

OPTIMASI KONTEN INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* AUDIENS PADA PT ARTA MEDIA TAMA DI SIDOARJO

Rahmalia Azzahro

Creative Digital Marketing

Andhy Setyawan

Christina R. Honantha

ABSTRAK

Laporan ini bertujuan untuk menganalisis Upaya optimasi konten Instagram dalam meningkatkan *engagement* audiens pada PT Arta Media Tama di Sidoarjo. PT Arta Media Tama merupakan Perusahaan percetakan yang sebelumnya berfokus pada pemasaran konvensional, kemudian mulai memanfaatkan Instagram sebagai media pemasaran digital. Namun, pada tahap awal pemanfaatan Instagram, tingkat *engagement* yang dihasilkan masih tergolong rendah. Selama pelaksanaan praktik kerja lapangan periode Februari hingga Juni 2025, ditemukan bahwa konten yang diunggah masih memiliki kelemahan pada konsistensi visual, perencanaan konten, dan penggunaan *call to action*. Oleh karena itu, dilakukan optimasi melalui peningkatan kualitas visual dan penyusunan kalender konten. Hasil penerapan strategi tersebut menunjukkan adanya peningkatan interaksi audiens yang ditandai dengan meningkatnya jumlah *likes*, *comments*, *shares*, *saves*, serta *engagement rate*.

Kata Kunci: Optimasi konten, Instagram, *engagement*, pemasaran digital

*INSTAGRAM CONTENT OPTIMIZATION TO INCREASE AUDIENS
ENGAGEMENT AT PT ARTA MEDIA TAMA
IN SIDOARJO*

Rahmalia Azzahro

Creative Digital Marketing

Andhy Setyawan

Christina R. Honantha

ABSTRACT

This report aims to analyze Instagram content optimization efforts in increasing audience engagement at PT Arta Media Tama in Sidoarjo. PT Arta Media Tama is a printing company that previously focused on conventional marketing and later began utilizing Instagram as a digital marketing medium. However, at the initial stage of Instagram utilization, the level of engagement generated was still relatively low. During the implementation of the field work practice from February to June 2025, it was found that the uploaded content still had weaknesses in terms of visual consistency, content planning, and the use of call to action. Therefore, content optimization was carried out through improving visual quality and developing a content calendar. The results of the strategy implementation indicate an increase in audience interaction, as reflected by the growth in the number of likes, comments, shares, saves, and engagement rate.

Keywords: content optimization, Instagram, engagement, digital marketing