

ABSTRAK

Telkom Witel Sumut merupakan bagian dari Telkom Regional 1 Sumatera. Telkom Witel Sumut berlokasi di jalan W.R Supratman no 1 Pematang Siantar. Dimasa sekarang ini, persaingan semakin ketat. Witel Sumut pun menghadirkan inovasi salah satunya dengan menghadirkan komunitas berbagi yaitu estafet ilmu, dengan menggunakan media sosial instagram dengan nama akun @estafet_ilmu sehingga memerlukan konten instagram untuk diupload di instagram.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perencanaan *content marketing*, pelaksanaan *content marketing*, serta evaluasi terhadap *content marketing* yang telah dibuat dan diposting. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dengan menggambarkan serta memaparkan situasi dan kondisi yang sebenarnya dengan cara naratif (banyak menggunakan kata-kata) dan alamiah (natural). Data yang diperoleh oleh penulis dikumpulkan dengan menggunakan metode wawancara, observasi pada sosial media Instagram, dan dokumentasi.

Selama melakukan penelitian ini, penulis sudah memposting 60 konten. Dari hasil tersebut terdapat beberapa ide dalam membuat *content marketing* untuk akun instagram estafet ilmu yaitu quotes, tag, *tips and trick*, pertanyaan serta promosi event. Penjadwalan dalam membuat konten juga mempermudah dan membuat jauh efektif karena dengan penjadwalan akan memudahkan penulis untuk pembuatan *content marketing*.

Jumlah *followers* akhir akun estafet ilmu adalah 147 *followers*. Total akun yang berinteraksi 42 akun yang terdiri atas 27 akun berasal dari *followers* dan 15 akun berasal dari bukan *followers* akun instagram Estafet ilmu. Dan untuk akun yang dijangkau mengalami kenaikan 413 akun yang dijangkau yang terdiri dari 104 *followers* dan 309 dari luar *followers* akun instagram Estafet Ilmu. Untuk waktu paling aktif sendiri jatuh pada hari sabtu pada pukul 18:00 WIB – 21:00 WIB.

Kata kunci : *Social Media Marketing*, *Content Marketing*, Instagram @estafet_ilmu.