

ABSTRAK

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk adalah Badan usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Telkom Balei Merah Putih (Witel Sumut) memperluas jangkauan pemasaran produk dan layanan menjadi pemasaran *digital* melalui Instagram, melalui Instagram memudahkan konsumen melakukan interaksi dan info mengenai produk dan layanan. Dengan adanya Instagram @witelsumut perlu adanya pembuatan konten *marketing* untuk mempromosikan produk dan layanan Telkom sehingga diharapkan penjualan meningkat di setiap harinya.

Tujuan penulisan ini untuk mengetahui bagaimana perencanaan *content marketing*, pelaksanaan *content marketing* dan evaluasi pembuatan *content marketing*. Penulisan ini bersifat kualitatif studi deskriptif yang menggambarkan dan memaparkan situasi dan kondisi yang sebenarnya biasanya bersifat naratif (banyak kata-kata) dan alamiah (natural). Data dikumpulkan melalui metode wawancara, observasi pada sosial media Instagram produk serupa dan studi pustaka terhadap dokumentasi data internal perusahaan.

Hasil penulisan menjelaskan tahapan mulai dari perencanaan *content marketing*, pelaksanaan *content marketing* sampai pada tahap evaluasi *content marketing* yang telah dibuat. Terdapat 5(lima) poin karakteristik *content marketing* diantaranya adalah mendidik, menghibur, mengajak, *Storytelling* dan berbagi. Dilihat dari Instagram *insight* bahwa pemasaran *digital* melalui Instagram ini sangat bermanfaat dan berguna bagi perusahaan, dilihat dari konsumen yang berlangganan layanan IndiHome dan bergabung menjadi sobatIndiHome melalui *direct message* Instagram @witelsumut.

Kata kunci : *Social Media Marketing*, *Konten Marketing*, Instagram @witelsumut.