

---

## PERANCANGAN VISUAL MEDIA PROMOSI SOSIAL MEDIA “KETOPRAK JAPAR”

Dadang Mulyana<sup>1</sup>, Meutia Khaleeda<sup>2</sup>, Lubna AbdulAziz F Ba Wazir<sup>3</sup>, Rizky Alfiansyah<sup>4</sup>  
[dmbq.1960@gmail.com](mailto:dmbq.1960@gmail.com), [meutiakhaleedadayananoor@gmail.com](mailto:meutiakhaleedadayananoor@gmail.com), [lubna2work@gmail.com](mailto:lubna2work@gmail.com),  
[rizkyalfiansyah112@gmail.com](mailto:rizkyalfiansyah112@gmail.com)

<sup>1,2,3,4</sup> Sekolah Tinggi Desain Interstudi

Jl. Wijaya II No.62 RT 5/RW 1 Melawai, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan

---

**Abstract:** *In the rapidly evolving digital era, digital businesses and social media advertising have become crucial for small and medium-sized enterprises (SMEs). The case study of Ketoprak Japar highlights the potential use of social media, particularly Instagram, posters, and promotional videos in boosting sales. Digital media has transformed how businesses promote themselves, with social media emerging as the primary platform for engaging with consumers. Creative promotional posters and videos can capture the attention of potential customers. Ketoprak Japar serves as an example of a small food company that has not fully leveraged social media. They have begun to recognize the limitations of traditional advertising in reaching a broader market. However, with the right social media advertising strategy, they can expand their reach. Instagram allows them to showcase their food attractively. Well-crafted posters and promotional videos can convey messages more effectively than static print ads. The use of social media can have positive impacts, such as increasing brand awareness, engagement, sales, the ability to measure performance, and interacting with customers. This case study demonstrates that SMEs should harness the potential of social media to grow their businesses.*

**Key Words:** *SMEs, Social Media, Instagram, Advertising, Sales, Digital Marketing, Digital Business.*

**Abstrak:** Dalam era digital yang berkembang pesat, bisnis digital dan periklanan media sosial menjadi penting bagi UMKM. Studi kasus Ketoprak Japar menyoroti potensi penggunaan media sosial, khususnya Instagram, poster, dan video promosi dalam meningkatkan penjualan. Media digital telah mengubah cara bisnis mempromosikan diri, dengan media sosial menjadi platform utama untuk interaksi dengan konsumen. Poster dan video promosi kreatif dapat menarik perhatian konsumen potensial. Ketoprak Japar adalah contoh perusahaan makanan kecil yang belum memanfaatkan media sosial sepenuhnya. Mereka mulai menyadari batasan iklan tradisional dalam mencapai pasar yang lebih luas. Namun, dengan strategi periklanan media sosial yang tepat, mereka dapat memperluas jangkauan mereka. Instagram memungkinkan mereka untuk menampilkan makanan mereka dengan menarik. Poster dan video promosi yang baik dapat menyampaikan pesan lebih efektif daripada iklan cetak statis. Penggunaan media sosial dapat memiliki dampak positif, seperti meningkatkan kesadaran merek, keterlibatan, penjualan, kemampuan untuk mengukur kinerja, dan berinteraksi dengan pelanggan. Studi kasus ini menunjukkan bahwa UMKM harus memanfaatkan potensi media sosial untuk mengembangkan bisnis mereka.

**Kata Kunci:** *UMKM, Media Sosial, Instagram, Periklanan, Penjualan, Digital Marketing, Bisnis Digital.*

## **PENDAHULUAN**

Kami memahami bahwa dalam dunia bisnis saat ini, media sosial menjadi salah satu alat yang sangat efektif untuk mempromosikan produk dan mencapai target pasar yang lebih luas. Kami juga ingin memberikan manfaat kepada pemilik Kedai Ketoprak Japar dalam mengatasi kendala yang dihadapi akibat ketiadaan media sosial. Selain itu, kami berharap dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan pemilik kedai dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Dengan demikian, tujuan kami adalah memberikan kontribusi positif kepada Kedai Ketoprak Japar dan masyarakat sekitarnya, serta mendukung pertumbuhan bisnis lokal di wilayah ini. Desain kemasan produk, material produk dan logo berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli pelanggan dan mampu meningkatkan minat pembelian (Rahmawaty, 2021)

## **TINJAUAN TEORI**

Untuk mengatasi masalah ini, kami mengusulkan beberapa langkah yang dapat diambil untuk menciptakan kehadiran digital yang kuat untuk kedai Ketoprak Japar.

