

ABSTRAK

Perkembangan zaman yang semakin pesat memberikan dampak tersendiri di dunia *fashion* saat ini, penggunaan media sosial dalam bisnis *fashion* menjadi pacuan tinggi dalam pemasaran dan perkembangan pada *fashion* di dunia. Media sosial yang memiliki ragam strategi untuk penjualan atau pemasaran produk salah satunya yaitu pada Instagram. Tujuan Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perencanaan *content marketing*, dan pelaksanaan pembuatan *content marketing*, serta ingin mengetahui bagaimana evaluasi yang dilakukan pada media sosial *@asyraaf_Official* saat perusahaan mengalami penurunan penjualan dalam *online marketing* nya. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Kata Kunci : Pengembangan, *Content Marketing*, *Instagram*, *Sosial Media*