

## Abstrak

Penelitian yang dilakukan berisikan tentang perancangan promosi untuk layanan jasa *laundry* bernama Jourdan Laundry yang terletak di Cilandak, Jakarta Selatan dengan cara optimalisasi konten Instagram yang menjawab rumusan masalah dari penelitian ini yaitu *bagaimana perancangan strategi kreatif yang tepat untuk Jourdan Laundry* dan juga *bagaimana strategi media dan visual yang tepat untuk media sosial Instagram Jourdan Laundry*. Penelitian ini dilakukan untuk meningkatkan atau mengembalikan pendapatan Jourdan Laundry yang sebelumnya mengalami penurunan sebanyak 50% dikarenakan pandemi COVID-19 yang sedang marak terjadi.

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode observasi, wawancara dan literatur. Data yang didapat di analisa menggunakan teknik SWOT (*Strength-Weakness-Opportunity-Threat*) dan AOI (*Activity-Opinion-Interest*) yang memfokuskan pada produk dan konsumen yang nantinya dijadikan pedoman untuk desain yang akan dibuat pada hasil penelitian. Semua hal diatas dapat dipertanggungjawabkan dengan teori-teori yang dipakai atau bisa disebut teori-teori tersebut dijadikan landasan dari penelitian.

Pada akhirnya, penelitian ini akan membuahkan hasil yaitu desain dan konten yang akan dipublikasi pada akun sosial media Instagram. Hasil penelitian ini adalah jawaban dari rumusan masalah dan tujuan dari penelitian ini dilakukan.

**Kata kunci: promosi, metode penelitian, desain, konten, Instagram.**

*The research conducted contains the design of a promotion for a laundry service called Jourdan Laundry located in Cilandak, South Jakarta by optimizing Instagram content that answers the problem formulation of this research, namely how to design the right creative strategy for Jourdan Laundry and also how to media and visual strategies the right one for Jourdan Laundry's Instagram social media. This research was conducted to increase or restore Jourdan Laundry's*

*income which previously decreased by 50 due to the ongoing COVID-19 pandemic. The research method used is the method of observation, interviews and literature. The data obtained were analyzed using SWOT (Strength-Weakness-Opportunity-Threat) and AOI (Activity-Opinion-Interest) techniques which focus on products and consumers which will later be used as guidelines for designs that will be made on research results. All of the above can be accounted for by the theories used or can be called the theories used as the basis of the research. In the end, this research will produce results, namely the design and content that will be published on Instagram social media accounts. The results of this study are the answers to the formulation of the problem and the purpose of this research.*

***Keywords: promotion, research methods, design, content, Instagram.***