

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PRODUK GOROHO NUGGET FROZEN (GOGGET) DI KELURAHAN TELING TINGKULU KOTA MANADO

Wingston Markus Jusuf Longdong, SS., M.Hum.¹ Vincentius Pantow, SS., M.Hum.² Rionaldo
Jefferson Runtulalo³, Friska Mailangkay⁴

Politeknik Negeri Manado; Jl. Raya Politeknik, Manado, (0431) 815212

¹ Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

² Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

³ Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

⁴ Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

Email: wingstonlongdong17@gmail.com, angkyvincent902@gmail.com
rionaldor006@gmail.com,

ABSTRAK

Goroho Nugget Frozen (Gogget) adalah sebuah produk yang di buat oleh salah satu mahasiswa Politeknik Negeri Manado pada tahun 2022, namun produk ini di kembangkan pada akhir tahun 2023. Goroho nugget frozen ini merupakan makanan yang diolah dengan bahan baku utamanya dari pisang goroho. Pisang goroho atau *Musa acuminata*, sp ini adalah pisang yang banyak ditemukan disulawesi khususnya Sulawesi tana. Dengan rasa yang berbeda dari pada pesaingnya, gogget berusaha berinovasi dengan menggunakan banyak cara. Salah satu cara untuk mengembangkan produk gogget dengan merancang media promosi sebagai langkah awal untuk mempromosikan, menjual, dan membangun nama baik gogget. Karena merupakan produk yang baru tentu saja gogget membutuhkan wadah sebagai tempat promosi dan juga sebagai tempat untuk memperkenalkan produk ini kepada masyarakat luas, oleh karena itu platform Tiktok merupakan salah satu pilihan yang tepat untuk melakukan perancangan media promosi itu. Di zaman modern saat ini, sudah banyak sekali yang memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada. Dengan pemanfaatan teknologi yang ada dapat mempermudah usahawan untuk mempromosikan produk atau jasa yang ada. Perancangan media promosi ini berfokus pada visual profil akun Tiktok "gogget " dengan konten-konten yang menarik untuk dilihat. Penelitian yang dilakukan ini menggunakan metode kualitatif. Pendekatan kualitatif dalam perancangan media promosi ini dapat menghasilkan strategi komunikasi yang lebih terarah sesuai dengan kebutuhan pasar sehingga terciptanya tujuan dari penelitian ini yaitu kesadaran merek (brand awareness).

Kata kunci: Perancangan media promosi, Tiktok, pisang nugget

I. PENDAHULUAN

a. Latar Belakang

Makanan adalah suatu kebutuhan utama yang dibutuhkan oleh manusia. Semua manusia pastinya memerlukan makanan untuk bertahan hidup, dari mana asalnya dan siapapun dia dan berapa umurnya. Beragam masakan khas daerah dengan cita rasa yang unik dan sudah di kenal banyak orang, beberapa diantaranya bahkan sudah menjadi menu favorit bagi pecinta kuliner. Ada beberapa makanan yang menjadi favorit bagi sebagian para pecinta kuliner yaitu masakan khas Sulawesi Utara khususnya dari daerah Manado, makanan yang populer dikalangan pecinta makanan Manado adalah Bubur manado (tinutuan), cakalang fufu, ayam woku blanga, brenebon. Selain itu ada juga makanan yang populer dan cukup digemari oleh warga Sulawesi Utara yaitu pisang goroho.

Pisang goroho ini adalah pisang yang banyak khususnya di Sulawesi Utara. Pisang goroho ini merupakan salah satu buah yang sangat digemari oleh masyarakat Sulawesi Utara, selain itu pisang goroho ini cukup unik. Biasanya pisang goroho ini diolah dengan cara digoreng dan bisa juga direbus. Pisang goroho ini memiliki banyak khasiat, salah satunya mampu mengurangi kolestrol dan juga bisa mengobati penderita darah tinggi. Pisang goroho ini juga telah menjadi produk khas Manado yang sudah banyak menghasilkan keuntungan untuk masyarakat Sulawesi Utara dengan nama produk Keripik Pisang Goroho yang banyak diminati oleh konsumen. Oleh karena itu, pemilik usaha ingin menghasilkan produk makanan terbaru dengan nama produk Goroho Nugget Frozen (Gogget).

