

PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL MENGGUNAKAN MODEL ADDIE UNTUK PROMOSI DIGITAL UMKM KABUPATEN CILACAP

SEKAR ARUM WINANGSIT



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Pembuatan Konten Media Sosial Menggunakan Model ADDIE untuk Promosi Digital UMKM Kabupaten Cilacap” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Sekar Arum Winangsit
J0301211211

RINGKASAN

SEKAR ARUM WINANGSIT. Pembuatan Konten Media Sosial Menggunakan Model ADDIE untuk Promosi Digital UMKM Kabupaten Cilacap (*Social Media Content Creation Using the ADDIE Model for Digital Promotion of Cilacap Regency MSMEs*). Dibimbing oleh Dr. Abung Supama Wijaya., S.I.Kom, M.Si.

Proyek terapan ini mengusulkan pembuatan konten media sosial yang dirancang secara khusus untuk mempromosikan dagangan UMKM Kabupaten Cilacap. Konten yang akan dibuat ini bertujuan untuk memperkenalkan berbagai UMKM yang beroperasi di Kabupaten Cilacap. Observasi wawancara dengan 56 pelaku UMKM di Kabupaten Cilacap menunjukkan 29 pelaku UMKM belum menggunakan media sosial untuk promosi, 22 pelaku UMKM belum pernah membuat konten digital karena keterbatasan pengetahuan. Namun, seluruh responden menyatakan antusias terhadap proyek pembuatan konten media sosial promosi digital UMKM.

Pembuatan konten media sosial ini bertujuan utama untuk mendukung promosi serta meningkatkan eksistensi UMKM di Kabupaten Cilacap melalui penerapan Model ADDIE sebagai metode pendekatan pengembangan proyek yang sistematis dan terstruktur. Model ADDIE dipilih karena dinilai memiliki karakteristik yang menyeluruh, tertata rapi, dan mampu mengarahkan proses secara terprogram. Lima tahap dalam model ini disesuaikan secara khusus dengan kebutuhan produksi konten media sosial untuk pelaku UMKM di wilayah tersebut. Lokasi pembuatan video promosi digital tersebar di berbagai kedai milik pelaku UMKM yang berada di wilayah Kabupaten Cilacap dan berlangsung dari 10 Maret hingga 13 Mei 2025. Seluruh konten berhasil diselesaikan sesuai dengan jadwal yang telah dirancang. Melalui proses observasi dan wawancara terhadap 60 pelaku UMKM, ditemukan bahwa kendala utama terletak pada pemanfaatan media sosial secara optimal. Seluruh tahapan, mulai dari perencanaan konten, produksi, hingga publikasi, menunjukkan peningkatan signifikan dalam hal jangkauan serta keterlibatan audiens.

Hasil akhir proyek menghasilkan 60 konten berupa slide foto dan video berdurasi 30 hingga 60 detik disertai narasi *voice over* yang memperkenalkan produk unggulan, harga, lokasi, dan proses produksi. Keberhasilan proyek dievaluasi melalui tahapan *sprint* berbasis model ADDIE, mulai dari analisis tren, perencanaan, produksi konten promosi, hingga evaluasi melalui data analitik dan survei audiens. Akun @umkm.cilacap berhasil membangun eksistensi digital UMKM dalam tiga bulan dengan capaian akun Instagram @umkm.cilacap yang memiliki 994 pengikut, 60.147 tayangan, 12.774 suka, 59 komentar, 28 simpanan, dan 61 bagikan. Sedangkan untuk akun TikTok @umkm.cilacap memiliki 1.902 pengikut, 490 ribu tayangan, 14 ribu suka, 1.099 komentar, 2.019 simpanan, 3.502 bagikan, dan 5.071 kunjungan profil. Promosi konten terbukti efektif mendorong konversi dan penjualan, dengan sebagian besar pelaku mengalami peningkatan penjualan dalam waktu singkat. Keberhasilan proyek terapan ini menunjukkan efektivitas media sosial dalam menarik perhatian, meningkatkan minat beli, serta mendukung promosi digital UMKM di Kabupaten Cilacap.

Kata kunci: konten promosi digital, model ADDIE, UMKM Kabupaten Cilacap



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL MENGGUNAKAN MODEL ADDIE UNTUK PROMOSI DIGITAL UMKM KABUPATEN CILACAP

SEKAR ARUM WINANGSIT

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

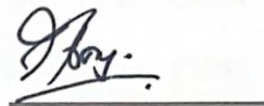
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Laporan : Pembuatan Konten Media Sosial Menggunakan Model ADDIE
untuk Promosi Digital UMKM Kabupaten Cilacap

Nama : Sekar Arum Winangsit
NIM : J0301211211

Disetujui oleh

Pembimbing :
Dr. Abung Supama Wijaya., S.I.Kom, M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, SSos, MP
NPI. 201807198005241001



Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003




Tanggal Ujian:
(28 Juni 2025)

Tanggal Lulus:
()

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2025 sampai bulan Juni 2025 ini ialah Proyek Akhir, dengan judul “Pembuatan Konten Media Sosial Menggunakan Model ADDIE untuk Promosi Digital UMKM Kabupaten Cilacap”.

