

## ABSTRAK

Di era digital saat ini, pemasaran PT Sasana Solusi Digital melalui media sosial Instagram dilakukan dengan menciptakan Content Marketing Instagram yang interaktif sesuai komposisi dan teori yang berlaku. Dalam pembuatan Content Marketing pastinya diharapkan dapat memperoleh Customer Engagement dari para followers. Dengan begitu, Content Marketing yang sudah diterapkan melalui Instagram perlu dilakukan evaluasi dan diukur untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya terhadap Customer Engagement. Penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh minimnya interaksi seperti like dan komen dari unggahan konten di Instagram @marketingstudio.id. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk mengambil judul “Dampak Content Marketing Instagram Terhadap Customer Engagement (Studi Kasus pada Instagram PT Sasana Solusi Digital pada Tahun 2023)”.

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden terhadap Content Marketing Instagram @marketingstudio.id, untuk mengetahui bagaimana Customer Engagement Instagram @marketingstudio.id, serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Content Marketing Instagram terhadap Customer Engagement.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data kuesioner. Sampel yang digunakan yaitu nonprobability sampel. Adapun sumber data yang diperoleh yaitu data primer dari 100 followers Instagram @marketingstudio.id. Serta data sekunder yang dipakai yaitu jurnal, skripsi, buku, internet, penelitian terdahulu dan sumber lainnya yang mendukung konsep teoritis dari variabel penelitian yang dilakukan. Data hasil kuesioner akan dianalisis dengan menggunakan Analisis Deskriptif dan Uji Hipotesis.

Hasil analisis deskriptif terkait Variabel Content Marketing Instagram @marketingstudio.id menunjukkan bahwa secara keseluruhan konten tersebut mendapatkan persentase sebesar 87,4% (sangat baik). Selain itu, hasil analisis deskriptif terkait Variabel Customer Engagement menunjukkan bahwa secara keseluruhan konten tersebut mendapatkan persentase sebesar 85,4 (baik). Serta, berdasarkan hasil analisis, variabel Content Marketing Instagram (X) berpengaruh terhadap variabel Customer Engagement (Y).

Perusahaan disarankan untuk meningkatkan konten Update Info & Ilmu mengenai layanan perusahaan, memperkuat hubungan langsung dengan pelanggan, dan meningkatkan strategi pemasaran digital melalui Content Marketing dengan mempertimbangkan aspek yang lebih rinci.

Kata kunci : Marketing, Content Marketing, Media Sosial, Customer Engagement.