

ABSTRAK

Saat ini segala macam kegiatan yang dilakukan manusia tidak lepas dari penggunaan teknologi dan internet, dengan *corona virus* yang masih berkembang hingga saat ini menyebabkan penggunaan internet terus meningkat. Banyaknya fitur dan berbagai keunggulan serta keuntungan yang ada di internet, membuat dunia pemasaran turut berkembang. Kini dengan memanfaatkan internet, pemasaran digital tidak lagi sebatas iklan yang terpampang di *billboard*, muncul di televisi atau hanya berupa iklan yang berisi suara di radio. Media sosial adalah salah satu *platform* yang paling banyak digunakan dan digemari untuk mengimplementasikan kegiatan pemasaran digital, salah satu keuntungan yang didapat dari media sosial adalah dapat meningkatkan *brand awareness* dari produk yang ditawarkan, selain itu biaya promosi juga jauh lebih murah. *Facebook* sendiri menjadi fokus utama dalam *campaign Social Media Marketing* karena mempertimbangkan media sosial yang paling banyak dipakai oleh target konsumen yang akan dituju. PT. Telkom Indonesia, Tbk adalah perusahaan jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pembuatan akun dan konten marketing melalui media sosial *Facebook* Telkom Solok. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif terapan dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dokumentasi, dan triangulasi. Data yang telah didapat dianalisis keabsahannya dengan menggabungkan jawaban dan mengambil kesimpulan dari hasil wawancara dengan informan. Pada akun *Facebook* Plasa Telkom Solok jumlah teman telah mencapai 104 akun dan terdapat 9 konten yang telah diimplementasikan, dengan jumlah total 10 suka dan 6 komentar pada seluruh postingan, 50 tayangan pada postingan video, serta 12 total suka dan 12 akun yang menjadi *followers* dari *Facebook Pages* Indohome Solok. Plasa Telkom Solok pada awalnya tidak memiliki akun media sosial, sehingga penulis membuat akun *Facebook* dengan nama penguuna Telkom Solok, dengan pembuatan akun ini diharapkan dapat menjangkau lebih banyak calon pelanggan dan meningkatkan penjualan. Namun mengingat waktu yang terbatas sehingga konten yang dibuat tidak cukup banyak dan respon dari *followers* belum memenuhi harapan. Saran bagi perusahaan adalah agar dapat menggunakan dan memanfaatkan akun *Facebook* yang telah dibuat sebagai media promosi digital dan bagi penelitian selanjutnya agar membuat dan mengunggah lebih banyak konten pada *Facebook Pages* agar dapat dilihat dengan detail *insight* dari konten yang diunggah.

Kata Kunci : internet, pemasaran, media sosial, facebook.