

ABSTRAK

Berbagai sektor usaha di Indonesia kini sudah banyak menggunakan sosial media khususnya Instagram untuk mempromosikan produk ataupun jasa secara maksimal. Dengan menggunakan Instagram para pelaku usaha dapat memaksimalkan pemasarannya dengan memanfaatkan seluruh fitur yang terdapat pada Instagram. Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi salah satunya dilakukan oleh Science Center. Science Center merupakan sebuah objek wisata edukasi milik pemerintah Kabupaten Bandung, dibawah naungan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui perancangan konten *social media marketing*, penerapan konten *social media marketing*, dan hasil evaluasi penerapan konten *social media marketing* pada Instagram @sciencecenter_kabbdg. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan konten *social media marketing* pada Instagram @sciencecenter_kabbdg dilihat dari hasil *insight*, efektif dilakukan karena konten yang dibagikan menjangkau lebih banyak orang, baik itu *followers* maupun *non-followers* yang secara tidak langsung bisa mengetahui dan mengenal Science Center.

Kata Kunci : *Social Media Marketing, Konten Marketing, Instagram*