

ABSTRAK

Museum Sri Baduga merupakan salah satu instansi pemerintah pada bidang pusat pembelajaran sejarah dan budaya. Museum Sri Baduga memiliki media sosial Instagram dengan nama pengguna @sribaduga1980. Museum Sri Baduga saat ini belum memanfaatkan media sosial dengan optimal sebagai media edukasi. Sehingga hal ini menjadi tantangan bagi Museum Sri Baduga untuk tetap relevan ditengah penggunaan media sosial yang tinggi oleh masyarakat. Tujuan dari perancangan karya ini adalah untuk mengoptimalkan atau memaksimalkan media sosial Instagram Museum Sri Baduga melalui konten. Melalui rencana konten, perancangan karya dapat dilakukan secara terencana dan tepat waktu. Perancangan karya ini dilakukan dalam kurun periode Agustus 2024 – Januari 2024. Hasil yang diperoleh pada perancangan karya ini adalah media sosial Instagram Museum Sri Baduga @sribaduga1980 menggunakan teori komunikasi visual dan *copywriting* dalam proses perancangan karya. Perancangan karya ini mengungkapkan bahwa strategi perancangan konten yang dibuat berhasil mengunggah konten edukasi serta mempunyai rencana konten yang dapat dimanfaatkan untuk rencana konten kedepannya.

Kata Kunci: Konten, Instagram, Museum Sri Baduga, Komunikasi Visual, *Copywriting*