguji :

Nama

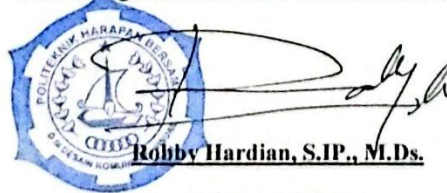
Tanda Tangan

1. Ketua : Robby Hardian, S.IP., M.Ds.
2. Penguji I : Dessy Ratna Putry, S.Sn., M.Hum.
3. Penguji II : Nadia Safina Faradis, S.Ds., M.I.Kom.

1. 
2. 
3. 

Mengetahui,

Ketua Program Studi DIII Desain Komunikasi Visual


Robby Hardian, S.IP., M.Ds.

NIPY. 07.019.416

HALAMAN MOTTO

“ Hidupku adalah ibadah, dan setiap usahaku adalah jalan untuk mendekat pada-Nya.”

_ QS. Az-Zariyat: 56 _

“ Kreativitas bukan datang tiba-tiba; ia tumbuh dari keberanian untuk mencoba, gagal, lalu mencoba lagi.”

_ Anvin monica _

Dengan segala bentuk rasa syukur kehadiran Allah SWT kupersembahkan Tugas akhir ini untuk :

1. Keluarga dan teman – teman yang telah mendoakan , mendukung , dan membantu saya .
2. Almamaterku , politeknik harapan Bersama Tegal

**PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA UMKM BASO ACI MA'CI
ABSTRAK**

Media sosial merupakan media berbasis internet yang bersifat interaktif dan partisipatif, memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah secara efektif. Instagram, sebagai salah satu platform populer, memiliki potensi besar untuk digunakan sebagai media promosi bagi pelaku usaha, khususnya UMKM. Namun, realita menunjukkan bahwa masih banyak UMKM yang belum mampu memanfaatkan media sosial secara optimal, termasuk UMKM Baso Aci Ma'ci di Kota Tegal. Umkm baso Aci maci ini menghadirkan jajanan khas Sunda dengan inovasi produk, tetapi masih mengandalkan promosi konvensional sehingga pemanfaatan Instagram belum maksimal. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pemanfaatan Instagram sebagai media promosi pada UMKM Baso Aci Ma'ci serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mewawancarai satu narasumber yaitu karina sebagai owner UMKM Baso Aci Ma'ci. Objek penelitian adalah strategi promosi melalui media sosial. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan teknik analisis interaktif yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai media promosi masih terbatas pada unggahan sederhana yang belum konsisten. Kendala utama adalah kurangnya pemahaman mengenai strategi digital marketing, serta minimnya sumber daya dalam pembuatan konten kreatif. Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa Instagram berpotensi meningkatkan brand awareness dan penjualan Baso Aci Ma'ci, namun diperlukan strategi promosi digital yang lebih terencana, konsistensi dalam produksi konten, serta peningkatan kapasitas pengelolaan media sosial bagi pelaku UMKM.

Kata kunci: Perancangan konten, Instagram, media sosial, promosi

INSTAGRAM SOCIAL MEDIA CONTENT DESIGN AS A PROMOTIONAL MEDIUM FOR BASO ACI MA'CI SMEs

ABSTRACT

Social media is an internet-based medium that is interactive and participatory, allowing effective two-way communication. Instagram, as one of the most popular platforms, has great potential to be used as a promotional medium for businesses, particularly micro, small, and medium enterprises (MSMEs). However, the reality shows that many MSMEs are still unable to optimize social media, including Baso Aci Ma'ci in Tegal City. This MSME offers traditional Sundanese snacks with product innovation, but still relies on conventional promotion, making Instagram utilization less optimal. The purpose of this study is to analyze the use of Instagram as a promotional medium for Baso Aci Ma'ci and to identify the challenges faced. This research uses a qualitative method by interviewing one informant, Karina, as the owner of Baso Aci Ma'ci. The research object is the promotion strategy through social media. Data were collected through interviews, observation, and documentation, then analyzed using an interactive analysis technique consisting of data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results show that Instagram promotion is still limited to simple and inconsistent postings. The main obstacles are the lack of understanding of digital marketing strategies and limited resources for creating creative content. The conclusion of this study is that Instagram has the potential to increase brand awareness and sales of Baso Aci Ma'ci, but requires a more planned digital promotion strategy, consistent content production, and improved social media management capacity for MSME actors.

Keywords: *Content design, Instagram, social media, promotion.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, tugas akhir ini dapat disusun dengan baik. Tugas akhir ini dengan judul “ Perancangan konten media sosial instagram sebagai media promosi pada umkm Baso aci maci “ , disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan tugas akhir guna memperoleh gelar Ahli Madya Desain (A.md.Ds).

Penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. apt. Heru Nurcahyo, S.Farm.,M.Sc, selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama
2. Bapak Robby hardian , S.IP., M.Ds. selaku Ketua Program Studi D III Desain Komunikasi Visual Politeknik Harapan Bersama Tegal.
3. Bapak Ahmad Ramdhani, S.Kom., M.Ds. selaku dosen pembimbing I Tugas akhir .
4. Ibu Nadia Safina Faradis, S.Ds., M.I.Kom selaku dosen pembimbing II Tugas akhir .
5. Ibu Karina selaku pemilik UMKM Baso aci maci.
6. Untuk Suamiku , Ardian Imam Subekhi S.Psi. yang selalu memberikan dukungan , doa dan semangat tiada henti .

