

ABSTRAK

Saat ini internet sudah berkembang dengan pesat. Saat ini, banyak negara yang berlomba-lomba untuk berusaha memenuhi dan memperluas jangkauan internet menggunakan satelit. Disisi lain, industri teknologi juga berpacu untuk mengembangkan jaringan. Mulai dari 2G, 3G, 4G, dan kini sudah mencapai 5G. Internet sudah sangat melekat di kehidupan manusia saat ini. Hampir semua orang dari berbagai kalangan usia, mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa akrab dengan internet. Hal ini dikarenakan internet mampu menghubungkan seluruh dunia secara *real time*. Pertumbuhan internet yang sangat cepat bisa dimanfaatkan oleh perusahaan atau organisasi untuk branding dan memberikan informasi kepada audiens yaitu melalui platform media sosial agar memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perancangan, penerapan dan evaluasi *content marketing* di media sosial Instagram Prodi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Telkom. Data dikumpulkan melalui metode observasi pada media sosial Instagram pesaing prodi lain, dan wawancara terhadap informan internal perusahaan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dengan menggunakan penelitian deskriptif, perlu dilakukan analisis objek suatu penelitian, mendeskripsikan temuan-temuan penelitian berdasarkan data-data yang dianalisis dan kemudian dilakukan penelitian secara mendetail.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perancangan konten marketing diperlukan untuk meningkatkan interaksi dan *insight* pada akun instagram @d3digitalmarketing_telu. Selain itu perusahaan harus terus memposting konten yang menarik dan konsisten. Hal ini diperlukan untuk meningkatkan interaksi dengan audiens dan juga meningkatkan *insight* pada instagram.

Kata Kunci: Internet, Media Sosial, Konten *Marketing*, Instagram @d3digitalmarketing_telu