

ABSTRAK

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak pada bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) serta jaringan telekomunikasi secara lengkap (*full service and network provider*) yang terbesar di Indonesia. PT Telkom Indonesia Datel Sragen adalah anak perusahaan dari PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) yang berada di bawah naungan *Regional IV* Jateng dan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). PT Telkom Indonesia Datel Sragen berlokasi di Jl. Veteran No.16, Magero, Sragen Tengah, Kec. Sragen, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah (57211). PT Telkom Indonesia Datel Sragen memiliki strategi dalam memasarkan layanan dan produk-produknya yaitu dengan cara memanfaatkan penggunaan *platform* media sosial. Media sosial yang digunakan PT Telkom Indonesia Datel Sragen adalah Instagram. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perancangan konten yang dilaksanakan dan juga melakukan analisis terhadap konten *marketing* pada media sosial Instagram pada akun @indihomesragen guna mendukung pemasaran dan penjualan dari layanan dan juga produk yang lebih efektif.

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian deskriptif kualitatif yaitu dengan menggambarkan dan menguraikan data-data yang sudah terkumpul atau didapatkan dari narasumber atau informan secara deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan data dan uji keabsahan data triangulasi, yaitu berupa wawancara, observasi dan juga penelitian di lapangan guna memperoleh data yang akurat, baik dan dapat dijadikan objek dalam penelitian ini, serta melakukan dokumentasi pada aktivitas penelitian di PT Telkom Indonesia Datel Sragen.

Dalam melakukan tahap penelitian, analisis dan penerapan konten *marketing* pada *platform* media sosial Instagram @indihomesragen, peneliti mengelola akun Instagram dan mengembangkan konten promosi dengan memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan di Instagram, selain itu peneliti juga melakukan analisis pada Instagram *insights* @indihomesragen guna mengetahui konten terhadap keterikatan dengan *follower* Instagram @indihomesragen. Hasil dari analisis dan penerapan konten *marketing* pada media sosial Instagram @indihomesragen yang telah diimplementasikan oleh peneliti selama melakukan penelitian berlangsung efektif, hasil tersebut adalah berdasarkan pada data Instagram *insights* di akhir evaluasi. **Kata Kunci:** Konten *Marketing*, Instagram, Pemasaran Media Sosial.