

ABSTRAK

PT Total Logistics, perusahaan yang bergerak di industri logistik, menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan akun Instagram Total Logistics karena kurangnya produksi konten yang bervariasi. Laporan proyek akhir ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah dan kualitas konten di akun Instagram tersebut guna memperluas audiens dan meningkatkan interaksi dengan calon pengguna. Metode yang digunakan adalah multimedia development life cycle, yang meliputi : konsep, desain, pengumpulan bahan, pembuatan, pengujian, dan distribusi. Pada tahap konsep menentukan tujuan dan target audiens (Gen Milenial dan Gen Z). Pada tahap desain, membuat spesifikasi yang meliputi pemilihan warna, tipografi, dan layout yang sesuai dengan tren saat ini. Pada pengumpulan bahan, pemilihan area pengambilan gambar sesuai dengan konsep yang dibuat. Pada pembuatan, meliputi dari tahap desain dan pengumpulan bahan. Pada pengujian, diharapkan untuk sesuai dengan ide konsep yang sudah di rencanakan. Pada distribusi, hasil akan di simpan melalui media penyimpanan. Hasilnya, dengan kurun waktu 90 hari profil mendapatkan jumlah penonton 474,574 ribu dan jumlah konten per bulan bertambah dari 14 menjadi 26, dengan total 182 konten. Ini mencerminkan peningkatan keterlibatan audiens dan visibilitas merek yang signifikan.

Kata kunci : Instagram, LinkedIn, Pengembangan Konten, Multimedia Development Life Cycle, Konten Media Sosial, Gen Milenial, Gen Z.