

## ABSTRAK

Konten merupakan hal utama yang perlu dicantumkan dalam Media Sosial. Konten juga dapat dijadikan sebagai medium untuk pemasaran produk perusahaan, salah satunya adalah perusahaan Mizzleisme. Mizzleisme adalah salah satu *online shop* yang bergerak di bidang *fashion*, mizzleisme aktif di Media Sosialnya yaitu Instagram. Perancangan konten yang terstruktur dan sistematis akan memudahkan *costumer* dalam mendapatkan informasi dan menjadikan perusahaan diminati oleh masyarakat sehingga memberikan nilai plus terhadap perusahaan. Dalam penelitian ini penulis ingin melihat bagaimana konten dikelola, dibuat, hingga diproduksi dengan mengacu pada konsep *UX design*. Hal ini dikarenakan konten yang tersebar di Instagram sangat beragam dan setiap konten yang diposting oleh sebuah perusahaan dibutuhkan riset *costumer* agar informasi dapat diterima sesuai dengan persepsi dan sensasi yang diinginkan, dan dapat mencapai sebuah keefektifitasan dalam proses produksi konten. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus yang mengacu pada teori *Message Design Logic* (Logika Desain Pesan) yang dikemukakan oleh Barbara O'Keefe, Teori *Social Media* (Media Sosial) yang dijelaskan oleh Franziska Iseli dan Model *UX Design* oleh Jesse James Garrett. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa strategi pengelolaan konten yang dibangun menggunakan konsep *User Experience Design* dapat menciptakan keefektifitasan dalam bekerja.

**Kata kunci :** Pengelolaan konten, *UX Design*, Media Sosial