

ABSTRAK

Dalam era serba *digital*, teknologi dan media sosial telah menjadi hal yang utama bagi semua manusia. Salah satu *platform* media sosial yang populer adalah Instagram, dengan jumlah pengguna aktif yang mencapai 4,76 miliar manusia pada Januari 2023 menurut lembaga *wearesocial.com*. Namun, sebagian pelaku bisnis, terutama UMKM, belum sepenuhnya menyadari pentingnya strategi *digital marketing*. Salah satu contoh UMKM yang belum mengembangkan *digital marketing* adalah UMKM Bujangan Kripik.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana hasil analisis konten sosial media *marketing* pada akun @bujangankripik, serta untuk mengetahui apa referensi konten yang diinginkan oleh pengikut Instagram UMKM @bujangankripik pada tahun 2023. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengikut (*followers*) akun Instagram @bujangankripik, dengan sampel berjumlah 100 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil pengolahan data analisis deskriptif tentang variabel Konten Social Media *Marketing*, dihasilkan presentase rata-rata untuk variabel Social Media *Marketing* dengan indikator *content, communication, connection, dan collaboration* sebesar 87,85% yang dapat dikategorikan sangat baik. Hasil yang diperoleh dari meta facebook *page* pun menyatakan bahwa jangkauan (*insight*) konten sosial media *marketing* ini mengalami kenaikan sebesar 66,1%.

Kata Kunci: Konten Sosial Media *Marketing*, Analisis Deskriptif, Instagram