

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah berdampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk pemasaran. Internet memfasilitasi penyebaran informasi secara cepat dan menyeluruh. Perkembangan ini turut mempengaruhi media sosial sebagai sarana komunikasi sekaligus platform bisnis yang efektif. Media sosial seperti Instagram menjadi platform yang paling populer dalam strategi pemasaran digital karena memberikan peluang bagi bisnis untuk berinteraksi langsung dengan konsumen. WS Farm Subang, sebuah usaha peternakan sapi di Subang, Jawa Barat, memanfaatkan Instagram sebagai sarana pemasaran. Namun, aktivitas akun Instagram mereka masih terbatas, dengan pengikut yang masih rendah serta kurangnya dalam pembaruan konten. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan manajemen konten pemasaran pada akun Instagram Ws Farm Subang guna meningkatkan interaksi dengan audiens melalui perancangan, penerapan, serta evaluasi strategi pemasaran konten pada platform media sosial tersebut. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui observasi terhadap akun Instagram milik pesaing di bidang peternakan sapi, serta wawancara dengan informan internal perusahaan dan informan pendukung, yaitu beberapa pengikut Instagram Ws Farm Subang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen konten pemasaran Instagram WS Farm Subang ditingkatkan dengan menambahkan informasi pada bio Instagram, sehingga target audiens dapat dengan mudah mengakses berbagai tautan yang tersedia. Selain itu, konsistensi dalam mengunggah konten secara teratur berhasil meningkatkan jumlah pengikut dan jangkauan akun Instagram WS Farm Subang. Konten yang disajikan dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen seperti konten yang informatif, menarik, dan disajikan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh pengikut.

Kata Kunci : Internet, Media Sosial, Instagram, Konten Pemasaran, Ws Farm Subang.