

ABSTRAK

PT Jakarana Tama, perusahaan terkemuka di industri makanan dan minuman, menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan akun Instagram Gaga 100 Extra Pedas karena kurangnya produksi konten yang bervariasi. Laporan proyek akhir ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah dan kualitas konten di akun Instagram tersebut guna memperluas audiens, memperkuat citra merek, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Metode yang digunakan adalah pendekatan design thinking, yang meliputi lima tahapan: empati, definisi, ideasi, prototipe, dan pengujian. Tahap empati dilakukan dengan menganalisis target audiens (Gen Milenial dan Gen Z) dan menentukan pilar konten utama seperti Spicy Pedia, Spicy Fun Fact, Spicy Carnival, dan Huhah Challenge. Pada tahap definisi, identifikasi masalah mencakup kurangnya produksi konten dan desain konten yang kurang menarik. Tahap ideasi menghasilkan solusi desain seperti pemilihan warna, tipografi, dan layout yang sesuai dengan tren saat ini. Implementasi dilakukan dengan membuat prototype desain final, termasuk poster, video reels, dan stories. Tahap testing menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengikut, profil yang dikunjungi, dan interaksi audiens. Penerapan pengembangan konten berhasil meningkatkan daya tarik visual dan efektivitas konten. Pengembangan konten Instagram untuk Gaga 100 Extra Pedas menunjukkan hasil positif dengan peningkatan visual melalui desain baru, seperti penggunaan warna beragam, tipografi menarik, dan layout konsisten. Pilar konten seperti Spicy Pedia, Spicy Fun Fact, Spicy Carnival, dan Huhah Challenge efektif menarik audiens. Hasilnya, profil mengalami peningkatan kunjungan hingga 192.4 ribu, penonton meningkat menjadi 3.6 juta, dan jumlah konten per bulan bertambah dari 24 menjadi 34, dengan total 371 konten. Ini mencerminkan peningkatan keterlibatan audiens dan visibilitas merek yang signifikan.

Kata kunci : Instagram, Gaga 100 Extra Pedas, Pengembangan Konten, Design Thinking, Konten Media Sosial, Gen Milenial, Gen Z.