Produk Goroho Nugget Frozen (Gogget) adalah inovasi makanan lokal yang menggunakan pisang goroho sebagai bahan baku utama dari pembuatan nugget. Pisang goroho merupakan buah yang banyak ditemukan di Sulawesi Utara. Pisang ini juga dikenal kaya akan manfaat dan baik untuk kesehatan karena memiliki kadar gula yang rendah. Sebagai produk olahan yang memiliki potensi besar untuk diterima di pasar lokal maupun lebih luas, untuk itu pentingnya merancang media promosi yang menarik agar dapat menarik minat membeli konsumen.

Goroho Nugget Frozen (Gogget) hadir dengan rasa yang berbeda dari pada pesaingnya, gogget berusaha berinovasi dengan menggunakan banyak cara. Salah satu cara untuk mengembangkan produk gogget dengan merancang media promosi sebagai langkah awal untuk mempromosikan, menjual, dan membangun nama baik gogget.

Karena merupakan produk yang baru tentu saja gadget membutuhkan wadah sebagai tempat promosi dan juga sebagai tempat untuk memperkenalkan produk ini kepada masyarakat luas, oleh karena itu platform Tiktok merupakan salah satu pilihan yang tepat untuk melakukan perancangan media promosi itu.

Di zaman modern saat ini, sudah banyak sekali UMKM yang memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada dalam melaksanakan kegiatan pemasaran untuk mempromosikan suatu produk. Dengan adanya teknologi yang canggih saat ini dapat mempermudah proses promosi melalui Sosial Media yang ada, dengan menggunakan Handphone android, Internet, serta memiliki Sosial Media Akun seperti Instagram, Facebook, Tiktok, dan lain-lain.

Seperti yang kita ketahui, bahwa promosi merupakan salah satu strategi yang sangat efektif untuk mendatangkan pelanggan, dengan adanya promosi dalam sebuah usaha, kita bisa memperkenalkan usaha kita kepada orang yang ada disekitar kita. Promosi merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan manfaat dan keunggulan suatu produk atau usaha yang ada. Promosi sangat penting dalam menjalankan usaha. Tanpa adanya promosi, produk yang kita jual tidak akan di kenal oleh masyarakat.

Dalam dunia pemasaran ini kita harus merancang promosi dengan melihat siapa yang akan menjadi target pasar yang tepat, untuk siapa saja yang harus kita promosikan produk ataupun usaha kita. Sebelum melakukan kegiatan promosi ada beberapa hal yang harus kita rancang, salah satunya kita harus merancang apa yang akan digunakan dalam melakukan promosi. Ada banyak sekali media promosi yang bisa digunakan, seperti yang kita ketahui bahwa media promosi dibagi menjadi dua, yaitu media promosi online dan media promosi offline. Media promosi online biasanya terdiri dari Sosial Media yang kita gunakan saat ini. Sedangkan media promosi offline yang sering digunakan terdiri dari pamflet/brosur, flyer, billboard, kartu nama, baliho, x-banner dan dan spanduk. Dalam melakukan perancangan media promosi, kita harus terlebih dahulu mengetahui apa saja yang menjadi keunggulan dari usaha atau produk yang kita miliki, dari setiap keunggulan yang dimiliki oleh tempat usaha mau pun produk tersebut itu akan menjadi bahan dalam melancarkan kegiatan promosi melalui media-media yang sudah ada. Dari banyaknya tempat usaha yang ada, masih ada

yang belum mengoptimalkan media-media promosi yang ada, karena masih kurangnya kesadaran tentang manfaat promosi bagi setiap usaha yang dijalankan tersebut. Dalam dunia yang sudah semakin modern saat ini dengan berbagai kecanggihan yang ada, kita harus memanfaatkan media promosi dalam melakukan usaha. Jika kita tidak memaksimalkan media promosi, akan ada banyak pesaing yang akan melampaui usaha yang kita miliki, maka dari itu pentingnya kesadaran kita tentang sebuah promosi untuk melancarkan bisnis usaha kita. Namun berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, ada beberapa masalah yang diidentifikasi yaitu: 1) Goroho nugget frozen belum dikenal luas, 2) Desain kemasan yang belum menarik, 3) Informasi tentang produk masih kurang, 4) Media promosi yang masih kurang menarik. Untuk mencapai semuanya itu, kita harus memperhatikan beberapa hal yang disebutkan diatas. Dengan memperhatikan setiap masalah yang ada, dapat melancarkan setiap proses perancangan media promosi yang ada.

