



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*  
Gemas Feby Trifamili  
44319010020

Analisis Pengelolaan *Content Marketing* melalui Instagram untuk Meningkatkan *Brand Equity* Tanamtumbuh Media (Studi Kasus: Akun Instagram @tanamtumbuh.media)

## ABSTRAK

Instansi sebuah media publikasi merupakan salah satu hal yang masyarakat butuhkan untuk memperoleh berbagai macam informasi sesuai dengan kebutuhan masing-masing masyarakat. Sebagai sebuah instansi media, khususnya media publikasi yang memanfaatkan teknologi komunikasi dengan berbagai saluran media online, seperti salah satunya Tanamtumbuh Media, menyadari akan pentingnya penciptaan keuntungan untuk membuat konten yang berbeda dari media publikasi online lainnya. Tanamtumbuh Media menciptakan sebuah fokus konten yang menyajikan seni dan desain secara masal di Indonesia dengan penyajian visual yang autentik, *simple*, dan *minimalist*, serta *copy visual* menggunakan bahasa Indonesia yang baku namun tetap mudah dimengerti oleh khalayak.

Dalam penelitian ini menggunakan konsep komunikasi pemasaran terpadu, *brand equity*, dan *brand activation*. Peneliti menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif sebagai teknik analisis data pada pengkajian media publikasi online, yakni Tanamtumbuh Media dalam meningkatkan *brand equity* melalui media sosial Instagram. Peneliti menganalisis menggunakan paradigma post positivisme dengan sumber data primer dan sekunder yang diperoleh melalui hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, dan melakukan analisis data menurut Miles dan Huberman serta mengecek keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

*Brand equity* yang diciptakan oleh Tanamtumbuh Media ditunjukkan dengan menyajikan sebuah konten marketing mengenai seni dan desain secara masal di Indonesia yang dikemas dengan penyajian yang autentik dan *minimalist* dengan didukung oleh *copy visual* yang mudah dipahami. *Brand equity* dari

Tanamtumbuh Media sendiri tidak terlepas dari adanya penunjang sebuah saluran media yang mencakup khalayak luas, yakni seperti media sosial Instagram yang merupakan *brand activation* bagi Tanamtumbuh Media sebagai media sosial yang mendominasi dalam hal publikasi konten marketingnya.

**Kata-kata Kunci:** *Brand Equity, Brand Activation, Tanamtumbuh Media.*





*Mercu Buana University  
Faculty of Communication  
Field of Study Advertising & Marketing Communication  
Gemas Feby Trifamili  
44319010020*

*Analysis of Managing Content Marketing via Instagram to Increase  
Tanamtumbuh Media's Brand Equity (Case Study: Instagram Account  
@tanamtumbuh.media)*

### **ABSTRACT**

*The installation of a publication media is one of the things that people need to obtain various kinds of information according to the needs of each community. As a media institution, especially media publications that utilize communication technology with various online media channels, such as one of them, Tanammbuh Media, realizes the importance of creating profits to create content that is different from other online publication media. Tanamtumbuh Media creates a content focus that presents art and design en masse in Indonesia with an authentic visual presentation, simple, and minimalist, as well copy visual using standard Indonesian but still easy to understand by the public.*

*In this study using the concept of integrated marketing communications, brand equity, and brand activation. Researchers used the case study method with a qualitative descriptive approach as a data analysis technique in the study of online publication media, namely Tanamtumbuh Media in improving brand equity via social media Instagram. Researchers analyzed using the post-positivism paradigm with primary and secondary data sources obtained through interviews, observation, and documentation, and conducted data analysis according to Miles and Huberman and checked the validity of the data using source triangulation.*

*Brand equity which was created by Tanamtumbuh Media is shown by presenting a mass marketing content regarding art and design in Indonesia which is packaged in an authentic and minimalist presentation supported by copy visual easy to understand. Brand equity of Tanammbuh Media itself is inseparable from the support of a media channel that covers a wide audience, namely social media such as Instagram which is brand activation for Tanammbuh Media as social media that dominates in terms of publishing marketing content.*

**Key Words:** *Brand Equity, Brand Activation, Tanamtumbuh Media.*