

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**PENERAPAN *CREATIVE CAMPAIGN* MELALUI MEDIA**  
**SOSIAL INSTAGRAM PADA PRODUK KOPI IDA**

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk  
Memperoleh gelar Ahli Madya



**Disusun Oleh**  
**AGRAHANITA SIHOTANG**  
**NIM : 20541001**

**PRODI DESAIN GRAFIS KONSENTRASI PERIKLANAN**  
**JURUSAN DESAIN**  
**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**  
**PSDKU MEDAN**  
**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Penerapan Creative Campaign Melalui Media Sosial  
Instagram Pada Produk Kopi Ida  
Penulis : Agrahanita Sihotang  
NIM : 20541001  
Program Studi : Desain Grafis Konsentrasi Periklanan  
Jurusan : Periklanan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu tanggal 12 Juli 2023.

Disahkan oleh:  
Ketua Penguji,




Syafriyandi, S.Pd., M.Sn  
NIP. 19920208 201903 1 009

Anggota I



Fitri Evita, S.Pd., M.Sn  
NIP. 0025078310

Anggota II



Khairil Anwar SE, S.Kom., M.Kom  
NIP. 19850401 201903 1 010

Mengetahui,  
Kepala Unit Pengelola PNMK  
PSDKU Medan




Komda Salarja, S.Pd., M.Pd  
NIP. 197712202006041002

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR

Judul Tugas Akhir : Penerapan Creative Campaign Melalui Media Sosial Instagram Pada Produk Kopi Ida  
Penulis : Agrahanita Sihotang  
NIM : 20541001  
Program Studi : Desain Grafis  
Jurusan : Periklanan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan. Ditandatangani di Medan pada hari Senin, 26 Juni 2023.

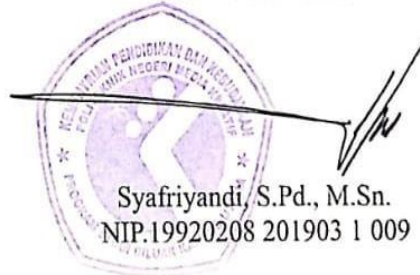
Pembimbing I

  
Khairil Anwar SE, S.Kom., M.Kom  
NIP. 198504012019031010

Pembimbing II

  
Siti Aisyah, S.Pd., M.Si.  
NIDN.0015108304

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Desain Grafis  
Jurusan Periklanan

  
Syafriyandi, S.Pd., M.Sn.  
NIP.19920208 201903 1 009

## **PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agrahanita Sihotang

NIM : 20541001

Program Studi : Desain Grafis

Jurusan : Periklanan

Tahun Akademik : 2020-2023

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

“PENERAPAN CREATIVE CAMPAIGN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA PRODUK IDA” **adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain dan bebas dari plagiarism.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Medan, 26 Juni 2023

Yang menyatakan,



Agrahanita Sihotang  
NIM: 20541001

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AGRAHANITA SIHOTANG  
NIM : 20541001  
Program Studi : Desain Grafis  
Jurusan : Desain  
Tahun Akademik : 2020/2023

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non- exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENERAPAN CREATIVE CAMPAIGN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA PRODUK KOPI IDA” (berserta perangkat yang diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Medan, 26 Juni 2023  
Yang menyatakan,



Agrahanita Sihotang  
NIM. 20541001

## **ABSTRACT**

*Because of the internet, technology and computers are currently quite up to date. Every smartphone used today has internet technology that makes it easy to access various things, one of which is social media. Instagram, a social media platform that is now quite popular, is used today to carry out promotions. Currently, businesses of all sizes, both large and small, are actively promoting their products on Instagram. However, very few are just starting out and highlight only the advantages of their product without engaging in active promotion. Therefore, the authors consider developing a creative campaign for Kopi Ida's products that lack social media so that they can utilize Instagram as a promotional medium to reach the target market. Through the implementation of this creative campaign, it is hoped that Kopi Ida will be widely known.*

**Keywords: Internet, Social Media, Creative Campaign, Promotion**

## **ABSTRAK**

Teknologi dan komputer saat ini sangat berkembang pesat karena didukung oleh adanya internet. Setiap *smartphone* saat ini juga sudah memiliki teknologi internet yang memudahkan mengakses banyak hal dan informasi. Salah satu hal yang sering diakses diinternet yaitu media sosial. Media sosial yang saat ini peminatnya cukup tinggi yaitu Instagram. Instagram awalnya digunakan untuk berbagi foto untuk kesenangan pribadi yang saat ini juga dimanfaatkan untuk melakukan promosi. Usaha besar maupun kecil saat ini sudah mulai melakukan promosi diinstagram, akan tetapi tidak sedikit yang belum berani memulai dan hanya mengandalkan keunggulan produk dan loyalitas pelanggan tanpa melakukan promosi. Oleh karena itu, penulis mencoba menerapkan *creative campaign* pada produk Kopi Ida yang belum memiliki media sosial agar dapat memanfaatkan Instagram sebagai media promosi untuk memperluas target pasar. Melalui penerapan *creative campaign* juga diharapkan agar Kopi Ida dapat dikenal oleh masyarakat luas dan dapat meningkatkan jumlah konsumen baru.

