

ABSTRAK

Hasrat Beauty Bukittinggi merupakan UMKM yang menjualkan berbagai macam kosmetik secara grosir dan eceran. Sejauh ini Hasrat Beauty memasarkan produknya secara *offline* yang beralamat Pasar Aur Kuning, kota Bukittinggi, Sumatra Barat. Sebagai upaya meningkatkan penjualan Hasrat Beauty mencoba memasarkan produk mereka melalui sosial media terutama sosial media instagram. Maka perlu adanya perhatian dan juga pengembangan konten sosial media *marketing* Hasrat Beauty. Tujuan dari penelitian ini adalah pengembangan konten *marketing* pada sosial media Instagram Hasrat Beauty Bukittinggi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data triangulasi.

Dengan metode penelitian yang digunakan akhirnya penulis berhasil mendapatkan dimana dalam perancangan konten sosial media *marketing* pada akun sosial media Instagram @hasrat_beautykosmetik konten yang di produksi mengacu kepada 3 dari 4 aspek konten *marketing* yaitu *educate*, *inspire*, dan *convince*. Pelaksanaan dan penerapan konten sosial media *marketing* pada Instagram @hasrat_beautykosmetik sudah dilakukan dengan baik. Konten yang diunggah ada 19 konten berupa foto dan video yang terdiri dari konten *educate*, *inspire*, dan *convince*. Postingan yang diunggah memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram, seperti *Instagram story*, *feeds*, dan *reels*.

Kata Kunci: pengembangan, perancangan, dan konten *marketing* media sosial instagram