

ABSTRAK

Yayasan Pemuda Peduli Bandung merupakan NGO atau *non-government organization* yang berfokus pada Pendidikan dan pengembangan karakter anak bangsa. Instagram @pemudapeduli.id merupakan salah satu media sosial yang digunakan sebagai *digital marketing* untuk memberikan berbagai informasi mengenai program – program apa saja yang sudah ada atau yang akan dijalankan. Dengan adanya Instagram ini, membutuhkan konten marketing untuk bisa menambah kepercayaan para pengikut maupun pengguna Instagram lainnya agar tertarik dengan Yayasan Pemuda Peduli Bandung. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana perencanaan *content marketing*, pelaksanaan *content marketing*, serta evaluasi *content marketing*. Penelitian ini bersifat kualitatif yang dimana menggambarkan dan memaparkan situasi dan kondisi yang sebenarnya biasa bersifat naratif dan alamiah. Data dikumpulkan melalui metode wawancara, observasi pada sosial media Instagram produk serupa dan studi pustaka terhadap dokumentasi data internal perusahaan. Hasil penelitian menjelaskan mengenai strategi *content marketing* mulai dari tahapan perencanaan content marketing, pelaksanaan content marketing sampai pada tahap evaluasi *content marketing* yang telah dibuat untuk keberlangsungan media sosial Instagram @pemudapeduli.id dalam memberikan informasi.

Kata kunci: Perencanaan *content marketing*, Pelaksanaan *content marketing*, Evaluasi *content marketing*