ABSTRAK

UMKM Merdeka Motor Garut merupakan suatu usaha jenis wirausaha kecil dan menengah yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan perbaikan baik itu sepeda motor, lebih dari itu bengkel juga melakukan usaha penjualan *sparepart* dan variasi guna melengkapi kebutuhan penggantian *sparepart* kendaraan yang rusak. Bengkel Merdeka Motor Garut menawarkan jasa *service* sekaligus menjual *sparepart* motor melalui *online* maupun *offline* seperti banyaknya perusahaan atau badan usaha lain yang menggunakan teknologi informasi untuk meningkatkan produktifitas dan efisiensi pekerja dalam bidang usaha. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis, UMKM Merdeka Motor Garut mengalami kesulitan dalam melakukan promosi melalui media sosial dan juga mengalami kesulitan dalam menarik minat konsumen terhadap produk dan jasanya.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Pengambilan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, studi literatur, dan studi eksisting. Evaluasi akhir penerapan video promosi pada Instagram @merdekamotor.garut bisa dibilang berhasil dalam menarik perhatian *followers* @merdekamotor.garut dibuktikan dengan adanya perhitungan dengan jumlah *likes* sebanyak 158, *comment* sebanyak 12, *view* berjumlah 1825 penonton, dan *followers* sebanyak 378 dengan *Engagement Rate* Instagram yang berjumlah 5.3% yang berada pada skala *Engagement Rate* tinggi.

Kata Kunci: Penerapan, Pemasaran Media Sosial, *Content Video*