### **1. Buat situs media sosial seperti Instagram:**

Kami akan membuat dan memelihara akun Instagram resmi untuk kedai Ketoprak Japar. Akun ini akan dirancang sedemikian rupa sehingga mencerminkan citra merek dan menampilkan produk berkualitas tinggi dengan gaya visual yang menarik. Kami akan merancang dan mengatur konten, memastikan bahwa postingan berkualitas tinggi.

### **2. Pembuatan Poster Iklan:**

Kami akan menciptakan desain poster iklan yang menarik dan informatif untuk dipajang di dalam dan di luar kedai Ketoprak Japar. Poster ini akan dirancang dengan menggunakan elemen desain multimedia yang menarik perhatian dan menyampaikan pesan promosi dengan jelas kepada pelanggan potensial. Desain poster iklan akan menonjolkan produk-produk unggulan kedai Ketoprak Japar dan mendorong pelanggan untuk berkunjung dan berbelanja di kedai.

### **3. Buat video promosi:**

Kami akan membuat video promosi yang menarik dan informatif untuk Kedai Ketoprak Japar. Video ini akan menampilkan berbagai produk unggulan dengan cara yang menarik dan interaktif. Video promosi akan diunggah ke berbagai platform media sosial dan juga dapat digunakan dalam iklan online untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Kami akan memastikan bahwa video ini dirancang dengan baik dan sesuai dengan identitas merek Kedai Ketoprak Japar.

### METODE PELAKSANAAN

- 1- Melakukan pencarian cepat dan sederhana terhadap permasalahan yang dihadapi kedai Ketoprak Japar untuk menemukan solusinya.
- 2- Membuat rencana promosi sederhana melalui situs media sosial seperti Instagram.
- 3- Membuat akun kedai untuk membantunya mempromosikan dan memecahkan masalah kedai tidak memiliki Akun dalam aplikasi Instagram.
- 4- Tambahkan poster promosi.
- 5- Membuat video promosi.
- 6- Kemudian bagilah tugas di antara anggota kelompok seperti terlihat pada tabel di bawah ini

#### Video Iklan & Wawancara “ Ketoprak Japar Bogor”

NO	Waktu	Kegiatan	Pelaksanaan
1	18 Mei 2023	Syuting iklan melalui telepon	Rizky
2	25 Mei 2023	Edit Video	Rizky
3	1 Juni 2023	Cari Musik Untuk Video Iklan	Rizky
4	8 Juni 2023	Menambahkan Musik Dan logo ke iklan videonya	Rizky
5	15 Juni 2023	Ubah Musik dan Modifikasi Beberapa Bagian Video	Lubna
6	17 Juni 2023	Menyiapkan pertanyaan wawancara & Syuting wawancaranya	Rizky & Meutia & Lubna
7	18 Juni 2023	Sisipkan/Menambahkan wawancara video dengan iklan video	Rizky
9	24 Juni 2023	Modifikasi Terakhir Dari Video Wawancara	Lubna

**Fotografi “Photoshoot Ketoprak Japar Bogor”**

<b>NO</b>	<b>Waktu</b>	<b>Kegiatan</b>	<b>Pelaksanaan</b>
<b>1</b>	25 Juni 2023	Persiapan alat-alat shoot (background, cahaya, stand hp, piring, tatak meja)  & Mulai Observasi	<b>Meutia &amp; Lubna</b>

**Poster “Iklan Poster Ketoprak Japar Bogor”**

<b>NO</b>	<b>Waktu</b>	<b>Kegiatan</b>	<b>Pelaksanaan</b>
<b>1</b>	29 Juni 2023	Mencari ide untuk posting iklan	<b>Lubna</b>
<b>2</b>	7 Juli 2023	Pekerjaan desain sederhana untuk poster iklan	<b>Lubna</b>
<b>3</b>	13 Juli 2023	karya yang telah dibuat 6 desain poster	<b>Lubna</b>
<b>4</b>	20 Juli 2023	Menyajikan Presentasi	<b>Lubna &amp; Rizky &amp; Meutia</b>
<b>5</b>	23 Juli 2023	Modifikasi posternya	<b>Lubna</b>

