

ABSTRAK

Tujuan Perancangan *Digital Content* Untuk Mempromosikan Produk Melalui Media Sosial Pada UMKM Kemplang dan Kerupuk Nando Palembang ini adalah untuk mengetahui bagaimana merancang *digital content* media sosial Instagram dan Tiktok sebagai media promosi yang efektif. Pada penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data kualitatif yang disajikan dalam bentuk kata, skema dan gambar. Sumber data yang digunakan berasal dari data primer dan sekunder yang diperoleh dari wawancara, dokumentasi, studi literatur, dan lain-lain. Penulis menggunakan metode penelitian *Participatory Action Research (PAR)* yang mencakup tahapan identifikasi masalah, perencanaan, pengumpulan data, analisis data, tindakan, evaluasi dan refleksi, serta siklus berulang. Penulis juga menggunakan model Luther yang terdiri dari *concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution* sebagai langkah pengembangan *digital content*. Hasil rancangan *digital content* melalui media sosial Instagram dan Tiktok UMKM Kemplang dan Kerupuk Nando Palembang berhasil menunjukkan peningkatan terhadap keterlibatan pengguna dan jangkauan audiens yang lebih luas. Setelah dilakukan pembuatan dan pengelolaan akun media sosial Instagram dan Tiktok sebagai media promosi, UMKM Kemplang dan Kerupuk Nando diharapkan dapat lebih konsisten dalam mengunggah konten secara berkala, serta rutin melakukan evaluasi konten melalui *insight* media sosial agar konten yang dibuat dapat terus disesuaikan dengan minat audiens sehingga dapat meningkatkan jangkauan dan interaksi dari pengguna media sosial.

Kata Kunci: Perancangan, *Digital Content*, Media Sosial, Promosi