**Kata kunci : Media Sosial, Instagram, Creative Campaign, Promosi**

## PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Desain Grafis Konsentrasi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, penulis berperan sebagai perancang desain yang merancang serta menesain dan menerapkan teknik promosi kreatif terhadap Kopi Ida. Berdasarkan karya tersebut, penulis Menyusun TA yang berjudul “Penerapan *Creative Campaign* Melalui Media Sosial Instagram pada Produk Kopi Ida”.

Laporan TA ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Nova Darmanto, S.Sos., M.S.I., selaku Plt. Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif.
3. Komda Saharja, S. Kom., MPd., selaku Kepala Unit Pengelola Politeknik Negeri Media Kreatif PSDKU Medan.
4. Syafriandi, S.Pd., M.Sn., selaku Koordinator Prodi Desain Grafis Konsentrasi Periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif PSDKU Medan.
5. Khairil Anwar, SE, S.Kom., M.Kom selaku pempmbimbing I yang telah membimbing dan mengajari saya dalam penulisan tugas akhir ini.
6. Siti Aisyah, S.Pd., M.Si selaku pembimbing II yang telah membimbing dan mengajari saya dalam penulisan Tugas Akhir ini.
7. Para dosen dan tenaga pendidik Politeknik Negeri Media kreatif yang telah melayani mahasiswa selama menulis menempuh Pendidikan disini.

8. Perusahaan Kopi Ida yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian tugas akhir.
9. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Kondarwin Sihotang dan Ibu saya Rosinta Sitanggang, juga kepada Vinsensia Arniaty Sihotang, Pius Alberth Sihotang dan Agnes Sertilyah Sihotang saya ucapkan terimakasih banyak karena selalu mendoakan dan mendukung saya selama menempuh perkuliahan serta sering memberikan apresiasi terhadap setiap pencapaian saya. Terimakasih telah menjadi keluarga yang cukup sempurna bagi saya.
10. Kepada sahabat sahabat saya yang disebut sebagai Galaxy, yaitu Hobbit dan Putan saya ucapkan terimakasih karena telah menjadi sahabat yang selalu mendukung dan mendoakan saya. Juga kepada Seono yang selalu memberikan semangat serta motivasi selama perkuliahan. Dan yang terakhir kepada rekan rekan mahasiswa dan mahasiswi Prodi Periklanan 2020 yang telah menempuh pendidikan bersama saya, saya ucapkan terimakasih.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini.

Medan, Maret 2023



Agrahanita Sihotang

NIM. 20541001



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah .....	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penulisan .....	4
F. Manfaat Penulisan .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
A. Pengertian Penerapan.....	7
B. Pengertian <i>Creative</i> .....	7
C. Pengertian <i>Campaign</i> .....	8
D. Pengertian Media Sosial .....	9

E. <i>Software</i> Pengedit Gambar Dan Video.....	10
1. Canva.....	10
2. Pablo .....	11
3. Picsart.....	11
4. Filmorago .....	12
5. KineMaster.....	12
6. Capcut .....	12
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN .....</b>	<b>14</b>
A. Data/ Objek Penelitian .....	14
B. Metode Pengumpulan Data.....	15
1. Metode Observasi.....	15
2. Metode Wawancara.....	15
C. Ruang Lingkup.....	16
D. Langkah Kerja .....	17
1. Pra – Produksi .....	17
2. Produksi .....	18
3. Pasca Produksi / Evaluasi.....	18
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>19</b>
A. Melakukan <i>Creative Campaign</i> .....	19
B. Teknik <i>Creative Campaign</i> Memperkenalkan Kopi Ida Secara Luas.....	19
C. <i>Creative Campaign</i> Melakukan Promosi Melalui Instagram.....	20
D. Konsep Visual.....	20
E. Strategi Penerapan <i>Creative Campaign</i> .....	21
F. Konsep Penerapan .....	22
G. Pemilihan Warna.....	24

