

## ABSTRAK

*HOURMINUTE COFFE* yang merupakan bentuk UMKM kafe masih memiliki beberapa masalah, salah satunya yaitu kurangnya keaktifan pada sosial media yang mereka miliki. Tidak adanya konten yang beraturan dan *followers* yang tidak meningkat menjadi dampak dari ketidak aktifan media sosial yang mereka miliki, dari situlah peneliti menggunakan permasalahan tersebut sebagai tujuan dari penelitian. Maka dari itu, dengan rumusan masalah bagaimana Evaluasi Konten Marketing Media Sosial Instagram *HOURMINUTE COFFEE* pada Tahun 2024. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui Evaluasi Konten Media Sosial pada *HOURMINUTE COFFEE*. Data penelitian ini dikumpulkan dengan melakukan metode triangulasi, dengan metode ini peneliti mengumpulkan data dengan melakukan wawancara dengan informan terkait, observasi secara langsung pada objek penelitian, dan juga mengumpulkan beberapa dokumentasi. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif, yang dilakukan dengan wawancara secara detail dengan beberapa informan. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu adanya Tinjauan Implementasi terhadap Instagram *Hourminute Coffee*.

Kata Kunci: *Implementasi Konten Marketing, Media sosial Instagram, Hourminute Coffee*