Penulis menyadari bahwa proyek ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak selama penyusunan proyek. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar besarnya serta rasa hormat kepada:

1. Orang tua penulis, Bapak Drs. Heru Susanto dan Ibu Purwati A.Md. (Alm). Terima kasih atas segala penghormatan, kasih sayang, serta segala bentuk tanggung jawab atas kehidupan layak yang telah diberikan. Terima kasih telah menyemangati penulis untuk dapat menyelesaikan studi dengan tepat waktu.
2. Dr. Abung Supama Wijaya., S.I.Kom, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberi saran serta masukan yang sangat berarti bagi selama penyusunan proyek ini.
3. Fahmi Fuad Cholagi, S.Ikom, M.Si. selaku dosen penguji yang memberikan penilaian terhadap hasil proyek terapan serta kemampuan mahasiswa dalam mempertahankan karya ilmiahnya selama ujian skripsi.
4. Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T. selaku Dekan Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor dan Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media, atas dukungan akademik yang diberikan selama penulis menempuh studi.
5. Rekan kerja sama, Yazid Afifudin Abror, Rizky Adji Syahputra Sutomo, Setio Munandar, S.E. atas kerja samanya yang luar biasa dan telah memberikan kontribusi besar dalam penyusunan proyek akhir ini.
6. Teman-teman seperjuangan dan seperbimbingan, terima kasih telah membantu penulis dengan berbagi pengetahuan baru yang bermanfaat dan juga semangat yang diberikan.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat, serta kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi digital dan media.

Bogor, Juli 2025

Sekar Arum Winangsit

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Metode Pengembangan Proyek	7
2.2 Proyek Terdahulu	8
2.3 Studi Kasus dan Referensi dari Proyek Serupa	17
III METODE	19
3.1 Lokasi dan Waktu	19
3.2 Data dan Instrumen	19
3.3 Teknik Pengumpulan Data	19
3.4 Prosedur Kerja Kegiatan	19
3.5 Perencanaan Proyek dan <i>Timeline</i>	22
3.6 Evaluasi dan Milestone	25
3.7 Bentuk Akhir Proyek	26
3.8 Platform dan Media Publikasi	26
3.9 Target Audiens Proyek	27
3.10 Indikator Keberhasilan Proyek	28
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Proyek	31
4.2 Penerapan Model ADDIE	33
4.3 Perancangan Konten Digital yang Menarik dan Efektif	45
4.4 Upaya Meningkatkan Potensi Viral Konten	48
4.5 Penyelesaian Konten Sesuai <i>Timeline</i>	50
4.6 Kelancaran Setiap <i>Sprint</i> Berdasarkan Model ADDIE	51
4.7 Peningkatan Jangkauan dan Interaksi	54
4.8 Konversi dan Dampak terhadap Penjualan	55
4.9 Observasi Kepuasan dan Respon Pengguna	57
V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63
RIWAYAT HIDUP	71



DAFTAR TABEL

2.1	Proyek terdahulu	8
3.1	Sumber daya proyek	22
3.2	Perencanaan jadwal	23
3.3	Timeline proyek	25

DAFTAR GAMBAR

4.1	Konten media sosial @umkm.cilacap	31
4.2	Observasi permasalahan pelaku UMKM	34
4.3	Logo akun @umkm.cilacap	35
4.4	Peningkatan jumlah pengikut Instagram	36
4.5	Peningkatan jumlah pengikut TikTok	36
4.6	Editing	39
4.7	Observasi kepuasan audiense	40
4.8	Observasi kepuasan pelaku UMKM	41
4.9	Data analitik Instagram	43
4.10	Data analitik TikTok	43
4.11	Permintaan masyarakat untuk mempromosikan produk	45
4.12	Thumbnail	46
4.13	Konten Viral	48
4.14	Perubahan penjualan	55
4.15	Observasi kepuasan dan respon pengguna	57

DAFTAR LAMPIRAN

1	Content planner	64
2	Dokumentasi bersama pelaku UMKM	65
3	Produk hasil proyek terapan	65
4	MoU kerjasama dengan akun @pesonacilacap dan igerscilacap	66
5	Hak kekayaan intelektual	68
6	Surat pernyataan penggunaan konten	69
7	Publikasi konten “Promosi Digital UMKM Kabupaten Cilacap”	70