

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas perancangan digital konten pada media sosial Instagram sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan di Cafe Dayone Palembang. Urgensi dari penelitian ini didasarkan pada kebutuhan akan strategi promosi yang lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik pasar digital saat ini, terutama untuk menjangkau audiens muda yang aktif di media sosial. Instagram dipilih sebagai platform utama karena memiliki keunggulan dalam penyajian konten visual dan fitur interaktif seperti Reels, Story, dan Feed yang mendukung promosi produk secara kreatif dan komunikatif. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Model perancangan konten mengikuti tahapan dari teori Luther yang meliputi: concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution. Hasil dari perancangan ini menghasilkan konten promosi digital dalam berbagai bentuk yang menampilkan produk, suasana kafe, promosi khusus, serta interaksi dengan pelanggan. Diharapkan hasil perancangan ini mampu meningkatkan engagement pelanggan, memperluas jangkauan pasar, serta mendukung peningkatan penjualan melalui strategi konten yang konsisten, menarik, dan sesuai dengan tren digital saat ini. Luaran dari penelitian ini berupa laporan akhir, konten digital siap unggah, serta dokumentasi insight performa akun Instagram Cafe Dayone Palembang.

Kata Kunci: Konten Digital; Instagram; Promosi; *Cafe Dayone*