

ABSTRAK

Pada era digital saat ini, media sosial menjadi alat yang efektif untuk melakukan promosi bisnis. Meningkatkan branding juga dapat dilakukan melalui media sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan konten media sosial Instagram pada bisnis kuliner Soughdara. Penelitian ini menggunakan landasan teori model social media planning oleh Luttrell (2015) untuk menjelaskan tahapan pengelolaan konten media sosial instagram Soughdara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sumber utama hasil monitoring media sosial pada akun Instagram @soughdara, wawancara bersama tiga informan kunci, satu informan ahli, serta dua informan pendukung, juga melalui observasi non partisipan, dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan pengelolaan konten media sosial instagram yang dilakukan oleh Soughdara untuk meningkatkan promosi bisnis dan branding di media sosial sudah dilakukan secara optimal. Pengelolaan konten yang dilakukan terdiri dari empat tahap, yaitu tahap analisis akun instagram @soughdara, tahap ide dan pembuatan konten, tahap pengelolaan akun, dan tahapan evaluasi. Dengan penerapan ini, Soughdara memperoleh penilaian yang bersifat positif dari para followers nya di instagram.

Kata Kunci: bisnis kuliner, instagram, media sosial, pengelolaan.