

ABSTRAK

Laporan magang ini berjudul “Tinjauan Mengenai Pemasaran melalui Sosial Media Instagram di CoE Smart City pada Tahun 2024-2025”. Tujuan dari penyusunan laporan ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis pelaksanaan kegiatan pemasaran digital melalui platform Instagram yang dilakukan Center of Excellence Smart City. Magang dilaksanakan selama dua semester, di mana penulis terlibat secara langsung dalam berbagai aktivitas pemasaran digital, seperti pembuatan konten, perencanaan jadwal unggahan, penyusunan *caption*, serta pemantauan interaksi audiens. Metode yang digunakan dalam laporan ini adalah metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media pemasaran terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas program-program CoE Smart City kepada masyarakat umum. Strategi konten yang diterapkan bersifat edukatif, informatif, dan interaktif, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui kegiatan magang ini, penulis memperoleh pengalaman praktis dalam bidang pemasaran digital dan memahami pentingnya optimalisasi media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi dalam pengembangan konsep *Smart City*.

Kata Kunci: *Pemasaran Digital, Media Sosial, Instagram, CoE Smart City, Strategi Konten, Komunikasi Digital.*