

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan meningkatnya penggunaan media sosial, Instagram telah menjadi salah satu alat utama dalam strategi pemasaran digital bagi banyak bisnis, termasuk industri kuliner. Akun Instagram @chickenwilliam, yang merupakan akun resmi dari UMKM *Fried Chicken* bernama Chicken William, digunakan sebagai studi kasus dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Perencanaan, Pengorganisasian, Pengaktualisasian dan Evaluasi konten instagram @chickenwilliam pada 2024.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan *Owner* Chicken William, analisis konten dari postingan Instagram @chickenwilliam, serta observasi langsung terhadap interaksi pengguna di akun tersebut.

Hasil implementasi dari penelitian ini yaitu (1) Perencanaan, Untuk memastikan penelitian berjalan lancar, kedua belah pihak sepakat bahwa penelitian akan dilakukan dalam tiga kali seminggu. (2) Pengorganisasian, kedua belah pihak menentukan tanggung jawabnya masing-masing dalam penelitian ini. (3) Pengaktualisasian, membuat jadwal konten disertai dengan jam upload, tanggal, hari dan ide konten lalu membuat desain konten beserta caption dan hastag untuk diupload di akun instagram @chickenwilliam. (4) Evaluasi, memanfaatkan fitur instagram yaitu insight untuk menganalisis penelitian yang telah dilakukan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan manajemen konten pemasaran Instagram sangat dipengaruhi oleh konsistensi posting, kualitas visual, dan relevansi konten dengan sasaran target. Posting yang mengandung elemen visual menarik seperti foto berkualitas tinggi dan video pendek yang informatif terbukti lebih efektif dalam menarik perhatian pengguna. Selain itu, interaksi aktif dengan pengikut melalui fitur komentar, *direct message*, dan *Instagram Stories* juga berkontribusi signifikan terhadap peningkatan keterlibatan sasaran.

Kata Kunci: Konten, Pemasaran, Instagram