7. Kedua orang tua tercinta, keluarga, dan sahabat yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat yang tiada henti.
8. Semua pihak yang telah mendukung, membantu serta mendoakan penyelesaian laporan Tugas Akhir ini .

Penulis menyadari bahwa Tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga Tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Tegal , 2025

Yang Terhormat

Anvin monica

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi masalah	5
1.3 Batasan masalah.....	5
1.4 Rumusan masalah	6
1.5 Tujuan Perancangan.....	7
1.6 Manfaat Perancangan.....	8
1.7 Sistematika Penulisan	10
BAB II.....	11

TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 PENELITIAN SEJENIS	11
2.1.1 Perancangan Konten Visual Instagram sebagai Media Promosi Produk Kuliner Lokal di Bandung".....	11
2.1.2 Perancangan Konten Media Sosial Sebagai Media Promosi Toko <i>Thrifting Double Our Standard</i> ” . Muhammad Insan kamil (2023)	13
2.1.3 “ Perancangan Dan Evaluasi Konten Media Sosial Bagi Umkm Sambal Ning Niniek Dengan Pendekatan <i>Design Thinking</i> “ . Dhianya baiq azzahra Poespito , 2022.....	15
2.2 LANDASAN TEORI.....	17
2.2.1 Media sosial	17
2.2.2 Instagram	19
2.2.3 Umkm	22
2.2.4 Promosi	23
2.2.5 layout	24
2.2.6 Copywriting	25
BAB III	27
METODE PENELITIAN.....	27
3.1 WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN	27
3.2 Bahan Penelitian	28
3.3 Tempat penelitian.....	31
3.4 Alat Penelitian.....	32
3.5 Prosedur penelitian	33
3.5 Kerangka berpikir	36
BAB IV	37
HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN	37

4.1 Objek Penelitian.....	37
4.2 Konsep dasar perancangan.....	38
4.2.1 Segmentasi	38
4.2.2 Konsep Visual	39
4.2.3 Gaya penulisan.....	42
4.3 Proses perancangan.....	45
4.3.1 Konten Planner	45
4.3.2 Moodboard.....	47
4.3.3 Sketsa	48
4.3.4 Proses pembuatan perancangan	49
4.3.5 Strategi penerapan Instagram.....	50
4.4 Hasil Perancangan.....	52
4.4.1 Desain konten feed Instagram.....	52
4.5 Pameran	60
BAB V.....	62
PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....	64
Lampiran	68

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	27
Tabel 4.1 Jadwal Upload Minggu Pertama	50
Tabel 4.2 Jadwal upload minggu kedua	51
Tabel 4.3 Jadwal upload minggu ketiga.....	51

DAFTAR BAGAN

Bagan 3.5 Kerangka berpikir	36
-----------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Outlet Baso aci maci	31
Gambar 3.2 Maps Outlet baso aci maci	32
Gambar 4.1 Color palet	40
Gambar 4.2 Font happy food	41
Gambar 4.3 Font league spartan	42
Gambar 4.4 Layout konten.....	43
Gambar 4.5 Foto produk Umkm Baso aci	44
Gambar 4.6 Konten planner	46
Gambar 4.7 Konten planner	46
Gambar 4.8 Moodboard	47
Gambar 4.9 Sketsa feed	48
Gambar 4.10 Sketsa story	48
Gambar 4.12 Proses editing story	49
Gambar 4.11 Proses editing feed	49
Gambar 4.13 Mockup feed Instagram.....	52
Gambar 4.14 Desain feed promo di Grabfood.....	53
Gambar 4.15 Desain Tampilan produk dan harga.....	53
Gambar 4.16 Desain Testimoni.....	54
Gambar 4.17 Mockup Caraousel	54
Gambar 4.18 Scan QR Video reels baso aci	55
Gambar 4.19 Mockup Story Instagram.....	56
Gambar 4.20 Desain story promo di grab	57
Gambar 4.21 Desain story menu.....	57
Gambar 4.22 Mockup Poster	58
Gambar 4.23 Mockup buku katalog Baso aci	59
Gambar 4.25 Pameran Tugas akhir	60
Gambar 4.24 Stand Pameran Tugas akhir	60
Gambar 4.26 Suasana Di stand pameran	61

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisioner	68
2. Observasi.....	71
3. Surat Kesepakatan Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing 1	72
4. Surat kesepakatan bimbingan tugas akhir Pembimbing 2	73
5. Lembar Bimbingan tugas akhir Pembimbing 1	74
6. lembar bimbingan tugas akhi Pembimbing 2.....	76
7. Lembar penilaian ujian Tugas akhir Pembimbing 1	78
8. Lembar penilaian Bimbingan Tugas akhir Pembimbing 2	79
9. Lembar Penilaian Bimbingan Tugas akhir.....	80
10. Lembar Perbaikan Ujian Tugas akhir	81