

ABSTRAK

Kemajuan dalam teknologi digital memungkinkan pelaku bisnis untuk memperkenalkan produk mereka melalui platform daring. Ketersediaan internet yang mudah diakses saat ini, manfaat yang signifikan yang diperoleh, dan biaya yang terjangkau, menjadi faktor utama dalam memilih media daring sebagai cara untuk mempromosikan produk. Sierakiess merupakan contoh UMKM yang memanfaatkan media online melalui media sosial Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *content marketing* di laman akun instagram Sierakies dengan melalui 5 dimensi yaitu *reader cognition*, *sharing motivation*, *persuassion*, *decision making* dan *life factors*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dan deskriptif dengan menggunakan teknik *sampling non probability* penulis berhasil mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner dan mendapatkan responden sebanyak 100 responden.

Hasil dari penelitian *content marketing* pada akun Instagram Sierakies ini menunjukkan melalui 5 dimensi penilaian yaitu *reader cognition* mendapatkan hasil 84,9%, *sharing motivation* 85,3%, *persuassion* 83,4%, *decision making* 83,3% dan *life factors* 82,6%. Ketika dilihat menggunakan garis kontinum semua 5 dimensi penilaian masuk ke dalam kategori sangat baik.

Kata Kunci : Media Sosial, *Content Marketing*, Instagram @sierakies.