

ABSTRAK

PT Lombok Gandaria merupakan perusahaan yang bergerak di industri makanan yang didirikan sejak tahun 1973. Produk utama dari PT Lombok Gandaria yaitu Kecap Lombok Gandaria. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pihak perusahaan, PT Lombok Gandaria baru mulai melakukan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial Instagram pada tahun 2020. PT Lombok Gandaria mengalami kesulitan bersaing dalam hal branding dengan kompetitor. Oleh karena itu, *content marketing* sangat diperlukan untuk meningkatkan branding dan dapat meningkatkan *insight* perusahaan.

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perancangan, penerapan, dan evaluasi *content marketing* di media sosial Instagram PT Lombok Gandaria. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dan pengambilan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi.

Hasil dari penelitian ini yaitu *insight* Instagram @kecaplombokgandaria mengalami peningkatan. Akun yang dijangkau meningkat sebanyak 41,5%, pengikut baru bertambah sebanyak 4.187 akun, dan rata-rata jangkauan meningkat sebanyak 18,4%, dan interaksi yang terjadi meningkat sebanyak 103,4%.

Kata Kunci: Content Marketing, Sosial Media, Instagram, PT Lombok Gandaria