

ABSTRAK

PT. Lintas Mediatama Bandung adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *advertising solution* yang berlokasi di Jalan Cipunagara No.16 Bandung, Jawa Barat. PT. Lintas mediatama memiliki promosi dan penjualan melalui *LED*, dengan menggunakan *content merketing* sebagai media promosinya, maka dari itu tujuan peneitian ini untuk mengetahui mengenai *content merketing* dengan 5 dimensi yaitu *reader cognition, sharing motivation, persuassion, decision making, dan factors* pada video bumper melalui media promosi di Kota Bandung, dengan cara pengumpulan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan garis kontinum untuk mengetahui jumlah sampel. Penulis menggunakan penelitian jenis kuantitatif dan analisis deskriptif.

Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa secara keseluruhan penerapan *content marketing* dari video bumper PT. Lintas Mediatama sebagai media promosi dengan hasil persentase sebesar 80,19% dengan kategori baik. Dengan begitu pada penerapan *content marketing* bagus digunakan sebagai media promosi dan menjadi sebuah video himbauan kepada masyarakat bahwa isi pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh semua kalangan pembaca, dan admin PT. Lintas Mediatama lebih kreatif lagi pada pembuata video bumper dengan konten-konten yang baru terutama dalam dunia marketing.

Kata Kunci : *Content marketing, Video Bumper, Promosi PT. Lintas Mediatama Kota Bandung*