

ABSTRAK

Tugas Akhir ini membahas pembuatan konten dan menganalisis perbandingan pengaruhnya terhadap pertumbuhan beberapa akun media sosial yang dikelola PT. Osindo Bahagia Bersama dari empat industri yang berbeda. Tujuan Tugas Akhir ini adalah meningkatkan pertumbuhan akun media sosial dengan mengoptimalkan dalam pembuatan konten berbasis pendekatan Design Thinking (*empathize, define, ideate, prototype, dan testing*), dengan fokus pada konsistensi visual, identitas dan karakteristik brand, dan relevansi terhadap tren. Analisis pertumbuhan akun menggunakan indikator *engagement rate* (ER) terhadap konten untuk mengevaluasi efektivitas konten. Hasil menunjukkan peningkatan ER yang signifikan pada sebagian besar akun, meskipun belum mencapai standar ideal industri (*engagement rate* 5%) secara konsisten. Saran perbaikan mencakup penambahan konten interaktif seperti polling, kuis, dan tanya-jawab untuk meningkatkan interaksi audiens.

Kata Kunci: Konten, Media Sosial, Design Thinking, Engagement