

ABSTRAK

Pisang Keju Mas Boy merupakan salah satu usaha kuliner yang masih menggunakan metode promosi sederhana secara lisan dan offline, sehingga jangkauan pemasaran menjadi terbatas dan kurang efektif dalam menarik minat pelanggan baru. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang media promosi berbasis media sosial menggunakan *platform* Instagram, guna meningkatkan daya tarik visual produk dan memperluas jangkauan pasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan Research and Development (R&D) dengan model ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*). Hasil perancangan meliputi pembuatan identitas visual, desain konten feed, story, reels, dan strategi penjadwalan unggahan untuk membangun citra merek dan menarik perhatian konsumen. Selain itu, fitur-fitur interaktif pada Instagram dimanfaatkan untuk menciptakan komunikasi dua arah yang lebih dekat antara pelaku usaha dan pelanggan. Berdasarkan hasil evaluasi, media sosial Instagram dinilai mampu meningkatkan efektivitas promosi, memperkuat branding, dan menjangkau audiens yang lebih luas secara efisien. Oleh karena itu, perancangan media sosial ini layak untuk diimplementasikan sebagai bagian dari strategi digital marketing Pisang Keju Mas Boy dalam memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.

Kata kunci: Media Sosial, Instagram, Promosi, Pisang Keju Mas Boy, ADDIE.

ABSTRACT

Pisang Keju Mas Boy is a culinary business that still relies on simple and offline promotional methods, resulting in limited market reach and less effective customer engagement. To overcome this issue, this research aims to design a promotional media using the Instagram social media platform to enhance product visual appeal and expand market coverage. This study employs a Research and Development (R&D) approach using the ADDIE model (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation). The design results include the creation of visual identity, content designs for feed, stories, reels, and scheduling strategies to build brand image and attract customer attention. Additionally, Instagram's interactive features are utilized to establish closer two-way communication between the business and its customers. Based on the evaluation results, Instagram is proven to effectively improve promotional activities, strengthen branding, and reach a wider audience efficiently. Therefore, this social media design is considered feasible to be implemented as part of Pisang Keju Mas Boy's digital marketing strategy to broaden its market and increase sales.

Keywords: Social Media, Instagram, Promotion, Pisang Keju Mas Boy, ADDIE.