I. Sketsa Awal.....	27
1. Sketsa Desain <i>Feed</i> Instagram .....	27
2. <i>Storyboard Video Reels</i> Instagram .....	32
J. Desain <i>Digital</i> .....	34
K. Posting Instagram.....	37
L. Pasca Posting Instagram .....	48
<b>BAB V Penutup.....</b>	<b>52</b>
A. Kesimpulan .....	52
B. Saran .....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1 <i>Storyboard video reels Instagram</i>.....</b>	<b>30</b>
---	-----------

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1: Tampilan awal Canva.....</b>	<b>11</b>
<b>Gambar 2: Tampilan awal Capcut .....</b>	<b>12</b>
<b>Gambar 3: Perusahaan Kopi Ida .....</b>	<b>13</b>
<b>Gambar 4: Dapur Produksi Perusahaan.....</b>	<b>14</b>
<b>Gambar 5: Wawancara bersama pemilik perusahaan .....</b>	<b>15</b>
<b>Gambar 6: Tahapan Rancangan Desain Feed Instagram.....</b>	<b>19</b>
<b>Gambar 7: Warna yang digunakan.....</b>	<b>21</b>
<b>Gambar 8 : Font Findel .....</b>	<b>22</b>
<b>Gambar 9 : Font Glacial Indifference.....</b>	<b>23</b>
<b>Gambar 10 : Font Cardo.....</b>	<b>23</b>
<b>Gambar 11 : Font Arsenal.....</b>	<b>23</b>
<b>Gambar 12 : Font Moontime.....</b>	<b>24</b>
<b>Gambar 13 : Font League Spartan .....</b>	<b>24</b>
<b>Gambar 14 : Font Monument .....</b>	<b>24</b>
<b>Gambar 15 : Sketsa desain 1 .....</b>	<b>25</b>
<b>Gambar 16 : Sketsa desain 2 .....</b>	<b>26</b>
<b>Gambar 17 : Sketsa desain 3 .....</b>	<b>26</b>
<b>Gambar 18 : Sketsa desain 4 .....</b>	<b>27</b>
<b>Gambar 19 : Sketsa desain 5 .....</b>	<b>27</b>
<b>Gambar 20 : Sketsa desain 6 .....</b>	<b>28</b>
<b>Gambar 21 : Sketsa desain 7 .....</b>	<b>28</b>
<b>Gambar 22 : Sketsa desain 8 .....</b>	<b>29</b>
<b>Gambar 23 : Sketsa desain 9 .....</b>	<b>29</b>
<b>Gambar 24 : Sketsa digital .....</b>	<b>32</b>
<b>Gambar 25 : Potongan Video dimasukkan kedalam capcut .....</b>	<b>33</b>
<b>Gambar 26 : Penambahan transisi kedalam video.....</b>	<b>33</b>
<b>Gambar 27 : Penambahan font dan kalimat pendukung video.....</b>	<b>34</b>
<b>Gambar 28 : Sketsa setengah jadi.....</b>	<b>34</b>
<b>Gambar 29 : Desain akhir feed .....</b>	<b>35</b>

<b>Gambar 30 : Postingan pertama .....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 31 : Postingan kedua .....</b>	<b>40</b>
<b>Gambar 32 : Postingan ketiga .....</b>	<b>41</b>
<b>Gambar 33 : Postingan keempat .....</b>	<b>42</b>
<b>Gambar 34 : Postingan kelima .....</b>	<b>43</b>
<b>Gambar 35 : Postingan keenam .....</b>	<b>44</b>
<b>Gambar 36 : Postingan ketujuh .....</b>	<b>45</b>
<b>Gambar 37 : Postingan kedelapan .....</b>	<b>46</b>
<b>Gambar 38 : Postingan kesembilan .....</b>	<b>47</b>
<b>Gambar 39 : Postingan reels Instagram.....</b>	<b>48</b>
<b>Gambar 40 : Tampilan sebelum ada postingan .....</b>	<b>48</b>
<b>Gambar 41 : Sinopsis salah satu feed Instagram.....</b>	<b>49</b>
<b>Gambar 42 : Jangkauan salah satu feed Instagram.....</b>	<b>50</b>
<b>Gambar 43 : Testimoni Pembelian .....</b>	<b>51</b>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Biodata Penulis
- Lampiran 2 : Kartu Bimbingan I dan II
- Lampiran 3 : Berita Acara Uji Proposal TA
- Lampiran 4 : Dokumentasi Uji Proposal TA
- Lampiran 5 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 6 : Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 7 : Surat Keterangan Selesai Penelitian
- Lampiran 8 : Hasil Karya TA
- Lampiran 9 : Dokumentasi Selama Penelitian
- Lampiran 10 : Transkrip Wawancara