

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan internet telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia berkomunikasi, bekerja, dan berbisnis. Salah satu bentuk kemajuan teknologi yang paling mencolok adalah penggunaan media sosial, terutama Instagram, sebagai platform pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi konten marketing yang efektif untuk meningkatkan minat beli melalui media sosial Instagram pada akun @riiskitchenandcoffee.

Penelitian ini mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi Rii's Kitchen & Coffee dalam memanfaatkan Instagram sebagai sarana promosi. Temuan menunjukkan bahwa kurangnya keteraturan dan ketertarikan dalam postingan Instagram menyebabkan penurunan minat konsumen, yang berdampak pada rendahnya jumlah followers dan pengaruh merek. Sebagai perbandingan, akun Instagram @mbok\_wito menunjukkan bahwa penyusunan konten yang rapi dan terorganisir berhasil menarik perhatian konsumen, meningkatkan interaksi, dan jumlah followers secara signifikan.

Metode penelitian ini menggunakan deskripsi kualitatif. Berdasarkan hasil analisis, strategi konten marketing yang dirancang mencakup pemilihan jenis konten yang tepat, frekuensi posting yang optimal, penggunaan hashtag yang relevan, dan tata letak konten yang terstruktur dengan baik. Fokus utama dari strategi ini adalah untuk meningkatkan visibilitas, menarik perhatian audiens, dan pada akhirnya meningkatkan jumlah pembeli.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi Rii's Kitchen & Coffee dalam merancang dan menerapkan strategi konten marketing yang lebih efektif di Instagram. Dengan implementasi strategi yang tepat, diharapkan minat beli konsumen dapat meningkat secara signifikan, yang pada gilirannya akan memperkuat posisi Rii's Kitchen & Coffee di pasar dan meningkatkan keberhasilan bisnis mereka.

**Kata Kunci : Konten Marketing, Media Sosial, Instagram, E-commerce, Strategi Pemasaran, Rii's Kitchen & Coffee.**

