

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama melalui media sosial, telah membawa perubahan signifikan dalam cara individu dan organisasi berinteraksi dengan audiensnya. Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan memiliki potensi besar untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan penggunanya. Namun, dengan banyaknya konten yang bersaing di platform ini, diperlukan strategi komunikasi yang kreatif dan edukatif agar pesan dapat diterima dengan efektif. Penelitian ini bertujuan untuk merancang copywriting yang edukatif dan kreatif untuk meningkatkan customer engagement di Instagram AGAVI Institute PT AGAVI (Agritama Sinergi Inovasi). Metode yang digunakan meliputi analisis konten yang ada, pengembangan konsep copywriting, serta uji coba penerapan pada konten Instagram AGAVI Institute. Fokus utama dalam perancangan ini adalah bagaimana menciptakan copywriting yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan relevan bagi audiens. Dalam hal ini, teori customer engagement dan komunikasi persuasif digunakan sebagai dasar untuk merancang pesan yang mampu membangun hubungan emosional dengan audiens dan mendorong partisipasi aktif. Hasil dari perancangan karya ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan interaksi pengguna di Instagram AGAVI Institute dan menjadi referensi untuk pengembangan strategi komunikasi digital di masa depan.

**Kata Kunci:** AGAVI Institute, *copywriting*, Instagram, PT AGAVI.