

ABSTRAK

CV Aifie One merupakan perusahaan yang bergerak dibidang dekorasi interior di Tasikmalaya. Dampak dari pandemi covid-19 yang menyebabkan transformasi digital yang berubah sangat pesat, teknologi yang semakin canggih membuat para pembisnis memutar otak dan menyesuaikan dengan perkembangan zaman yang semakin modern ini. Adapun permasalahan yang dihadapi CV Aifie One yaitu pemanfaatan *social media marketing* Instagram yang belum maksimal karena perusahaan belum memiliki admin khusus untuk mengelola akun tersebut dan promosi yang dilakukan tidak menarik dan monoton. Hal ini yang mendasari penelitian dilakukan, dengan harapan dapat mengetahui sejauh mana *social media marketing* yang diterapkan sehingga mampu membantu akun Instagram @aifie_one untuk berkembang.

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis *social media marketing* Instagram CV Aifie One dan mengetahui persepsi mengenai unggahan dari konten yang akan dibuat sebagai media *marketing* secara *online* di akun Instagram @aifie_one.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang menceritakan dan menyampaikan situasi dan kondisi yang natural (alamiah), data yang dibutuhkan yaitu data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi.

Hasil dari penelitian ini adalah *social media marketing* Instagram CV Aifie One berkembang cukup baik, hal ini dilihat dari peningkatan jumlah *followers* sebanyak 110 *followers*, peningkatan jangkauan sebanyak 5.625 jangkauan, peningkatan kunjungan profil sebanyak 836 kunjungan, dan peningkatan interaksi pengikut sebanyak 1.300 interaksi.

Kata Kunci : *Social Media Marketing*, Instagram, Konten, @aifie_one