ABSTRAK

Pada era digital ini tentunya sangat identik dengan internet dan juga sosial media. Bagi pelaku usaha, internet dan sosial media dapat digunakan sebagai salah satu strategi pemasaran. Co.Choc yang merupakan pelopor minuman *chocolate ganache* telah melakukan pemasaran melalui media sosial. Yaitu dengan cara membagikan *content marketing* kepada para pengikutnya. *Content marketing* yang menarik tentunya akan membuat *brand image* konsumen menjadi positif terhadap *brand* tersebut.

Jenis penelitian adalah kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif, teknik sampling yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan jenis *sampling purposive*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner online kepada 105 responden dengan rumus Bernoulli. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif.

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar secara online, tanggapan responden mengenai *Content Marketing* yang dilakukan oleh Co.Choc sebesar 83% dan masuk dalam kategori baik sedangkan mengenai *Brand Image* sebesar 88% dan masuk dalam kategori sangat baik, menurut acuan dari garis kontinum. Diperoleh juga persamaan regresi linier sederhana yaitu Y = 17,884 + 0,371X dan hasil koefisien determinasi (R^2) memperoleh 0,608 atau 60,8% yang dapat disimpulkan bahwa *Content Marketing* melalau Instagram berpengaruh secara simultan terhadap *Brand Image* konsumen sebesar 60,8%.

Kata kunci : *Content Marketing, Brand Image,* Instagram