

ABSTRAK

Media sosial merupakan salah satu platform yang disukai oleh masyarakat Indonesia. Pemanfaatan media sosial sebagai metode pemasaran dalam memasarkan produk sangat berpotensi dalam mengembangkan perusahaan. CV. Paradigma Asia sebagai salah satu perusahaan yang melakukan pemasaran melalui media sosial ingin mengembangkan pemasaran digital. CV. Paradigma Asia ingin menaikkan variasi konten dan menaikkan *engagement*, sehingga penulis melakukan project membuat perencanaan konten/ *content planning* pada akun Tiktok Goodstock_ID dalam rangka pengembangan konten akun Tiktok Goodstock_ID agar menciptakan konten yang dapat menarik audience dan menciptakan konten yang memiliki ketepatan informasi dan relevan pada *audience* yang ditargetkan. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data wawancara, dokumentasi, dan observasi. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis data yaitu reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Hasil project pembuatan *content planning* mendapatkan hasil bahwa pembuatan tabel content planning efektif digunakan meningkatkan jangkauan *audience* dan *engagement*. Hasil analisis *insight* yang didapatkan dalam pembuatan *content planning* adalah jangkauan penonton yang di peroleh sebanyak 1.179. dengan persentase dari total jangkauan yang di peroleh 53% sebagai penonton baru dan 47% sebagai penonton balik. Dari data diatas jangkauan penonton mengalami kenaikan dari periode sebelumnya yang mendapatkan jangkauan penonton 972 dengan persentase 41% penonton baru dan 59% penonton balik. Kenaikan jangkauan penonton dari periode sebelumnya mengalami kenaikan sebanyak 18%. Berdasarkan hasil data analisis diatas dalam project membuat perencanaan konten pada akun Tiktok Goodstock_ID penulis berhasil meningkatkan jangkauan penonton dan *engagement* pada akun.

Kata Kunci: perencanaan konten, content planning, Tiktok, pemasaran digital, *engagement*