

RINGKASAN EKSEKUTIF

Optika Lunett merupakan merek kacamata yang menggunakan filosofi dari *Democratizing Eyewear*. Optika Lunett berdiri sejak tahun 2015 berkantor di Jalan Timbul no. 21, Pejaten Barat yang memiliki karyawan 20 orang. Saat ini Optika Lunett melakukan penjualan melalui *website* atau *online* saja dan hanya memiliki satu *stockist* di *Art and Science*. Dengan penjualan yang berpusat pada sistem *online* tentu dibutuhkan ide-ide yang sesuai dengan karakteristik dari Optika Lunett untuk menaikkan *engagement* dari merek ini untuk mencapai target yang sudah ditentukan. Penulis merupakan mahasiswa yang telah selesai melakukan *project improvement* yang memiliki tujuan untuk membantu memperbaiki masalah pada perusahaan dengan melakukan observasi dan pengolahan data pendukung untuk menentukan solusi. Penulis menemukan permasalahan yang terjadi tidak ada standar yang jelas mengenai konten instagram yang memiliki pengaruh besar dalam menaikkan *engagement* Optika Lunett, penulis melakukan internship selama tiga bulan untuk mendalami permasalahan tersebut. Hasilnya Penulis membentuk Instagram yang interaktif dengan cara mengunggah konten yang bersifat *Actionable (inspire customers to take action)*, *Educational (make your customers smarter)*, *Useful*, *Inspirational (make your customers feel better)*, dan *Outrageous (entertain audience)*.

EXECUTIVE SUMMARY

Optika Lunett is an eyewear brand that use a philosophy Democratizing Eyewear. Optika Lunett was founded in 2015 and their office in Jalan Timbul no. 21, Pejaten Barat which has 20 employees. Optika Lunett sells their products via website or online, and only has one stockist in Art and Science. With sales centered on an online system, ideas are needed in accordance with the characteristics of Optika Lunett to increase engagement of this brand to achieve predetermined targets.

The authors are students who has finished doing a project improvement that has the aim to help fix problems in the company by observing and processing supporting data to determine solutions. The authors found the problem that occurred there is no clear standard regarding the content of Instagram that has a big influence in increasing engagement Optika Lunett, the authors conducted an internship for three months to explore the problem. The result is the authors forms an interactive Instagram by uploading content that is Actionable (inspire customers to take action), Educational (make your customers smarter), Useful, Inspirational (make your customers feel better), and Outrageous (entertain audience).