

## ABSTRAK

Autoretro Lumens Light merupakan sebuah industri yang bergelut di bidang modifikasi otomotif di Kota Bandung. Autoretro Lumens Light menggunakan media sosial instagram @autoretro\_lumens\_light untuk memperluas jangkauan pemasaran, dengan menggunakan instagram dapat memudahkan interaksi antara konsumen dan juga Autoretro Lumens Light. Dengan adanya Instagram @autoretro\_lumens\_light perlu melakukan pembuatan konten *marketing* yang bertujuan untuk mempromosikan produk, sehingga dengan adanya hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan penjualan dari Autoretro Lumens Light setiap harinya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana perancangan konten media sosial, mengetahui penerapan konten media sosial, dan mengetahui hasil evaluasi penerapan konten media sosial Autoretro Lumens Light tahun 2024. Penelitian ini bersifat kualitatif studi deskriptif merupakan penelitian yang menggambarkan dan mendeskripsikan karakteristik dari suatu fenomena, salah satu cirinya adalah bersifat naratif (banyak kata-kata). Data yang dikumpulkan melalui metode wawancara, observasi pada media sosial instagram produk Autoretro Lumens Light dan studi pustaka terhadap dokumentasi data internal perusahaan. Hasil penelitian menjelaskan mengenai tahapan mulai dari perencanaan konten media sosial, pelaksanaan konten media sosial sampai dengan tahap evaluasi konten media sosial yang telah dibuat. Terdapat 5 (lima) poin faktor yang dapat mempengaruhi konten marketing yaitu *design, current event, the reading experience, timing,* dan *tone*. Dapat dilihat dari *insight* instagram bahwa pemasaran *digital* melalui media sosial instagram memberikan manfaat dan berguna bagi perusahaan, dilihat dari promosi yang dilakukan konsumen tertarik untuk melihat konten instagram @autoretro\_lumens\_light dan membeli produk dari Autoretro Lumens Light.

Kata Kunci: pemasaran, media sosial, instagram, autoretro\_lumens\_light,