

## ABSTRAK

Meningkatnya teknologi informasi, motif penggunaan media sosial terutama Instagram tidak hanya untuk sebagai media hiburan saja tapi sudah masuk kedalam ranah pemasaran terkhusus pada media promosi. Dalam pemanfaatannya harus dilakukan dengan baik yaitu dengan menerapkan strategi pemasaran media sosial. Hal tersebut membuat merek/produk harus menyesuaikan dengan perubahan tersebut, termasuk merek rumah makan. Rumah Makan Riung Panyaungan salah satu merek rumah makan tradisional sunda yang media sosialnya belum maksimal dalam segi pengelolaan konten dan strategi pemasaran media sosialnya. Pengelolaan tersebut bertujuan memperluas jangkauan audiens untuk meningkatkan kesempatan untuk dikenal di masyarakat luas terkhusus Kota Bandung dan Kabupaten Bandung. Oleh karena itu, pengimplementasian strategi pemasaran media sosial Instagram dilakukan guna mencapai tujuan tersebut. Untuk upaya peningkatkan daya tarik pengimplementasian strategi pemasaran media sosial konten diproduksi menggunakan format yang bervariasi seperti foto, video, desain grafis dan motion graphics. Hasil yang didapatkan berupa peningkatan jumlah pengikut mencapai 117 pengikut dan juga mendapatkan accounts reached sebanyak 5146 account atau +780% lebih banyak dibandingkan dua bulan sebelumnya. Oleh karena itu, pengimplementasian konten yang ada pada media sosial terutama Instagram harus diperhatikan, karena Instagram dapat menjadi salah satu pilihan sebagai media promosi yang tepat bagi rumah makan ataupun sebuah merek lain.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Pemasaran Media Sosial, Rumah Makan, Pengimplementasian, Instagram.