

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi upaya optimalisasi pemanfaatan media sosial Instagram dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk Kassa Cake & Dessert Palembang. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam terhadap pemilik usaha dan sepuluh orang pelanggan, serta observasi terhadap aktivitas akun Instagram @kassa_cake_dessert. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pengelolaan akun Instagram sebelumnya belum berjalan secara optimal, terlihat dari minimnya variasi konten, interaksi yang terbatas dengan pengikut, tidak adanya perencanaan komunikasi digital yang terstruktur, serta pengelolaan akun yang masih dilakukan sendiri oleh pemilik usaha. Kondisi ini turut berdampak pada menurunnya daya tarik konsumen dan memengaruhi tingkat penjualan. Sebagai solusi atas permasalahan tersebut, peneliti merancang dan menerapkan strategi optimalisasi yang mencakup penyusunan kalender konten, produksi konten yang lebih variatif seperti video proses pembuatan produk, testimoni pelanggan, konten edukatif, serta penguatan identitas visual brand. Implementasi strategi ini menunjukkan hasil positif berupa peningkatan signifikan dalam jangkauan audiens dan interaksi, khususnya melalui fitur reels Instagram. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial secara terencana, konsisten, dan kreatif berkontribusi dalam meningkatkan efektivitas komunikasi digital dan mendorong tumbuhnya minat beli konsumen terhadap produk UMKM, khususnya di sektor kuliner.

Kata Kunci: Optimalisasi, Media Sosial, Instagram, Minat Beli, Konten Digital, UMKM