

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurangnya pengelolaan pemasaran secara digital yang dilakukan oleh Albha Tour. Selama ini pemasaran yang dilakukan hanya sebatas melalui *Word Of Mouth* atau biasa disebut dari mulut ke mulut, kemudian melalui WhatsApp Status, dan melalui media sosial Instagram. Akan tetapi pemasaran yang dilakukan oleh Albha Tour melalui Instagram tergolong masih belum memadai. Media ini hanya digunakan sebagai media dokumentasi saja, selain itu pengelolaan konten pemasaran masih minim.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perencanaan pembuatan konten pemasaran, penerapan konten pemasaran, dan evaluasi terhadap konten pemasaran pada akun Instagram @albha.tour tahun 2024. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, karena penelitian ini akan dijelaskan menggunakan kata-kata yang bersumber dari informan untuk mendapatkan data terkait dengan penelitian ini. Selain itu pengambilan data juga dilakukan melalui observasi media sosial Instagram @albha.tour untuk mengetahui keadaan akun tersebut secara keseluruhan.

Hasil penelitian yang didapatkan yaitu untuk perencanaan pembuatan konten dilakukan dengan melalui pembuatan *content planning* untuk penjadwalan setiap konten kedepannya. Hal tersebut dibuat untuk setiap bulannya, agar setiap bulan sudah terjadwal konten apa saja yang akan dibuat, mulai dari isi konten, *caption* pada setiap konten, dan tanggal berapa konten tersebut harus diposting melalui Instagram. Selain itu penerapan yang dilakukan dengan membuat konten sesuai dengan tujuan adanya konten pemasaran bagi Albha Tour berdasarkan konsep, tema, dan konten apa saja yang telah direncanakan. Evaluasi pada konten pemasaran yang telah dibuat yaitu dengan melihat hasil *insight* pada setiap kontennya dan terdapat kenaikan jumlah *followers* dengan perbandingan pada saat awal melakukan penelitian dengan masa akhir penelitian dilakukan.

Saran yang tepat untuk penelitian ini adalah rutin untuk membuat *content planning* setiap bulannya, menerapkan penjadwalan melalui *content planning* yang telah disusun, dan membuat konten berdasarkan penjadwalan yang telah disusun. Selain itu harus melakukan evaluasi terhadap setiap konten yang telah dibuat dan diposting, agar tidak terulang apabila terdapat kesalahan pada konten selanjutnya yang akan diposting.

Kata kunci: Media Sosial, *Digital Marketing*, Konten Pemasaran, Instagram @albha.tour