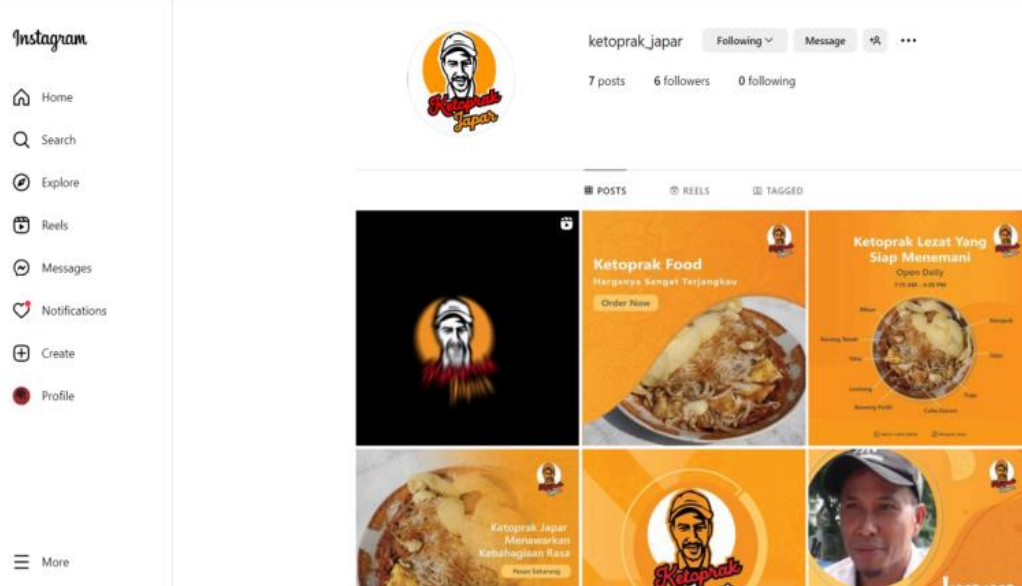
**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Karya Promosi Yang Telah Dibuat Adalah 3 Karya Dalam Aplikasi Instagram

- 1- Membuat akun di aplikasi Instagram.
- 2- Membuat poster iklan.
- 3- Membuat video iklan & Wawancara dengan pemilik Kedai Ketoprak.

Berikut adalah foto karya kami.

### 1. Foto Akun Instagram



### 2. Foto Karya Poster



### 3. Link video iklan &

wawancara: [https://drive.google.com/file/d/13LD0nR9SbIH6Ev7WQTgtrWg\\_dPNBG28r/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/13LD0nR9SbIH6Ev7WQTgtrWg_dPNBG28r/view?usp=sharing)

### KESIMPULAN

Kami berharap inisiatif kami dapat membantu Toko Ketoprak Japar meningkatkan visibilitasnya, menjangkau pelanggan potensial dan mencapai kesuksesan yang lebih besar di era digital ini. Kami siap bekerja untuk mewujudkan proyek ini dan menjadikan toko Ketoprak Japar lebih dikenal dan dicari oleh pelanggan baru.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penutup ini, kami ingin mengutarakan apresiasi dan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan proposal/artikal ini,

Penanggung jawab : Ketua STDI.

Pangarah : Drs.Dadang Mulayna, MSi,Dra.Verina Fatma Suliandani MSi.

Ketua Pelaksana : Meutia Khaleeda - 2021140002.

Anggota : Lubna AbdulAziz F Ba wazir - 2019140008.  
Rizky Alfiansyah - 2020140007.

Tanpa dukungan dan bantuan mereka, pencapaian tujuan yang diusulkan dalam proposal ini tidak akan menjadi mungkin. Atas perhatian dan kerjasama semua pihak yang membantu suksesnya acara ini terima kasih.

### DAFTAR RUJUKAN

1. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam buku "Marketing Management"
2. William Stanton, Michael Etzel, dan Bruce Walker dalam buku "Fundamentals of Marketing"
3. Jerome McCarthy dan William Perreault Jr. dalam buku "Basic Marketing: A Global Managerial Approach"
4. Rahmawaty, D. (2021). The Influence of Product Packaging Design, Product Materials, Shop Service On Buying Decisions Al Insan Elemnetary Scholl Bekasi City. *NATURALISTIC : Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 5(2b).  
<https://doi.org/10.35568/naturalistic.v5i2b.1220>