

ABSTRAK

Saberobag merupakan sebuah UMKM yang bergerak dibidang *fashion* yaitu tas kulit yang terletak di Tangerang Selatan. UMKM ini sudah berdiri sejak tahun 1998 dan memulai memasarkan produk secara *online* di tahun 2015. Dengan latar belakang pengalaman di bidang tas saberobag sudah melayani beberapa pesanan baik itu perorangan, perusahaan tas nasional dan multinasional. Saberobag secara konsisten telah mempekerjakan beberapa tenaga ahli di bidang pembuatan tas kulit. Dalam pengembangannya ternyata belum adanya langkah yang konsisten untuk merencanakan konten lebih lanjut pada konten Saberobag.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengembangan konten pemasaran pada media sosial instagram UMKM saberobag tahun 2023 untuk lebih baik dan konsisten kembali. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi perusahaan serta triangulasi. Analisis dilakukan dengan mencari informasi dari informan dengan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi perusahaan. Kemudian data yang diperoleh dianalisis keabsahannya menggunakan triangulasi teknik pengumpulan data dengan membandingkan jawaban dari informan, menggabungkan jawaban dan mengambil kesimpulan dari jawaban para informan tersebut.

Kata kunci : Instagram, Media Sosial, Konten