Salah satu tujuan dari media promosi adalah merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang tadinya tidak mengenal jadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Suyanto, 2005:26). Untuk bisa menarik perhatian konsumen, maka kita harus membuat kemasan yang menarik dilihat dan juga memiliki ciri khas tersendiri agar konsumen dapat membedakan produk ini dan produk lainnya. Konsumen akan tertarik jika kemasannya menarik perhatian konsumen tersebut. Kemasan merupakan salah satu hal terpenting dalam menarik perhatian pelanggan, banyak sekali konsumen hanya melihat produk lewat kemasan. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan mengangkat tema berjudul: **"Perancangan Media Promosi Produk; Goroho Nugget Frozen Di Kelurahan Teling Tinkulu, Kota Manado"**.

b. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut: Bagaimana merancang media promosi yang menarik untuk mempromosikan produk Goroho Nugget Froezen di Kelurahan Teling Tinkulu, Kota Manado?

II. METODE PENELITIAN

a. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada sebuah rumah atau rumah produksi goroho nugget frozen (gogget), yang berlokasi di Kelurahan Teling Tingkulu, Kecamatan Wanea, Kota Manado. Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan dari bulan april sampai bulan Juli 2024.

b. Jenis dan Metode Penelitian

Jenis dan metode penelitian ini adalah menggunakan jenis penelitian kualitatif, dimana jenis penelitian ini menggunakan penelitian secara deskripsi berupa kalimat yang menggunakan teknik metode ilmiah yaitu dengan cara observasi, studi kasus dan dokumentasi.

c. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis merupakan Jenis Penelitian Deskriptif dengan melakukan pendekatan kualitatif, dimana dalam pengertiannya menyebutkan bahwa Penelitian Kualitatif merupakan penelitian yang sebagaimana dilakukan secara deskripsi, dan menurut para ahli bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk dapat meneliti suatu kondisi objek yang alamiah, dimana setiap penelitian merupakan instrumen kunci.

Menurut Saryono (2010), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan menvalidasi, menggambarkan, menentukan dan serta menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari dari setiap pengaruh sosial yang tidak dijelaskan, diukur atau digambarkan pendekatan kualitatif

Objek penelitian yang akan di angkat dalam tugas akhir. Menurut para ahli metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk bisa mendapatkan data dengan maksud dan tujuan agar dapat di buktikan, dideskripsikan serta dikembangkan dan ditemukan pengetahuan, untuk memahami, memecahkan teori dan mengantisipasi masalah dalam kehidupan manusia (Sugiyono:2012).

d. Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan menggunakan jenis data primer dan data sekunder dimana dalam prosedur pengumpulan data menggunakan teknik observasi, studi literatur serta dokumentasi.

e. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah

a. Observasi

Dengan menggunakan metode ini, dimana dalam melakukan pengambilan data penulis mengamati setiap Perkembangan-perkembangan yang dilakukan setelah melakukan penelitian berupa pengoptimalan perancangan media promosi pada produk Goroho Nugget Frozen, dimana pengamatan yang didapat dalam penelitian berupa pengamatan setiap penjualan dan pelanggan yang membeli.

b. Studi Literatur

Studi literatur merupakan penelitian yang dilakukan peneliti dengan mencari sumber- sumber yang berkaitan dengan apa yang akan di teliti untuk mencari referensi dalam penyusunan Tugas Akhir dan serta mempelajari peraturan- peraturan yang nantinya akan berhubungan dengan penelitian dan akan menunjang keabsahan data yang di dapat dari lapangan.

c. Metode Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan dari sebuah peristiwa yang sudah berlalu Dokumen juga bisa berbentuk gambar, tulisan atau karya-karya monumental seseorang (Sugiyono, 2007:213). Metode dokumentasi ini akan mendukung hasil penelitian yang lebih kredibel kalau didukung oleh dokumen-dokumen yang terkait.

III. HASIL DAN PEMABAHASAN

Gambaran Umum Gogget

Sejarah Gogget

Goroho nugget frozen merupakan makanan yang terbuat dari bahan baku pisang goroho atau pisang dengan nama ilmiah *Musa acuminata*, sp yang berasal dari Sulawesi Utara. Pertama kali makanan ini dibuat oleh Debora Ilima bersama keluarganya pada tahun 2022 dan cara pembuatannya sama persis dengan cara pembuatan nugget ayam pada umumnya. Namun kali ini dengan inovasi terbaru yaitu dengan menggunakan Pisang Goroho sebagai bahan baku utama dari nugget. Setelah selesai dibuat dan dirasa enak maka terpikirlah untuk dijadikan ide usaha jualan terbaru.

