

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif. Namun, masih banyak usaha yang belum memanfaatkan media sosial secara optimal dalam kegiatan pemasarannya sehingga jangkauan promosi menjadi terbatas. Laporan akhir ini bertujuan untuk merancang media promosi digital berbasis Instagram sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan penyebaran informasi produk, serta menarik minat konsumen. Metode yang digunakan dalam laporan akhir ini adalah Research and Development (R&D) dengan model pengembangan ADDIE yang meliputi tahap Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil perancangan berupa akun media sosial dan berbagai konten promosi yang disusun secara terencana dalam bentuk feed, story, dan reels. Konten yang dibuat meliputi pengenalan usaha, promosi produk, edukasi, serta informasi produk yang dirancang dengan konsep visual yang menarik dan informatif. Hasil implementasi menunjukkan bahwa media promosi digital berbasis Instagram dapat digunakan sebagai sarana untuk memperkenalkan usaha, memperluas jangkauan informasi, serta mendukung kegiatan promosi secara lebih efektif.

Kata Kunci: Media Promosi Digital, Instagram, Promosi, Media Sosial, Pemasaran Digital.

ABSTRACT

The development of digital technology has encouraged business owners to utilize social media as an effective promotional medium. However, many businesses have not optimally utilized social media in their marketing activities, resulting in limited promotional reach. This final project aims to design Instagram-based digital promotional media as a means to expand marketing reach, increase product information dissemination, and attract consumer interest. The method used in this final project is Research and Development (R&D) with the ADDIE development model, which consists of the Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation stages. Data collection techniques were conducted through interviews, observations, documentation, and literature studies. The design results consist of a social media account and various promotional contents arranged systematically in the form of feeds, stories, and reels. The content includes business introduction, product promotion, educational content, and product information designed with attractive and informative visual concepts. The implementation results indicate that Instagram-based digital promotional media can be used as a tool to introduce businesses, expand information reach, and support promotional activities more effectively.

Keywords: Digital Promotional Media, Instagram, Promotion, Social Media, Digital Marketing.