



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Periklanan  
Sarah Zania Yusanti  
44316120009

Strategi Konten Kreatif MicroAd Indonesia di Instagram Prodia Untuk Mendorong Ketertarikan Konsumen (Studi Kasus: *Rejuvenate Content 2019*)

Jumlah Halaman : 5 BAB 97 Halaman + Lampiran

Bibliografi : 35 Acuan, 2010-2019

## ABSTRAK

MicroAd Indonesia merupakan *digital advertising agency* yang menangani instagram Prodia untuk mendorong ketertarikan konsumen di dunia digital pada tahun 2019 dengan mengusung konsep *rejuvenate content* (pembaharuan konten) dengan gaya bahasa yang mudah dipahami dan visual yang representatif dan menarik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami strategi konten kreatif (*rejuvenate content*) yang dilakukan MicroAd Indonesia dalam pembuatan konten di instagram Prodia agar dapat memberikan manfaat dan membuat masyarakat lebih peka terhadap kesehatan pada tahun 2019.

Peneliti menggunakan teori yang dapat mendukung penelitian ini. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi pemasaran, teori pemasaran digital, teori media sosial, teori SOSTAC Plan, Teori Perilaku Konsumen, dan teori AISAS.

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Konstruktivis, dengan tujuan untuk melibatkan subjek wawancara sebagai faktor sentral untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi konten kreatif komunikasi pemasaran MicroAd Indonesia di *platform* digital (instagram Prodia). Metode yang digunakan adalah metode penelitian studi kasus kualitatif dengan proses teknik pengumpulan data melalui wawancara dari beberapa narasumber terkait, serta didukung dengan observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi konten kreatif yang diterapkan untuk mendorong ketertarikan konsumen dengan menggunakan konten yang membahas mengenai tema kesehatan dalam kehidupan sehari-hari dengan gaya penyampaian pesan yang lebih ramah dan visual yang representatif serta menarik dapat meningkatkan ketertarikan konsumen untuk berinteraksi dengan Prodia melalui instagram.

Kata kunci: *Digital Marketing*, Strategi konten kreatif, *Social Media*, Instagram, *SOSTAC Plan*, AISAS.



Mercu Buana University  
faculty of Communication  
Field of Communication Marketing and Advertising Studies  
Sarah Zania Yusanti  
44316120009

MicroAd Indonesia's Creative Content Strategies on Prodia's Instagram to Encourage Consumer Interest (Case Study: Rejuvenate Content 2019)

Number of Pages : 5 CHAPTER 97 Pages + Appendices

Bibliography : 35 References, 2010-2019

### ABSTRACT

MicroAd Indonesia is a digital advertising agency that handles Prodia's Instagram to encourage consumer interest in the digital world in 2019 by carrying out the concept of rejuvenate content with a style that is easy to understand and visually representative and interesting.

The purpose of this research is to understand the creative content strategy (rejuvenate content) carried out by MicroAd Indonesia in creating content on the Prodia's Instagram in order to provide benefits and make the community more sensitive to health in 2019.

Researcher use theories that can support this research. The theoretical foundation used in this research is marketing communication theory, digital marketing theory, social media theory, SOSTAC Plan theory, Consumer Behavior Theory, and AISAS theory.

The research paradigm used in this research is Constructivist, with the aim to involve interview subjects as a central factor to find out how to apply MicroAd Indonesia's creative content marketing communication strategies on digital platforms (Prodia's Instagram). The method used is a qualitative case study research method with the process of data collection techniques through interviews from several related sources, and supported by observation and documentation.

The results of this study are creative content strategies implemented to encourage consumer interest by using content that discusses health themes in daily life with a more friendly and visually representative and interesting style of message delivery that can increase consumer interest in interacting with Prodia through Instagram .

Keywords: Digital Marketing, Creative content strategies, Social Media, Instagram, SOSTAC Plan, AISAS.