

ABSTRAK

PT Beema Boga Arta, salah satu perusahaan yang menjual produk madu, menggunakan media sosial sebagai cara untuk membagikan informasi kepada para pelanggannya, dengan nama pengguna @beemahoney.id. PT Beema Boga Arta memaksimalkan media digital sebagai salah satu alat pemasaran produknya, sehingga konsumen bisa lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Tujuan dari perancangan karya ini adalah untuk memaparkan bagaimana kegiatan-kegiatan sosial media Instagram @beemahoney.id dalam merencanakan konten untuk meningkatkan engagement yang dilakukan PT Beema Boga Arta yang berfokus pada peningkatan engagement Madu Beema Honey di PT Beema Boga Arta dalam kurun waktu 4 bulan dari September 2023 – Desember 2023. Adapun hasil yang diperoleh ialah media social Instagram @beemahoney.id menggunakan model komunikasi yang di kembangkan oleh Regina Ruttrell (2015) yaitu The Circular model of SoMe untuk merancang strategi konten pada akun Instagram @beemahoney.id dalam meningkatkan engagement. Penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi konten yang dirancang oleh PT Beema Boga Arta melalui akun Instagram @beemahoney.id dalam kurun waktu September 2023 – Desember 2023 telah terbukti berhasil dalam meningkatkan engagement.

Kata kunci: *Engagement, Instagram, PT Beema Boga Arta, The Circular model of SoMe*