

## ABSTRAK

Laporan akhir ini membahas tentang pengembangan konten media sosial sebagai media pemasaran digital pada penjahit Bintang Kebaya Palembang. Kurangnya pemahaman tentang kebutuhan konsumen dan rendahnya pengelolaan konten di media sosial dapat mempengaruhi citra merek dan penjualan produk, terutama dalam industri *fashion* tradisional seperti kebaya. Penelitian ini bertujuan untuk membangun dan memperkuat *branding* usaha melalui konten yang menonjolkan kualitas, keunikan produk, serta identitas visual seperti logo diperlukan pengembangan konten yang lebih menarik dengan kualitas gambar atau video yang tinggi. Penelitian ini merupakan penelitian *Research and Development (R&D)* dengan metode ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*). Proses pengembangan konten ini diawali mengumpulkan data primer dan sekunder melalui wawancara dan observasi dan studi pustaka. Pengembangan konten ini mengikuti alur yang dimulai dengan analisis kebutuhan, pengumpulan data dan informasi, perancangan konten, serta implementasi melalui Instagram. Hasil implementasi menunjukkan strategi pemasaran digital berhasil meningkatkan *engagement*, *brand awareness*, dan omset penjualan. Dengan adanya strategi pemasaran secara digital yang terstruktur, diharapkan proses promosi dan penjualan produk menjadi lebih efisien, menjangkau lebih banyak pelanggan, memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan usaha penjahit, serta meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan dan memperluas jangkauan pasar.

*Kata Kunci: ADDIE, Bintang Kebaya, Konten, Brand Awareness, Pemasaran Digital,*