

ABSTRAK

Sejak dulu fashion sudah menjadi kebutuhan setiap kalangan mulai dari anak – anak hingga dewasa membutuhkan fashion setiap hari nya. Hampir setiap masyarakat indoneia mengetahui tentang fashion yang mereka gunakan dalam kehidupan sehari – hari. Secara global fashion memiliki makna yaitu gaya populer dalam suatu budaya tertentu untuk menunjang penampilan seseorang yang menggunakan nya, selain itu juga dapat diartikan sebagai ciri khas tersendiri kepada orang yang menggunakan nya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara mengimplementasikan, pelaksanaan, dan evaluasi konten marketing pada media sosial bisnis untuk pemasaran PMJ UNIFORM. Data dikumpulkan melalui metode observasi pada media sosial Instagram pesaing seragam lain, dan wawancara terhadap informan internal UMKM.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Analisis objek penelitian, penjelasan tentang hasil penelitian berdasarkan data yang dianalisis, dan kemudian penelitian dilakukan secara mendalam.

Hasil dari penelitian ini memberikan konten marketing yang diperlukan untuk meningkatkan interaksi dan *insight* pada akun Instagram @pmjuniform_official. Selain itu juga setelah penelitian ini, diharapkan umkm dapat melanjutkan memposting konten yang menarik dan konsisten. Hal ini sangat diperlukan untuk menjaga dan meningkatkan insight pada Instagram.

Kata Kunci : *Fashion*, Media Sosial, Konten *Marketing*, Instagram
@pmjuniform_official