

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang media sosial Instagram sebagai sarana promosi pada Keripik Tempe Ragam Snack Sukses Jaya Palembang. Permasalahan yang dihadapi usaha ini adalah kegiatan promosi yang masih dilakukan secara konvensional melalui komunikasi dari mulut ke mulut, WhatsApp, dan penitipan produk di toko sehingga informasi produk belum tersebar secara luas dan jangkauan promosi masih terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan calon konsumen kesulitan memperoleh informasi mengenai produk, harga, dan cara pemesanan sehingga usaha belum dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Penelitian ini menggunakan metode Research and Development (R&D) dengan model ADDIE yang meliputi tahap Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian berupa perancangan media sosial Instagram yang memanfaatkan fitur feed dan reels untuk menyampaikan informasi mengenai produk, harga, proses pembuatan, testimoni konsumen, keunggulan produk, serta kontak pemesanan. Konten dirancang dengan memperhatikan pemilihan warna, tata letak, dan penyampaian informasi yang menarik agar mudah dipahami oleh konsumen. Setiap konten dilengkapi dengan caption yang berisi informasi produk dan hashtag yang sesuai agar lebih mudah ditemukan oleh pengguna Instagram. Evaluasi dilakukan melalui fitur Insight Instagram dan wawancara dengan pemilik usaha serta konsumen untuk mengetahui hasil penggunaan Instagram sebagai sarana promosi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa Instagram dapat digunakan sebagai sarana promosi untuk menyampaikan informasi produk secara lebih menarik, jelas, dan mudah diakses oleh masyarakat. Penggunaan Instagram juga membantu meningkatkan interaksi antara pelaku usaha dan konsumen, memudahkan penyampaian informasi produk, serta mendukung perluasan jangkauan promosi. Dengan demikian, pemanfaatan Instagram diharapkan dapat meningkatkan pengenalan produk kepada masyarakat, serta mendukung pengembangan usaha Keripik Tempe Ragam Snack Sukses Jaya Palembang.

Kata kunci: Instagram, Media Sosial, Promosi, Perancangan, Usaha Mikro Kecil Menengah

ABSTRACT

This study aims to design Instagram social media as a promotional medium for Keripik Tempe Ragam Snack Sukses Jaya Palembang. The problem faced by this business is that promotional activities are still carried out conventionally through word of mouth communication, WhatsApp, and product consignment in stores, resulting in limited product information distribution and restricted promotional reach. This condition causes potential consumers to have difficulty obtaining information regarding products, prices, and ordering procedures, so the business has not been able to reach a wider market. This study uses the Research and Development (R&D) method with the ADDIE model, which consists of Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation stages. Data collection techniques were carried out through interviews, documentation, and literature study. The results of this study are the design of Instagram social media utilizing Feed and Reels features to deliver information about products, prices, production processes, customer testimonials, product advantages, and ordering contacts. The content is designed by considering color selection, layout, and clear and attractive information delivery so that it is easy for consumers to understand. Each post is equipped with captions containing product information and relevant hashtags to make it easier for users to find. Evaluation was conducted through Instagram Insight features and interviews with business owners and consumers to determine the results of using Instagram as a promotional medium. The evaluation results show that Instagram can be used as a promotional tool to deliver product information in a more attractive, clear, and accessible way to the public. The use of Instagram also helps increase interaction between business owners and consumers, facilitates the delivery of product information, and supports the expansion of promotional reach. Therefore, the use of Instagram is expected to increase product recognition among the public and support the development of Keripik Tempe Ragam Snack Sukses Jaya Palembang business.

Keywords: Instagram, Social Media, Promotional Media Design, Micro, Small, and Medium Enterprises