

ABSTRAK

CV Harmoni Warna merupakan usaha yang bergerak pada bidang jasa percetakan di Palembang yang kegiatan promosinya masih terbatas pada komunikasi langsung, WhatsApp dan promosi dari mulut ke mulut, sehingga belum mampu menjangkau masyarakat secara luas. Kondisi ini berdampak pada fluktuasi pendapatan perusahaan dalam tiga tahun terakhir. Laporan akhir ini bertujuan untuk merancang media sosial Instagram sebagai media promosi pada CV Harmoni Warna Palembang guna memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya tarik promosi kepada konsumen. Laporan akhir ini menggunakan metode pendekatan model ADDIE yang terdiri atas lima tahap, yaitu *Analyze, Design, Develop, Implement, dan Evaluate*. Pada tahap analisis ditemukan bahwa perusahaan belum memanfaatkan media sosial secara optimal. Tahap perancangan mencakup penyusunan konsep visual, pemilihan warna, dan tata letak *feed* Instagram. Tahap pengembangan meliputi pembuatan akun bisnis Instagram, desain konten menggunakan Canva, serta *editing* video promosi menggunakan CapCut. Konten yang diunggah mencakup informasi layanan percetakan, daftar harga, dan video promosi dalam bentuk reels. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa media sosial Instagram yang dirancang berhasil menjangkau followers sebanyak 79 akun, meningkatkan interaksi konsumen, serta mendatangkan pelanggan baru. Dengan demikian, Instagram dapat digunakan sebagai media promosi digital bagi CV Harmoni Warna Palembang.

Kata kunci: *Media Sosial, Instagram, Media Promosi, CV Harmoni Warna*

ABSTRACT

CV Harmoni Warna is a printing service business located in Palembang whose promotional activities are still limited to direct communication, WhatsApp, and word-of-mouth promotion, resulting in limited reach to the wider community. This condition has an impact on the fluctuation of the company's income over the last three years. This final report aims to design Instagram social media as a promotional medium for CV Harmoni Warna Palembang in order to expand marketing reach and increase promotional attractiveness to consumers. This final report uses the ADDIE model approach consisting of five stages, namely Analyze, Design, Develop, Implement, and Evaluate. The analysis stage found that the company had not utilized social media optimally. The design stage includes the preparation of visual concepts, color selection, and Instagram feed layout. The development stage includes creating an Instagram business account, designing content using Canva, and editing promotional videos using CapCut. The uploaded content includes information on printing services, price lists, and promotional videos in the form of reels. The evaluation results show that the designed Instagram social media successfully reached 79 followers, increased consumer interaction, and attracted new customers. Therefore, Instagram can be used as a digital promotional medium for CV Harmoni Warna Palembang.

Keywords: *Social Media, Instagram, Promotional Media, CV Harmoni Warna*