

ABSTRAK

Dinas Komunikasi dan Informatika kota Bandung membuat sebuah *website* dengan nama Bandung Smart City. *Website* Bandung Smart City membutuhkan sebuah konten yang dapat mempromosikan dan menginformasikan program-program unggulan kota Bandung. Oleh karena itu, proyek akhir ini bertujuan untuk membuat sebuah konten media sosial melalui *website* dan kanal YouTube Bandung Smart City. Dalam pembuatan konten media sosial menggunakan metodologi *Design Thinking*. Hasil pengujian menunjukkan adanya respons positif dari masyarakat terhadap konten yang telah dipublikasikan. Dalam pengujian dari **99** poster dan **10** video dari *website* dan kanal YouTube Bandung Smart City, didapatkan data *views* mencapai **3.861**, *like* mencapai **1.041**, dan komentar mencapai **70** di *website* Bandung Smart City, dan pada kanal YouTube Bandung Smart City didapatkan *views* **580**, dan *like* **27**.

Kata Kunci: Bandung Smart City, konten, media sosial, *Design Thinking*