

ABSTRAK

Perancangan Digital *Content Creative* Untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Instagram Pada Kemplang Tunu Dini Palembang. Tujuan dari perancangan digital *content creative* ini adalah untuk menghasilkan digital *content creative* yang menarik di media sosial Instagram Kemplang Tunu Dini Palembang, guna meningkatkan penjualan. Media sosial Instagram adalah media yang digunakan sebagai sarana komunikasi sekaligus promosi produk melalui beragam fitur yang tersedia di dalamnya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data yang dilakukan melalui studi pustaka, wawancara, dokumentasi, serta metode lainnya yaitu metode Luther. Adapun perancangan digital *content creative* memiliki enam tahap yaitu: *concept*, *design*, *material collecting*, *assembly*, *testing* dan *distribution* sehingga hasil dari perancangan digital *content creative* mencakup beragam jenis seperti *Feeds*, *Insta Story* dan *Reels* yang berisikan informasi produk dan lainnya serta diunggah terbukti menjadi yang paling diminati oleh pengguna aktif Instagram Kemplang Tunu Dini Palembang. Rancangan digital *content creative* melalui Instagram Kemplang Tunu Dini diharapkan mampu mendorong konsistensi dalam mengunggah konten *Feeds*, *Insta Story* dan *Reels* dengan visual yang menarik guna meningkatkan ketertarikan pembeli. Sementara itu, konten yang kurang diminati dapat dievaluasi dan disempurnakan dari sisi *caption*, tampilan, atau durasi, serta performanya perlu dipantau secara rutin untuk mengetahui mana yang paling efektif.

Kata Kunci: *Content Creative, Perancangan, Media Sosial Instagram, Meningkatkan Penjualan*

ABSTRACT

Designing Creative Digital Content to Increase Sales Through Instagram Social Media at Kemplang Tunu Dini Palembang. The purpose of this creative digital content design is to produce attractive creative digital content on the Instagram social media account of Kemplang Tunu Dini Palembang, in order to increase sales. Instagram social media is a medium used as a means of communication and product promotion through the various features available on the platform. This study employs a qualitative descriptive method, with data collection conducted through literature review, interviews, documentation, and the Luther method. The design of digital content creative involves six stages: concept, design, material collection, assembly, testing, and distribution. The results of the digital content creative design include various types such as Feeds, Insta Stories, and Reels containing product information and others, which have proven to be the most popular among active users of the Kemplang Tunu Dini Palembang Instagram account. The digital content creative design through Instagram Kemplang Tunu Dini is expected to encourage consistency in uploading Feeds, Insta Stories, and Reels with visually appealing content to increase buyer interest. Meanwhile, less popular content can be evaluated and improved in terms of captions, appearance, or duration, and its performance needs to be monitored regularly to determine what is most effective.

Keywords: *Content Creative, Design, Instagram Social Media, Increase Sales*