Setelah 1 tahun berlalu dan hanya menjadi sebatas ide saja di tahun 2023 bulan Agustus, Debora Ilima mendapatkan kesempatan untuk mengikuti Program Kampus Merdeka Yaitu Wirausaha merdeka (WMK) di kampus Politeknik Negeri Manado, dengan adanya Program Kampus Merdeka ini menjadi kesempatan yang luar biasa untuk mempersiapkan diri menjadi wirausaha muda. Lewat program inilah ide ini di tuangkan dan Goroho Nugget frozen ini mulai dikenal banyak orang dengan nama singkatannya Gogget. Pada bulan Oktober Tahun 2023 Goroho Nugget Frozen Mulai dikenal banyak orang dan seiring berjalannya waktu Gogget ini banyak di minati oleh banyak orang.

- **Struktur Organisasi Usaha**

**STRUKTUR ORGANISASI
GOROHO NUGGET FROZEN**



Gambar 1. Struktur Organisasi GoroHo Nugget Frozen

Sumber: GoroHo Nugget Frozen, 2024

- **Uraian Tugas**

Struktur Organisasi dan uraian tugas dari usaha GoroHo Nugget Frozen adalah:

- **Pimpinan:** Bertugas sebagai pemimpin yang mengambil keputusan dan mampu memastikan usahanya berjalan dengan baik dan lancar serta penentu arah dan kebijakan usaha dan selalu melakukan evaluasi dengan pengembangan strategi bisnis usaha.
- **Produksi:** Mempersiapkan bahan-bahan yang berkaitan dengan proses produksi atau pembuatan produk serta bertanggung jawab dalam pelaksanaan kegiatan produksi dan selalu mengawasi.
- **Keuangan:** Bertanggung jawab dalam kegiatan akuntansi yaitu mencatat setiap transaksi, mengelolah pemasukan bahkan pengeluaran yang ada serta melakukan pengawasan penuh dalam arus informasi keuangan.
- **Pemasaran:** Merencanakan dan melaksanakan kegiatan promosi dengan memperkenalkan dan menyebarluaskan informasi yang berkaitan dengan produk atau usaha yang dijual.

IV. Hasil Penelitian

- Data Observasi

Sebagai Langkah awal memulai pengumpulan data dengan melakukan observasi, penulis telah mengamati apakah sudah ada kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pengelola Gogget baik dari segi fisik seperti pemasaran lewat mulut ke mulut atau biasa disebut dengan pemasaran offline. Penulis juga telah mengamati beberapa hal yang akan berpengaruh kepada kegiatan promosi pada produk Goroho Nugget Frozen (Gogget). Berikut ini adalah beberapa hasil observasi yang telah ditemui dan di kumpulkan oleh penulis:

1. Packaging atau kemasan harus di upgrade menjadi lebih menarik
2. Goroho Nugget Frozen memiliki cita rasa yang khas sehingga membuatnya berbeda dengan pisang nugget pada umumnya.
3. Lokasi produksi produk Goroho Nugget Frozen yang tidak strategis, sehingga membuat gogget kurang di kenal oleh masyarakat luas
4. Kurangnya promosi dalam bentuk media digital dan juga media cetak, sehingga kurangnya informasi terkait produk Gogget

c. Pembahasan

- Media Promosi

Media promosi adalah sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan pemasaran kepada audiens atau target pasar, media ini mencakup berbagai platform seperti televisi, radio, internet, media cetak seperti (koran, majalah), papan reklame, dan media sosial.

- Konsep Desain

Konsep dari perancangan media promosi dari produk Goroho Nugget Frozen ini belum menonjolkan objek dan perancangan dari segi warna dan deskripsi produk goroho nugget frozen. Seharusnya konsep desain harus memperhatikan semua detail dari apa yang akan dirancang, contohnya dari segi warna. Warna yang akan ditonjolkan adalah warna dari pisang goroho atau warna dari nugget, lalu kita kombinasikan dengan warna yang senada dengan warna hijau atau orange. Untuk identitas produk harus

menggunakan gambar, huruf, serta kata-kata yang menarik sehingga bisa membuat konsumen penasaran dan membeli produk tersebut.

