

## ABSTRAK

Kemajuan media sosial yang terjadi saat ini berdampak pada cara berkomunikasi antara konsumen dan produsen. Media sosial dapat menjadi sarana untuk memasarkan suatu produk atau biasa disebut sosial media marketing. Melalui sosial media marketing ini, produsen dapat dengan mudah memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Namun, untuk menarik perhatian serta daya minat konsumen terhadap produk maka diperlukan konten-konten menarik yang dapat diunggah di media sosial salah satunya Instagram. Instagram merupakan sebuah media sosial yang masuk kedalam kategori picture sharing yang dimana unggahannya berupa foto atau video dengan caption. PT. Telekomunikasi Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi Indonesia. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan konten media sosial Instagram PT. Telekomunikasi Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi dan traingngulasi. Data yang telah didapat dianalisis keabsahannya dengan menggabungkan jawaban dan mengambil kesimpulan dari hasil wawancara dengan informan.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa media sosial instagram yang dikembangkan oleh penulis dengan nama akun @telkomjabar memiliki konten yang menarik serta informatif. Dengan adanya pengembangan konten ini, *accounts reach* instagram @telkomjabar mencapai 93,4k dan *accounts engaged* mencapai 5,9k.

**Kata kunci:** Media sosial, pengembangan konten media sosial instagram.