

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, membawa peluang besar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memperluas jangkauan pasar mereka. Bursa Camera JM, sebuah UMKM yang bergerak di bidang fotografi, menghadapi tantangan dalam memanfaatkan Instagram sebagai platform pemasaran utama.

Tujuan dari proyek akhir ini untuk merancang dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial Instagram bagi Bursa Camera JM untuk meningkatkan kesadaran merek, interaksi dengan audiens, dan interaksi pelanggan.

Metode yang digunakan dalam proyek akhir ini adalah analisis kualitatif terhadap data *engagement*, *reach*, dan umpan balik dari audiens yang diperoleh melalui fitur Instagram *insights*. Perancangan strategi mencakup pembuatan konten visual konsisten, penggunaan fitur-fitur Instagram seperti *Stories* dan *Reels*, serta pengelolaan interaksi pelanggan melalui komentar dan pesan langsung.

Hasil temuan menunjukkan adanya peningkatan *engagement rate* dari 2,34% pada bulan Mei menjadi 3,54% pada bulan Juni, dengan pertumbuhan pengikut sebesar 20% selama tiga bulan. Namun, terjadi penurunan signifikan dalam *reach* dan *impressions* pada bulan Mei dan Juni, yang menunjukkan perlunya penyesuaian strategi konten. Secara keseluruhan, penerapan strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan interaksi, namun memerlukan optimalisasi lebih lanjut untuk menjaga konsistensi *reach* dan *impressions*.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Social Media Marketing, Instagram Marketing, Content Marketing.*