

## ABSTRAK

Berdasarkan laporan *We Are Social*, di Indonesia salah satu media *online* seperti Instagram menduduki urutan ke-2 setelah media sosial Whatsapp. Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran (*digital marketing*). Pelaku usaha perlu memperhatikan penggunaan media sosial sebagai salah satu media promosi yang sangat penting. UMKM Mazaya mulai merintis usahanya pada bulan Juni tahun 2019 yang berlokasi di Sukaregang Kabupaten Garut. UMKM Mazaya memiliki keunggulan produk asli kerajinan dari kulit dengan desain yang menarik, harga terjangkau serta beragam jenis, seperti tas, sandal wanita dan pria, sepatu wanita dan pria baik *casual* maupun resmi, tas wanita, dompet wanita, tas selempang, *back-pack* dan lain-lain. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital dan pertumbuhan dunia usaha yang semakin pesat menuntut pelaku ekonomi khususnya pelaku UMKM mempunyai strategi yang kuat agar produk atau jasa yang dijual bisa diminati dan digunakan oleh masyarakat. Dari hasil wawancara dengan pemilik UMKM Mazaya, saat ini dihadapkan pada fenomena ketatnya persaingan dengan beberapa pengrajin kulit asli sejenis, perancangan konten *marketing* yang kurang menarik serta kurangnya *captions* pada instagram sehingga UMKM Mazaya membutuhkan pengembangan konten *marketing* pada media sosial akun Instagram @mazayaleathercraft agar bisa menarik konsumen melalui desain yang menarik, konten yang lebih informatif dan agar bisa menjangkau *audiences* yang lebih luas, *customer engagement* sehingga diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualan produk-produknya.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui, merencanakan perancangan, mengelola dan menganalisis dari peristiwa langsung di UMKM Mazaya mengenai pengembangan, pelaksanaan dan evaluasi hasil pengembangan konten *marketing* pada media sosial Instagram dengan memahami interaksi sosial melalui teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan tahapan penelitian pra-lapangan, pekerjaan ke lapangan, dan analisis data, dan teknik pengumpulan data yaitu melalui informan utama dengan observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi. Teknik analisis data dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan dan verifikasi.

Hasil analisis deskriptif melalui pengembangan konten media sosial Instagram sebagai media pemasaran digital menunjukkan kenyataan dan harapan terjadi kenaikan pada *follower* dari awalnya hanya 606 menjadi 736 atau kenaikan sebesar 21.45%, akun yang dijangkau 90 hari terakhir (28 Mei – 25 Agustus 2023) 1,018, dan aktivitas profil 375. Konten yang disajikan pada Instagram @mazayaleathercraft sudah relevan dengan kebutuhan konsumen, dengan bahasa yang informatif dan mudah dipahami serta konsisten di *upload* setiap minggu.

**Kata kunci:** *Social Media Marketing*, *Konten Marketing*, Media Sosial Instagram.