# ABSTRAK

Anita Yulianti., 2021, **Perancangan Media Promosi Media Sosial See You**, Tugas Akhir, Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV), STIKI – MALANG, Pembimbing : Bagus Kristomoyo Kristanto S.Kom.,M.MT, Co. Pembimbing : Rahmat Kurniawan, S.Pd.,M.Pd

*Kata Kunci : Media promosi, media sosial, informasi, komunikasi*

Di era saat ini banyak sosial media baru yang bermunculan, salah satu media sosial yang sedang populer saat ini yakni TikTok dan Instagram. *See You* merupakan usaha kecil di Kota Malang yang membutuhkan media promosi baru yakni media sosial TikTok dan media pendukung yakni media sosial Instagram demi mendorong berkembangnya usaha. Metode yang digunakan dalam perancangan menggunakan analisa SWOT *(Strengh, Weakness, Opportunities, dan Threat)* dengan mengacu pada metode perancangan milik Sadjiman Ebdi Sanyoto (2016). Hasil dari perancangan ini berupa konten video TikTok, desain feed dan story Instagram yang diunggah pada media sosial TikTok dan Instagram. Dari perancangan ini mendapat nilai pengujian dengan skor akhir 80 yang diinterpretasikan dalam kategori (Setuju/Baik/suka). Dari perancangan ini disimpulkan bahwa perancangan media promosi melalui media sosial dapat membantu berkembangnya usaha serta berfungsi sebagai sarana menjangkau audience lebih luas dan dapat menjadi sarana bertukar informasi dan komunikasi.

# ABSTRACT

Anita Yulianti., 2021, **Designing *See You* Social Media for Promotion Media**, A Thesis, The Program of Visual Communication Design (DKV), STIKI – MALANG, Supervisor: Bagus Kristomoyo Kristanto S.Kom.,M.MT, Co. Supervisor : Rahmat Kurniawan, S.Pd.,M.Pd

*Keywords: Promotion Media, Social Media, Communication, Information.*

In the latest era of millennium, the phenomena of social media could not be avoided as it is always up-to-date to the current situations and one of the famous social media trends is TikTok and Instagram. *See You* is a microbusiness which needs new promotion media to develop and advance in the latest era and the appropriate promotion media are TikTok and Instagram. This research used SWOT analysis *(Strength, Weakness, Opportunities, dan Threat)* for the methodology which adapted the design of Sadjiman Ebdi Sanyoto (2016). The results of this design were TikTok’s Content Videos, Stories and Feeds on Instagram which were uploaded into TikTok and Instagram. From this design, it gets a test score with a final score of 80 which is interpreted in the (Agree/Good/Like) category. By identifying the design results, it can be concluded that the design of promotion media through social media can make a progress in the business development, can function as the media to engage audience broader, and can be the media for exchanging some information.