

ABSTRAK

Toko Lapak Tempe Pak Kumis merupakan usaha mikro yang masih melakukan promosi secara konvensional sehingga penyebaran informasi mengenai produk belum menjangkau masyarakat secara luas. Studi ini bertujuan merancang media promosi berbasis Instagram sebagai sarana pemasaran digital pada Toko Lapak Tempe Pak Kumis. Metode yang digunakan adalah Research and Development (R&D) dengan model ADDIE yang meliputi tahap *Analyze*, *Design*, *Development*, *Implementation*, dan *Evaluation*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, studi pustaka, dan kuesioner kepada lima informan. Hasil studi menunjukkan bahwa media promosi yang dirancang berupa akun Instagram yang berisi berbagai konten, seperti poster produk, proses pembuatan tempe, manfaat tempe, katalog produk, lokasi penjualan, olahan tempe, serta testimoni pelanggan. Berdasarkan hasil evaluasi, media promosi yang dibuat memperoleh tanggapan positif karena memiliki tampilan yang menarik, informasi yang mudah dipahami, dan mampu membantu memperkenalkan produk kepada masyarakat. Dengan demikian, media promosi berbasis Instagram dapat digunakan sebagai sarana promosi digital untuk mendukung pemasaran Toko Lapak Tempe Pak Kumis.

Kata Kunci: Perancangan, Media Promosi, Instagram, ADDIE.

ABSTRACT

Toko Lapak Tempe Pak Kumis is a micro-enterprise that previously relied on conventional promotional methods, resulting in limited product information dissemination. This study aims to design Instagram-based promotional media as a digital marketing tool for the business. The research employed the Research and Development (R&D) method using the ADDIE model, consisting of Analyze, Design, Development, Implementation, and Evaluation stages. Data were collected through observation, interviews, documentation, literature study, and questionnaires distributed to five informants. The results indicate that the promotional media developed is an Instagram account containing various contents, including product posters, tempe production processes, the benefits of tempe, product catalogs, sales location information, tempe-based dishes, and customer testimonials. The evaluation results show that the promotional media received positive responses because it has an attractive appearance, provides clear information, and helps introduce the products to the public. Therefore, Instagram-based promotional media can be utilized as a digital marketing tool to support the promotion of Toko Lapak Tempe Pak Kumis.

Keywords: Design, Promotional Media, Instagram, ADDIE.