

ABSTRAK

Promosi pada UMKM Rumah Kopi Sedulur Lamo Palembang masih dilakukan secara konvensional sehingga jangkauan pemasaran produk masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk merancang media promosi melalui Instagram pada UMKM Rumah Kopi Sedulur Lamo Palembang. Metode yang digunakan adalah Research and Development (R&D) dengan model ADDIE yang terdiri dari Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation. Perancangan dilakukan dengan membuat akun Instagram bisnis serta menyusun konten promosi, informatif, edukasi, dan testimonial menggunakan Canva dan CapCut. Hasil evaluasi melalui fitur Insight Instagram menunjukkan bahwa pada periode awal sebelum konten promosi dibuat, yaitu 18 Maret, jumlah tayangan profil mencapai 720 tayangan dengan total akun yang dijangkau sebanyak 344 akun. Setelah berbagai konten promosi dipublikasikan, jumlah tayangan profil meningkat menjadi 7.721 tayangan dan akun yang dijangkau meningkat menjadi 906 akun. Dengan demikian, media promosi melalui Instagram dapat membantu UMKM Rumah Kopi Sedulur Lamo Palembang memperluas penyebaran informasi produk dan menjangkau lebih banyak calon pelanggan.

Kata Kunci: *Instagram; Media Promosi; UMKM; Digital Marketing; ADDIE*

ABSTRACT

Promotion at Rumah Kopi Sedulur Lamo Palembang UMKM was still carried out conventionally, resulting in limited product marketing reach. This study aimed to design promotional media through Instagram for Rumah Kopi Sedulur Lamo Palembang UMKM. The method used was Research and Development (R&D) with the ADDIE model consisting of Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation stages. The promotional media was developed by creating a business Instagram account and designing promotional, informational, educational, and testimonial content using Canva and CapCut. The evaluation results based on Instagram Insights showed that during the initial period before promotional content was created, from March 18, the profile received 720 profile views and reached 344 accounts. After various promotional contents were published, profile views increased to 7,721 views and account reach increased to 906 accounts. Therefore, promotional media through Instagram can help Rumah Kopi Sedulur Lamo Palembang UMKM expand the dissemination of product information and reach more potential customers.

Keywords: Instagram; Promotional Media; UMKM; Digital Marketing; ADDIE