

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang cukup pesat menjadi salah satu acuan banyaknya *startup* bermunculan. Dengan didukung oleh program gerakan nasional 1000 *Startup Digital*. Dalam upaya bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, TelkomGroup mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*). Salah satunya dengan menghadirkan Lab Inovasi Korporat yang biasa dikenal dengan nama Digital Amoeba sebagai wadah inovasi untuk karyawannya membuka peluang bisnis baru untuk Indonesia. saat ini sudah ada 597 startup yang diinkubasi salah satunya Level Up by Telkom Indonesia Tantangan utama Startup yang baru adalah meningkatkan *brand awareness* di kalangan konsumen melalui promosi pada media sosial. Strategi promosi di media sosial dengan konsep *soft selling*, manajemen konten yang terukur, desain dan *copywriting* yang baik adalah kunci untuk meningkatkan *account reach* dan *engagement* pada akun Instagram Level Up.

Projek akhir ini bertujuan untuk menguji efektivitas promosi di media sosial dengan menggunakan *tools* dan strategi manajemen konten dalam meningkatkan *insight* Instagram melalui pembuatan konten yang menarik dan relevan dengan ciri khas desain, Bahasa dan warna yang menarik, sehingga mampu meningkatkan *brand awareness* Level Up.

Hasil dari projek akhir ini menunjukkan bahwa strategi manajemen media sosial yang efektif dapat meningkatkan *engagement* dengan jumlah tertinggi dibulan Januari sebesar 20%, *account reach* dengan jumlah tertinggi pada bulan Februari sebesar 25.000 akun. Hal ini dapat memperkuat *brand awareness* melalui ciri khas Bahasa atau visual desain yang menarik. Dengan adanya proyek akhir ini dapat diartikan *social media marketing* sangat berguna bagi perusahaan untuk *branding* dan melakukan promosi yang menjangkau lebih luas lagi.

Kata Kunci : Social media Marketing, Manajemen konten, Engagement, Account Reach, Brand awareness