

ABSTRAK

Dalam era digital yang terus berkembang, media sosial telah menjadi platform utama bagi masyarakat untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan melakukan kegiatan bisnis. Instagram, sebagai salah satu media sosial paling populer, menawarkan berbagai fitur interaktif yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri dan terhubung dengan audiens secara efektif. Brand John Anglo, sebuah usaha kecil menengah (UKM) yang berfokus pada produk kulit, memanfaatkan Instagram sebagai alat pemasaran utama. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pemasaran melalui pembuatan video pendek di Instagram guna meningkatkan visibilitas dan product knowledge produk John Anglo.

Proyek ini melibatkan beberapa tahapan, yaitu perencanaan, produksi, dan pasca produksi konten video pendek. Metode penelitian yang digunakan meliputi wawancara dengan pemilik brand, studi dokumen, dan analisis data untuk memahami proses pembuatan serta efektivitas konten video.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa video pendek yang diproduksi berhasil meningkatkan interaksi dan keterlibatan konsumen di Instagram, serta memperluas jangkauan pasar brand John Anglo. Penggunaan video pendek sebagai strategi pemasaran terbukti efektif dalam menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan secara cepat dan jelas.

Kata Kunci: media sosial, Instagram, video pendek, strategi pemasaran, promosi, product knowledge, digital marketing.