ABSTRAK

Digital Business and Technology merupakan satu-satunya divisi dari Direktorat Digital Business Telkom Indonesia. Dengan total karyawan sekitar 1.000 orang, DBT memiliki platform media sosial sebagai media komunikasi yang bertujuan memperkuat engagement, menyampaikan informasi strategis, dan membangun citra positif DBT, baik di kalangan karyawan maupun publik, dengan nama pengguna @lifeatdbt. Tujuan dari perancangan karya ini adalah untuk memaparkan bagaimana kegiatan-kegiatan sosial media Instagram @lifeatdbt dalam perancangan konten untuk meningkatkan engagement yang dilakukan DBT terhadap karyawan dan berfokus pada peningkatan engagement dalam kurun waktu 4 bulan dari September 2024 – Desember 2024. Adapun hasil yang diperoleh ialah media sosial Instagram @lifeatdbt menggunakan model komunikasi The Circular model of SoMe untuk merancang konten pada akun Instagram @lifeatdbt dalam meningkatkan engagement. Perancangan karya ini mengungkapkan bahwa konten yang dirancang oleh Tim Secretary and communication DBT melalui akun Instagram @lifeatdbt dalam kurun waktu September 2024 – Desember 2024 telah terbukti berhasil dalam meningkatkan engagement.

Kata kunci: *Engagement, Instagram, Media Sosial, The Circular model of SoMe*