

ABSTRAK

Dalam rangka menerapkan keterbukaan informasi publik sebagai lembaga pemerintah yang memberikan pelayanan terhadap publik, Balai Diklat Industri Denpasar memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi pemasaran untuk memasarkan salah satu program yang dimiliki yaitu program Inkubator Bisnis. Penerapan *Social Media Marketing* melalui media sosial *instagram*, *facebook*, dan *whatsapp* dianalisis dengan menggunakan konsep elemen penting yang menjadi variabel keberhasilan penerapan *Social Media Marketing* menurut Gunelius yaitu *Content Creation*, *Content Sharing*, *Connecting*, dan *Community Building*. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis mengenai penerapan *Social Media Marketing* yang dilakukan Balai Diklat Industri Denpasar untuk mempromosikan program inkubator bisnis di Bali berdasarkan empat elemen penting tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme karena peneliti ingin meneliti secara mendalam terkait topik tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Balai Diklat Industri Denpasar telah menerapkan empat elemen penting yang menjadi keberhasilan *Social Media Marketing*, yaitu *Content Creation*, *Content Sharing*, *Connecting*, dan *Communtty Bulding*. Namun, penerapan di ketiga media sosial tersebut masih belum seimbang dan pemanfaatan fitur yang digunakan di setiap media sosialnya juga belum terlalu maksimal.

Kata Kunci: Social Media Marketing, pelayanan publik, inkubator bisnis