

ABSTRAK

Tingginya penggunaan media sosial di Indonesia membuka peluang bagi perusahaan dalam memudahkan interaksi dengan audiesnya melalui konten-konten yang disebar. Penerapan strategi *digital content marketing* berperan penting dalam meningkatkan *engagement* pada media sosial. Penelitian ini membahas strategi pemasaran konten digital terkait platform komunitas yang dikembangkan oleh PT Telkom Indonesia melalui Program Digital Amoeba yang diterapkan pada akun Instagram @eventeer.id. Tujuan utama penelitian ini adalah meningkatkan *engagement* melalui konten kreatif, relevan, dan terstruktur. Teori dan konsep yang digunakan dalam perancangan karya ini adalah teori komunikasi pemasaran, *digital marketing*, *The Circular Model of SoMe*, media sosial, dan Instagram. Metodologi yang digunakan mencakup observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan tahapan perancangan *editorial plan*, *content plan*, produksi, hingga evaluasi konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan *engagement* yang signifikan, dengan kenaikan *account reach* sebesar 4.755% dan *profile activity* meningkat 1.068% selama periode perancangan (September–Desember 2024). Penelitian ini mengungkapkan bahwa kombinasi konten informatif dan persuasif yang didukung oleh visual menarik serta optimalisasi fitur Instagram, seperti *feeds*, *reels* dan *stories*, berkontribusi dalam meningkatkan interaksi yang memperkuat hubungan antara *brand* dan audiens serta mendukung peningkatan *engagement* akun @eventeer.id.

Kata Kunci : *Digital Content Marketing*, Instagram, *Engagement*, Eventeer, *The Circular Model of SoMe*