

## ABSTRAK

Pada era digital yang semakin berkembang, media sosial telah menjadi platform utama dalam strategi pemasaran digital bagi berbagai perusahaan terutama Instagram. Salah satu bentuk *content marketing* yang sedang naik daun adalah video pendek, yang menawarkan cara unik dan menarik untuk menyampaikan pesan pemasaran kepada audiens. Meningkatnya penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran dan kebutuhan perusahaan untuk terus berinovasi dalam menyampaikan konten yang menarik dan relevan. Dalam upaya untuk meningkatkan *engagement* dan interaksi dengan pengguna, Kapanlagi Youniverse memanfaatkan video *short podcast* sebagai salah satu upaya konten digital mereka. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menganalisis video *short podcast* sebagai media komunikasi pemasaran digital. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan tim pemasaran Kapanlagi Youniverse, pengamatan langsung terhadap konten yang diproduksi, serta analisis data *engagement* dari Instagram. Selain itu, penelitian ini juga melibatkan studi literatur terkait tren konten digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video *short podcast* memiliki dampak positif dalam meningkatkan *engagement* pengguna terhadap *brand* Kapanlagi Youniverse. Video *short podcast* terbukti lebih efektif dalam menarik perhatian dan interaksi pengguna dibandingkan dengan bentuk konten lainnya. Hal ini dikarenakan format video yang singkat namun informatif, serta gaya penyampaian yang menarik dan sesuai dengan tren konsumsi konten digital saat ini. Video *short podcast* merupakan media komunikasi pemasaran digital yang efektif untuk digunakan pada platform Instagram. Penggunaan video *short podcast* mampu meningkatkan *engagement* pengguna terhadap Kapanlagi Youniverse. Oleh karena itu, disarankan bagi perusahaan untuk terus mengembangkan strategi konten berbasis video *short podcast* sebagai bagian dari upaya pemasaran digital mereka.

Kata kunci: Media sosial, *Short Podcast*, Instagram, *Engagement*