

**IMPLEMENTASI *CONTENT PLAN* YANG TEPAT UNTUK MENINGKATKAN
BRAND ENGAGEMENT PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @DYNAMIXIDN
SEMEN DYNAMIX
DI JAKARTA**

Naufal Rakha N
Manajemen Pemasaran

Pembimbing :
Indarini
Grace Felicia Djayapranata

ABSTRAK

Laporan ini menganalisis permasalahan dalam pengelolaan media sosial Instagram @dynamixidn milik Semen Dynamix yang menghadapi tantangan dalam meningkatkan keterlibatan audiens. Meskipun perusahaan telah melakukan transformasi digital, performa media sosialnya masih belum optimal, dengan *Engagement Rate* yang fluktuatif dan di bawah target. Masalah ini disebabkan oleh kurangnya perencanaan konten yang terstruktur, inkonsistensi visual, serta minimnya interaksi dengan pengikut. Untuk mengatasi hal tersebut, dilakukan penerapan strategi *content plan* secara sistematis dengan meningkatkan variasi konten, konsistensi visual, serta pemanfaatan fitur Instagram seperti *Stories*, *Reels*, dan *Live*. Langkah strategis juga melibatkan kolaborasi dengan tim *Branding & Marketing* serta dukungan mahasiswa magang kreatif. Evaluasi kinerja dilakukan melalui analisis *Engagement Rate*, jangkauan, serta interaksi *real-time*. Hasil dari penerapan strategi ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterlibatan audiens, penguatan *brand awareness*, dan optimalisasi akun Instagram sebagai kanal komunikasi digital Semen Dynamix di industri konstruksi nasional.

Kata kunci: Instagram, *Content Plan*, *Social media Marketing*, *Engagement*, Semen Dynamix.

**IMPLEMENTATION OF AN EFFECTIVE CONTENT PLAN TO INCREASE
BRAND ENGAGEMENT ON INSTAGRAM @DYNAMIXIDN OF
CEMENT DYNAMIX
IN JAKARTA**

Naufal Rakha N
Marketing Management

Pembimbing :
Indarini
Grace Felicia Djayapranata

ABSTRACT

This report analyzes the issues in managing the Instagram account @dynamixidn owned by Semen Dynamix, which faces challenges in increasing audience Engagement. Although the company has undergone digital transformation, its social media performance remains suboptimal, with a fluctuating and below-target Engagement Rate. These issues stem from the lack of structured Content Planning, visual inconsistency, and minimal interaction with followers. To address these problems, a systematic content plan strategy was implemented by enhancing content variety, visual consistency, and leveraging Instagram features such as Stories, Reels, and Live. Strategic steps also involved collaboration with the Branding & Marketing team and support from creative internship students. Performance evaluation was conducted by analyzing Engagement Rate, Reach, and real-time interactions. The results of this strategy showed significant improvement in audience Engagement, strengthened brand awareness, and optimized the Instagram account as a digital communication channel for Semen Dynamix in the national construction industry.

Keywords: *Instagram, Content Plan, Social media Marketing, Engagement, Semen Dynamix.*