

ABSTRAK

Toko Inti Jaya Lemabang merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan bahan bangunan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, kegiatan promosi yang diterapkan masih menggunakan metode konvensional dari mulut ke mulut sehingga penyebaran informasi produk belum menjangkau konsumen secara luas. Tujuan dari Laporan Akhir ini adalah merancang media promosi berbasis Instagram sebagai sarana pemasaran digital untuk membantu Toko Inti Jaya Lemabang dalam memperkenalkan produk dan meningkatkan jangkauan promosi. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah *Research and Development (R&D)* dengan model ADDIE yang terdiri dari tahapan *Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*. Hasil perancangan berupa akun Instagram bisnis yang dilengkapi dengan profil usaha, konten promosi produk, feed Instagram, yang dirancang menggunakan aplikasi canva dan capcut. Media promosi yang telah dibuat kemudian diimplementasikan melalui unggahan konten pada akun Instagram Toko Inti Jaya Lemabang. Berdasarkan hasil evaluasi dan data insight Instagram, media promosi yang dirancang memperoleh total 254 like, 11 komentar, 2 share, 547 profile visits, dan 5,367 views. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Instagram dapat digunakan sebagai media promosi yang efektif untuk membantu penyebaran informasi produk, memperluas jangkauan promosi, serta mendukung kegiatan pemasaran pada Toko Inti Jaya Lemabang.

Kata Kunci: *Media Promosi, Instagram, Pemasaran Digital, Toko Inti Jaya Lemabang, ADDIE*

ABSTRACT

Inti Jaya Lemabang Store is a business engaged in the sale of building materials. Based on interviews conducted, promotional activities were still carried out through conventional word of mouth methods, resulting in limited dissemination of product information to wider audience. The purpose of this final project was to design Instagram based promotional media as a digital marketing tool to help Inti Jaya Lemabang Store introduce its products and expand promotional reach. The method used in this project was Research and Development (R&D) with the ADDIE model consisting of analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation stages. The result of this project was the creation of a business Instagram account equipped with a business profile, promotional content, Instagram feed designs, captions, and hashtags designed using Canva and capcut. The promotional media was then implemented through content uploads on the store's Instagram account. Based on the evaluation results and Instagram insight data, the promotional media generated a total 254 likes, 11 comments, 2 shares, 547 profile visits, and 5,367 views. These results indicate that Instagram can be effectively utilized as a promotional medium to support product information dissemination, broaden promotional reach, and enhance marketing activities at Inti Jaya Lemabang Store.

Keywords: Promotional Media, Instagram, Digital Marketing, Inti Jaya Lemabang Store, ADDIE