

ABSTRAK

Perusahaan Panasonic merupakan perusahaan Jepang produsen produk elektronik kelas dunia yang secara khusus melayani kebutuhan pelanggan bisnis dan industri umum. *Instagram* dan *TikTok* merupakan platform media sosial populer dengan pertumbuhan pengguna yang pesat, dan Perusahaan Panasonic menyadari pentingnya media sosial dapat menghadirkan peluang besar. Metodologi yang digunakan untuk mengembangkan konten sosial media *Instagram* dan *TikTok* pada Perusahaan Panasonic yaitu analisis data sosial media berdasarkan dari *engagement* seperti *like* dan *comment*, pengembangan strategi konten, pengembangan visualisasi. Proses Pembuatan konten melibatkan tahap perencanaan, dan produksi. Konten yang dirancang menghasilkan lebih dari 20 *video* konten yang memiliki fokus pada promosi produk, acara besar perusahaan, edukasi, dan interaksi dengan konsumen dengan strategi konten yang terencana dan bervariasi mampu meningkatkan jumlah pengikut sebanyak 12 follower berdasarkan konten yang dibuat, interaksi dengan customer di media sosial. Terdapat hasil konten yang memiliki *engagement* yang cukup tinggi sebanyak 3 konten *video* yang memberikan sebuah tips mengenai produk Panasonic dan konten *video* yang dapat dilihat dari *like*, *comment*, dan *view* yang memiliki rata-rata jumlah lebih dari 3000 penonton.

Kata Kunci: Sosial Media, Strategi Konten, dan Visualisasi.