- Konsep Visual

Konsep visual dari perancangan media promosi produk Goroho Nugget Frozen belum memiliki identitas visual dan informasi yang jelas dan menarik. Seharusnya identitas visual berupa logo serta informasi lainnya mengenai produk Goroho Nugget Frozen. Nama logo yang akan dirancang yaitu Gogget. Gogget merupakan gabungan dari nama produk itu sendiri yaitu Goroho Nugget. Pada perancangan penulis menambahkan unsur gambar nugget dan pisang yang berwarna hijau. Arti dari unsur tersebut adalah Goroho Nugget Frozen itu berasal dari buah pisang goroho yang diolah menjadi nugget.

- Konsep Rancangan

1. Menganalisa dan Menentukan Target Pasar Untuk Promosi

Untuk melakukan penelitian ini penulis harus terlebih dahulu menganalisa target pasar untuk menunjang kegiatan aktifkan promosi. Salah satu acuan penulis untuk menentukan target pasar adalah rumah produksi dari gogget itu sendiri dengan cara mengamati masyarakat sekitar dan menganalisa seberapa sering mereka mengonsumsi atau membuat pisang nugget. Segmentasi pasar merupakan proses membagi pasar yang luas menjadi kelompok-kelompok konsumen yang lebih kecil dengan karakteristik atau kebutuhan yang serupa. Berikut ini adalah beberapa jenis dari segmentasi pasar:

- Segmentasi Demografis
- Segmentasi Geografis
- Segmentasi Psikografis
- Segmentasi Perilaku

2. Menyusun Strategi Promosi

Strategi yang akan dilakukan yaitu dengan cara membuat dan mengembangkan media promosi yang sudah dering dan dekat dengan konsumen dan juga calon konsumen, agar mudah dilihat dan di mengerti.

3. Merancang Media Promosi

Seperti yang kita ketahui banyak sekali orang yang menghabiskan waktu mereka dengan menggunakan media sosial, untuk itu kita harus melakukan kegiatan promosi yang menarik agar mampu menarik perhatian pelanggan dengan cara membuat konten-konten yang menarik serta mengikuti trend yang ada, hal itu juga dapat mempermudah konsumen untuk mengetahui informasi tentang produk tersebut. Berikut ini merupakan beberapa hal rancangan media promosi.

4. Alat Untuk Mendesain

Dalam melakukan perancangan ini penulis didukung oleh aplikasi dan alat-alat yang digunakan untuk membantu proses perancangan mulai dari mendesain logo, konten, hingga ke tahap publikasi pada platform tiktok @gogget_, antara lain:

- Canva
- Cap Cut
- Alat Elektronik (Handphone, Laptop, PC, dll)

d. Media Sosial

1. Tiktok, Instagram, dan Facebook

Tiktok, Instagram, dan facebook merupakan platform yang digunakan penulis untuk menjadikan perancangan media promosi ini berjalan sesuai dengan harapan, berikut ini adalah perancangan yang penulis buat pada platform Tiktok.

Membuat akun platform Tiktok, Instagram, Facebook dengan cara;

- Mendownload aplikasi Tiktok, Instagram dan Facebook.
- Setelah berhasil mendownload maka langkah selanjutnya adalah masuk dalam aplikasi dan klik pilihan "Daftar" untuk membuat akun baru.
- Selanjutnya melengkapi data yang diminta, seperti e-mail, nomor telepon dan juga membuat kata sandi baru untuk keamanan akun.
- Setelah itu, masukan nama pengguna seperti yang diinginkan, dan pastikan menggunakan nama yang belum pernah digunakan sebelumnya.

- Setelahnya akun Tiktok, Instagram dan Facebook akan dengan otomatis tersedia, maka langkah selanjutnya adalah melakukan verifikasi akun, dan akun anda siap digunakan.

