

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang konten media sosial Instagram yang efektif sebagai upaya meningkatkan strategi promosi pada UMKM Toko JR Aquatic di Palembang. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada rendahnya aktivitas promosi digital yang dilakukan oleh UMKM tersebut, terutama melalui platform *Instagram*. Penelitian ini menggunakan metode ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*) yang terdiri dari lima tahapan sistematis dalam merancang dan mengimplementasikan konten. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara dengan pemilik UMKM, serta analisis fitur Instagram Insight. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perancangan konten yang terstruktur, menarik secara visual, dan dipublikasikan secara konsisten mampu meningkatkan tayangan (*reach*), interaksi (*engagement*), dan kesadaran merek (*brand awareness*). Meski belum berdampak signifikan terhadap peningkatan jumlah pengikut, strategi ini mampu menarik perhatian audiens dan memperkuat identitas toko di media sosial. Evaluasi juga menunjukkan bahwa jenis konten edukatif dan interaktif memiliki daya tarik lebih tinggi dibandingkan konten promosi biasa. Dengan memanfaatkan fitur Instagram secara maksimal seperti *reels*, *stories*, dan *hashtag* yang relevan, UMKM memiliki peluang untuk memperluas jangkauan pasar, membangun kedekatan dengan pelanggan, serta meningkatkan daya saing di era digital.

Kata Kunci: Konten Instagram, Metode ADDIE, JR Aquatic.

ABSTRACT

This study aims to design effective Instagram social media content as a means to enhance promotional strategies for the MSME JR Aquatic Store in Palembang. The background of this research stems from the lack of optimized digital promotion, particularly through Instagram, by the business. The study employs the ADDIE model (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation), consisting of five systematic stages in content development and implementation. Data collection techniques include direct observation, interviews with the business owner, and analysis through Instagram Insight features. The findings reveal that well-structured, visually attractive, and consistently published content significantly improves reach, engagement, and brand awareness. Although the number of followers did not show a substantial increase, the content strategy managed to capture audience interest and strengthen the business's digital presence. The evaluation results also indicate that educational and interactive content types receive higher engagement compared to regular promotional posts. By maximizing Instagram features such as reels, stories, and relevant hashtags, MSME have a greater opportunity to expand their market reach, build stronger connections with customers, and enhance competitiveness in the digital era.

Keywords: Instagram Content, ADDIE Model, JR Aquatic