

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang konten kreatif digital sebagai upaya meningkatkan penjualan pada UMKM Pempek Sentosa Palembang melalui media sosial Instagram. Latar belakang penelitian didasarkan pada belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi sehingga berdampak pada ketidakstabilan penjualan. Metode yang digunakan adalah *Participatory Action Research* (PAR) dengan pendekatan kualitatif, sedangkan proses perancangan konten menerapkan model *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang meliputi tahapan *concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution*. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perancangan konten kreatif berupa *feed, story, dan reels* Instagram yang didukung dengan pemilihan elemen visual, warna, tipografi, serta penyajian informasi produk yang menarik mampu meningkatkan kualitas promosi digital UMKM Pempek Sentosa. Implementasi konten yang dirancang juga memberikan dampak positif terhadap keterlibatan audiens, seperti peningkatan interaksi pada akun Instagram dan menjadi salah satu upaya dalam memperluas jangkauan promosi kepada calon konsumen. Dengan demikian, perancangan konten kreatif melalui Instagram dapat menjadi strategi pemasaran digital yang efektif untuk memperkuat citra usaha dan mendukung peningkatan penjualan pada UMKM Pempek Sentosa Palembang.

Kata kunci: *Konten Kreatif, Pemasaran Digital, Instagram, UMKM, Peningkatan Penjualan.*

ABSTARCT

This study aims to design creative digital content as an effort to increase sales at Pempek Sentosa Palembang MSME through Instagram as a digital marketing platform. The research was motivated by the suboptimal use of social media for promotional activities, which contributed to unstable sales performance. This study employed a qualitative approach using the Participatory Action Research (PAR) method, while the content development process adopted the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) model, consisting of the stages of concept, design, material collecting, assembly, testing, and distribution. Data were collected through observation, interviews, and literature review. The results indicate that the development of creative digital content in the form of Instagram feeds, stories, and reels, supported by appropriate visual elements, color selection, typography, and attractive product presentation, enhanced the quality of the MSME's digital promotion. The implementation of the designed content also showed positive outcomes by increasing audience engagement and expanding promotional reach through social media. Therefore, creative digital content on Instagram can serve as an effective digital marketing strategy to strengthen brand awareness, attract potential customers, and support sales improvement for Pempek Sentosa Palembang MSME.

Keywords: *creative digital content, digital marketing, Instagram, MSMEs, sales improvement.*