

ABSTRAK

Kebutuhan akan informasi yang cepat dan menarik menjadi tantangan bagi lembaga pendidikan anak usia dini dalam menjaring calon peserta didik baru. PAUD Amalia Mukmin Palembang saat ini masih menghadapi keterbatasan dalam mengoptimalkan media digital sebagai sarana promosi, sehingga informasi mengenai keunggulan dan kegiatan sekolah belum tersampaikan secara luas kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk merancang media sosial Instagram sebagai sarana promosi digital yang efektif bagi PAUD Amalia Mukmin Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah *Research and Development* (R&D) dengan menerapkan model pengembangan ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perancangan akun Instagram berhasil bertransformasi menjadi brosur digital interaktif melalui penyusunan identitas visual yang konsisten, pembuatan pilar konten (informatif, edukatif, dokumentasi, dan testimoni), serta optimasi fitur *Reels*. Selain itu, penggunaan tagar lokal terbukti memperluas jangkauan audiens target secara organik. Kesimpulan dari penelitian ini adalah perancangan Instagram yang terstruktur mampu meningkatkan visibilitas dan membangun kepercayaan (*trust*) orang tua muda di Palembang secara signifikan. Penelitian ini penting sebagai panduan praktis bagi lembaga PAUD dalam memanfaatkan pemasaran digital yang murah namun berdampak luas.

Kata kunci: *Instagram, Media Promosi Digital, Model ADDIE, PAUD Amalia Mukmin Palembang, Research and Development*

ABSTRACT

The need for fast and engaging information poses a challenge for early childhood education institutions in recruiting prospective students. PAUD Amalia Mukmin Palembang currently faces limitations in optimizing digital media as a promotional tool, causing information regarding school benefits and activities to not be widely disseminated. This study aims to design Instagram social media as an effective digital promotion medium for PAUD Amalia Mukmin Palembang. The research method used is Research and Development (R&D) applying the ADDIE development model (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation). The results show that the Instagram account design successfully transformed into an interactive digital brochure through the arrangement of a consistent visual identity, creation of content pillars (informative, educative, documentation, and testimonials), and optimization of Reels, Stories, and Highlights features. Furthermore, the use of local hashtags proved to expand the target audience reach organically. In conclusion, a structured Instagram design significantly enhances visibility and builds trust among young parents in Palembang. This research is important as a practical guide for early childhood institutions in utilizing low-cost yet high-impact digital marketing.

Keywords: ADDIE Model, Digital Promotional Media, Instagram, PAUD Amalia Mukmin Palembang, Research and Development