

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah memberikan peluang yang besar bagi pelaku usaha dalam melakukan kegiatan promosi. Salah satu media sosial yang banyak dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran adalah Instagram karena memiliki berbagai fitur yang mampu mendukung penyampaian informasi produk secara menarik dan interaktif. Toko Kue Bakoel Ibung merupakan usaha kuliner yang bergerak di bidang bakery dan telah memanfaatkan Instagram sebagai media promosi. Namun, pengelolaan konten yang dilakukan masih belum optimal, ditandai dengan frekuensi unggahan yang tidak konsisten, kurangnya pengembangan konten, serta variasi konten yang belum terstruktur dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan konten Instagram sebagai media promosi pada Toko Kue Bakoel Ibung agar lebih sistematis, konsisten, dan menarik. Metode yang digunakan adalah Research and Development (R&D) dengan model pengembangan ADDIE yang terdiri atas tahap Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation. Pada tahap pengembangan, penulis menyusun kalender konten, menentukan jenis konten, membuat desain visual, serta menyusun strategi publikasi yang sesuai dengan kebutuhan usaha dan karakteristik audiens. Hasil penelitian berupa pengembangan konten Instagram yang mencakup konten edukasi, promosi, branding, dan testimoni yang disusun dalam kalender konten secara terstruktur. Pengembangan ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pengelolaan akun Instagram, memperkuat identitas merek, meningkatkan engagement audiens, serta mendukung efektivitas promosi dan penjualan produk Toko Kue Bakoel Ibung.

Kata Kunci: *Pengembangan Konten, Instagram, Media Promosi, Kalender Konten, ADDIE.*

ABSTRACT

The development of digital technology and social media has provided significant opportunities for businesses to conduct promotional activities. One of the social media platforms widely used as a marketing tool is Instagram, as it offers various features that support the delivery of product information in an attractive and interactive manner. Bakoel Ibung Bakery is a culinary business operating in the bakery sector and has utilized Instagram as a promotional medium. However, its content management has not been optimal, as indicated by inconsistent posting frequency, limited content development, and unstructured content variations. This study aims to develop Instagram content as a promotional medium for Bakoel Ibung Bakery to make it more systematic, consistent, and engaging. The research employed the Research and Development (R&D) method using the ADDIE development model, which consists of the Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation stages. During the development stage, the researcher designed a content calendar, determined content types, created visual designs, and developed publication strategies tailored to business needs and audience characteristics. The results of this study are the development of Instagram content, including educational, promotional, branding, and testimonial content organized systematically in a content calendar. This development is expected to improve the quality of Instagram account management, strengthen brand identity, increase audience engagement, and support the effectiveness of promotional activities and product sales at Bakoel Ibung Bakery.

Keywords: Content Development, Instagram, Promotional Media, Content Calendar, ADDIE.