

ABSTRAK

Lingian hotel & convention merupakan hotel milik Universitas Telkom. Dahulunya, hotel ini merupakan laboratorium praktikum untuk mahasiswa Program Studi D3 Perhotelan Fakultas Ilmu Terapan. Hotel ini terletak di Gedung lingian dekat dengan Gedung rektorat dan gedung kuliah umum. Lingian hotel diperkenalkan kepada konsumen dengan menggunakan konten *marketing* melalui sosial media Instagram. Dengan adanya Instagram, perlu adanya konten *marketing* untuk memperkenalkan hotel lingian untuk bisa menjangkau konsumen baru di media sosial Instagram.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perancangan, penerapan dan evaluasi konten marketing di media sosial Instagram Hotel Lingian D3 Perhotelan Universitas Telkom. Data dikumpulkan melalui metode observasi pada media sosial Instagram pesaing, dan wawancara terhadap informan perusahaan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif, perlu dilakukan analisis objek suatu penelitian, mendeskripsikan temuan-temuan penelitian berdasarkan data-data yang dianalisis dan kemudian dilakukan penelitian secara mendetail.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perancangan konten marketing diperlukan untuk meningkatkan interaksi agar dapat menaikan *insight* pada akun Instagram @lingianhotelconvention. Selain itu penerapan pada konten marketing dilakukan berdasarkan dimensi konten marketing. Hal ini tentunya akan menjadi evaluasi dari perancangan konten marketing yang telah dilakukan pada *insight* akun Instagram @lingianhotelconvention.

kata kunci : media sosial, konten *marketing*, Instagram, Hotel Lingian.