

ABSTRAK

Athalya *Kitchen* merupakan UMKM yang bergerak dibidang kuliner yang berfokus pada berbagai macam makanan manis. Athalya *Kitchen* di dirikan sejak pertengahan 2017 oleh ibu Ita Purnama Sari. Athalya *Kitchen* mulai melakukan pemasaran secara digital melalui media sosial instagram guna memperluas jangkauan pemasaran produk. Dengan menggunakan media sosial instagram mampu menjangkau lebih banyak konsumen dan salah satu media untuk berinteraksi antara konsumen dengan produsen kapanpun dan dimanapun. Oleh karena itu, konten *marketing* sangat diperlukan untuk mempromosikan produk dari Athalya *Kitchen*, sehingga diharapkan meningkatnya penjualan di setiap harinya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perencanaan *content marketing*, Pelaksanaan *content marketing* dan evaluasi *content marketing*. Penelitian ini bersifat kualitatif Deskriptif dengan melakukan analisis mendalam dengan Teknik pengumpulan data langsung dari orang dalam lingkungan yang diteliti. Data dikumpulkan melalui metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

Kemudian data yang telah diperoleh dianalisis, dan didapatkan hasil perencanaan konten instagram Athalya *Kitchen* melalui proses perencanaan dan diunggah secara terjadwal. Konten dirancang secara persuasif sehingga dapat menarik perhatian audiens.

Kata Kunci: Media sosial, *content marketing*, instagram @athalya_*Kitchen*