2. Profil Akun Tiktok Gogget

- Nama Pengguna : @gogget_
- Foto profil : Logo Gogget
- Deskripsi/Bio : berisikan tulisan Goroho Nugget Frozen dan Lokasi Kel. Teling Tinkulu, Kota Manado.
- Keterangan jumlag video, likes, jumlah folowes dan following.
- Vidio yang disimpan.
- Fitur Duet
- Fitur Stich
- Fitur Reaction

3. Profil Akun Instagram

- Nama pengguna : @gogget_
- Foto profil : Logo gogget
- Deskripsi/Bio : Berisikan tulisan Goroho Nugget Frozen, since 2023 dan link nomor whatsapp
- Keterangan jumlah postingan, followers dan following
- Feeds Instagram
- Icon video
- Tanda kontak pada samping kanan

4. Facebook

Berikut merupakan beberapa alasan mengapa facebook menjadi begitu efektif sebagai media promosi:

- Jumlah Pengguna yang Besar
- Berbagai Jenis Iklan
- Interaksi Langsung
- Grup dan Halaman yang memungkinkan bisnis membangun komunikasi dan berinteraksi dengan pelanggan

V. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Dengan adanya perancangan media promosi produk dapat mempermudah perusahaan untuk memasarkan produk dengan cepat tanpa mengeluarkan tenaga dan biaya yang besar. Perancangan ini juga dapat membantu perusahaan untuk bersaing dan menemukan sasaran pasar yang cocok untuk target pasar dari produk tersebut. Perancangan media promosi khususnya pada platform Tiktok sangat menunjang kegiatan pemasaran pada produk Goroho Nugget Frozen (Gogget). Berikut ini adalah hasil yang dibuat oleh penulis:

1. Sudah adanya rancangan profil usaha produk Goroho Nugget Frozen agar dapat mempermudah konsumen untuk mengenali merek dan juga mengetahui informasi terbaru kepada target pasar khususnya kepada pengguna media sosial tiktok
2. Sudah adanya akun media sosial Tiktok produk Goroho Nugget Frozen (Gogget) yang dibuat oleh penulis dan berisikan konten yang menarik berupa video mengenai produk Gogget, yang diharapkan dapat membantu menaikkan kesadaran merek (brand awareness) pada setiap konsumen dan juga masyarakat luas.

2. Saran

Dalam penelitian kali ini ada beberapa hambatan dan permasalahan yang diemukan oleh penulis, maka penulis akan menuangkan dalam bentuk saran dan masukan seperti perlu adanya perhatian terhadap pengadaan saran dan prasarana Gogget untuk menunjang kegiatan pemasaran melalui media sosial, seperti menggunakan Canva pro, Cap cut pro, dan alat-alat elektronik yang mampu mendukung dan juga ruangan khusus untuk bidang marketing agar bisa melakukan live studio dengan hasil yang bagus.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Haq, S., & Patria, A. S. (2022). *Perancangan Template Feed Instagram Sebagai Media Promosi Café Ulala (Unesa Learning Laboratory) Surabaya*. *BARIK- Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 3(2), 30-45.
- Amala, Hermanto. "Perancangan Media Promosi Di Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Gula Aren Minahasa Selatan." *MANAJEMEN ADMINISTRASI BISNIS DAN PEMASARAN 4.1 APRIL (2022): 17*. Penerbit: jurnal.polimdo.ac.id
- Budilarto, Fiona Wulansari, Rebecca Milka Natalia, and Paulus Benny Setyawan. "Perancangan Media Promosi UMKM Makanan Halal Surabaya Melalui Instagram." *Jurnal DKV Adiwarna 1.18 (2021): 11*.
- Chaffey, Dave. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. (Edisi terbaru).
Pearson Education Limited.
- Chriswardana Bayu Dewa, Lina Ayu Safitri (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner di Yogyakarta pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi kasus akun Tiktok Javafoodie)*
- Deiss, Ryan. *Digital Marketing: Strategies for Online Success*. Publisher tidak spesifik.
- Enjela Patricia Kaligis, Mikke R Marentek (2022). "Perancangan Media Promosi Produk Gula Semut di Desa Koreng Kabupaten Minahasa Selatan.". Penerbit: jurnal.polimdo.ac.id
- Esti Tri Endarwati, Yuni Ekawati (2021). *Efektifitas Penggunaan Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Ditinjau dari Perspektif Buying Behaviors*
- Heru Susanto, Pujiyanto, Gunawan Susilo (2022). *Perancangan Media Sosial Sebagai Upaya Peningkatan Promosi Produk Distro Bujana Malang*
- Kotler, Philip, dan Armstrong, Gary. "Principles of Marketing". Pearson Education Limited.
- Philip Kotler & Kevin L. Keller (2016). "Marketing Management". London: penerbit OPAC Perpustakaan.