

ABSTRAK

Laporan akhir ini dilatarbelakangi oleh berakhirnya kontrak eksklusif penyediaan konsumsi karyawan antara Catering Nayla dan PT Hijau Lestari Raya Fibreboard pada 31 Desember 2025, yang menyebabkan pendapatan usaha turun drastis hingga menyentuh angka Rp0 pada Januari 2026. Kondisi tersebut mendorong Catering Nayla untuk mulai menjangkau pelanggan baru secara mandiri, sementara usaha ini belum pernah memiliki akun media sosial resmi maupun pengalaman promosi digital sebelumnya. Tujuan laporan ini adalah untuk merancang konten media sosial Instagram yang sesuai dengan kebutuhan Catering Nayla menggunakan metode ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*). Laporan ini menggunakan pendekatan *Research and Development* (R&D) dengan metode kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik usaha dan calon pelanggan, observasi langsung terhadap kondisi digital usaha, studi kepustakaan, serta dokumentasi data keuangan Catering Nayla periode Juli 2025 hingga Februari 2026. Hasil perancangan mencakup penetapan identitas visual berupa logo dan color palette, penentuan lima jenis konten yaitu konten pembukaan, produk, layanan, testimoni, dan engagement, panduan penulisan *caption* dan hashtag, konten *highlight*, serta strategi implementasi melalui akun Instagram @naylacatering12. Setelah konten diterapkan, akun berhasil memperoleh pengikut awal dan mencatatkan data engagement yang mencerminkan respons positif dari audiens. Perancangan konten Instagram menggunakan metode ADDIE terbukti berhasil membantu Catering Nayla membangun kehadiran digital yang terstruktur dan terarah sebagai langkah awal dalam memperluas jangkauan pasar secara mandiri.

Kata Kunci: *Konten Media Sosial, Instagram, Metode ADDIE, UMKM Kuliner, Pemasaran Digital*

ABSTRACT

This final report is motivated by the termination of the exclusive employee food supply contract between Catering Nayla and PT Hijau Lestari Raya Fibreboard on December 31, 2025, which caused business revenue to drop drastically to Rp0 in January 2026. This situation required Catering Nayla to independently reach new customers, while the business had never had an official social media account or any prior digital promotion experience. The purpose of this report is to design Instagram social media content tailored to the needs of Catering Nayla using the ADDIE method (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation). This report employs a Research and Development (R&D) approach with qualitative methods. Data were collected through interviews with the business owner and potential customers, direct observation of the business's digital condition, library research, and financial documentation for the period of July 2025 to February 2026. The design outcomes include the establishment of visual identity consisting of a logo and color palette, determination of five content types (opening, product, service, testimonial, and engagement), caption and hashtag guidelines, highlight content, and an implementation strategy for the Instagram account @naylacatering12. After the content was applied, the account successfully gained initial followers and recorded engagement data reflecting positive responses from the audience. Content design through the ADDIE method has proven effective in helping Catering Nayla build a structured and directed digital presence as an initial step toward independently expanding its market reach.

Keywords: Social Media Content, Instagram, ADDIE Method, Culinary MSMEs, Digital Marketing