

ABSTRAK

PT Bara Reca Niroga merupakan perusahaan FMCG (*Fast Moving Consumer Good*) berbasis digital marketing yang bergerak di bidang produk herbal yang berkualitas. Salah satu media sosial yang dapat dilakukan untuk melakukan promosi produk mereka oleh para pelaku bisnis *online* adalah Facebook Ads. Facebook Ads sendiri digunakan pada PT Bara Reca Niroga di Kota Cirebon yang sangat memanfaatkan media sosial untuk menjadi media penjualan dan promosinya. PT Barareca Niroga merupakan perusahaan yang bergerak menjual dan mempromosikan obat-obatan herbal terutama pada produk Bio Insuleaf. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis proses pembuatan konten pemasaran pada media sosial Facebook Ads Bio Insuleaf yang dimiliki oleh PT Bara Reca Niroga.

Penelitian ini bersifat kualitatif studi deskriptif yang menggambarkan dan memaparkan situasi dan kondisi yang sebenarnya biasanya bersifat naratif (banyak kata-kata) dan alamiah (natural). Data dikumpulkan melalui metode observasi pada media sosial Facebook Ads berupa, wawancara, dan studi pustaka terhadap dokumentasi data internal perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian, proses implementasi manajemen konten pemasaran pada Facebook Original Bio Insuleaf PT Bara Reca Niroga menunjukkan bahwa penerapan strategi konten yang beragam dan penggunaan fitur analitik dari Facebook Insight dapat secara signifikan mempengaruhi efektivitas kampanye marketing di media sosial tersebut. Dengan fokus pada konten testimoni yang kuat dan integrasi yang baik antara berbagai jenis konten, dapat meningkatkan interaksi, keterlibatan, serta kesadaran merek untuk Bio Insuleaf.

Kata kunci: Media sosial, Promosi, *Content Marketing*, Facebook Ads