

ABSTRAK

Perkembangan teknologi internet memberikan dampak positif terhadap pelaku usaha untuk menunjang aktivitas bisnisnya. Teknologi informasi yang berkembang pesat menunjukkan dampak dari pola komunikasi dan gaya hidup seseorang. Media sosial merupakan produk digital yang menggunakan internet sebagai saluran untuk berinteraksi dengan orang lain. Media sosial memeberikan ruang bagi setiap orang untuk secara terbuka melakukan interaksi, berkontribusi, melakukan koneksi serta memberi informasi secara luas dalam waktu cepat dan tidak terbatas. Instagram merupakan salah satu media terpopuler di dunia. Instagram mampu mengambil dan berbagi informasi berupa foto dan video dengan cepat. MP Mart adalah Badan Usaha Milik Prodi D3 Manajemen Pemasaran yang beroperasi pada bagian penjualan barang seperti makanan, minuman, perlengkapan perkuliahan, dll untuk kebutuhan mahasiswa ataupun khalayak sekitar dan di kelola langsung oleh prodi D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Terapan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak penerapan konten sosial media *marketing* pada Instagram MP Mart tahun 2024. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang telah didapat dapat dianalisis keabsahannya dengan menggabungkan jawaban dan mengambil kesimpulan dari asil wawancara dengan narasumber. Pada hasil penelitian ini ditunjukkan bahwa penerepan konten sosioal media *marketing* pada Instagram MP Mart efektif meningkatkan jumlah pengunjung. *Insight* pada Instagram MP Mart juga mengalami peningkatan dengan adanya konten-konten baru yang lebih variatif dan menarik.

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