

ABSTRAK

Penelitian ini mengangkat permasalahan efektivitas pemasaran konten melalui platform media sosial Instagram untuk meningkatkan brand awareness dan engagement pelanggan pada akun Instagram @roti_panas. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pemasaran konten (content marketing) yang melibatkan perencanaan, pembuatan, dan penyebaran konten yang dapat menarik perhatian audiens. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam metrik utama seperti reach, engagement, followers, dan impressions setelah penerapan strategi konten yang konsisten. Selain itu, konten Reels lebih mendominasi dalam hal engagement dibandingkan dengan feed atau story, dan waktu unggah konten pada pukul 3 sore dan 6 sore menunjukkan hasil yang optimal.

Kata kunci: Instagram, Pemasaran Konten, Akun Instagram @roti_panas