

ABSTRAK

Tantangan bagi perusahaan saat ini adalah memperkenalkan produknya di era digital. Menjawab tantangan tersebut, APILOGY sebagai produk bisnis berbentuk *marketplace* API di bawah naungan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, melakukan pengelolaan konten Instagram secara optimal. Namun dalam pelaksanaannya terjadi beberapa kendala seperti kurangnya variasi konten dan ketidakmampuan dalam manajemen konten. Oleh karena, APILOGY menyadari akan kebutuhan terhadap segala informasi semakin tinggi dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai strategi untuk mengelola konten. Perancangan karya ini menggunakan beberapa teori antara lain teori komunikasi, AIDA (*Attention, Interest, Desire, and Action*), media sosial instagram, fitur konten instagram dan produksi konten. Data primer digunakan dalam perancangan karya ini didapatkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan untuk data sekunder penulis melakukan studi ilmiah melalui jurnal, website dan artikel yang kredibel. Proses pengelolaan konten Instagram @apilogy.id dilakukan selama 4 bulan, dimulai pada bulan September - Desember 2023. Perancangan karya ini meliputi kegiatan pra produksi meliputi identifikasi saluran, strategi konten dan identifikasi audiens, produksi meliputi *social media plan*, konsep skenario, *copywriting*, visualisasi konten dan *tapping* dan pasca produksi meliputi *review*, revisi, *uploading*, evaluasi dan analisis konten. Melalui kegiatan tersebut penerapan strategi pengelolaan konten oleh APILOGY ditujukan untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap produk dan fitur yang disediakan oleh APILOGY.

Kata Kunci : AIDA, Komunikasi, Konten, Sosial media Instagram