

# Analysis of Instagram Content as Social Media Marketing Strategy to Increase Brand Awareness Effectiveness at PT MAP Aktif Adiperkasa Tbk = Analysis of Instagram Content as Social Media Marketing Strategy to Increase Brand Awareness Effectiveness at PT MAP Aktif Adiperkasa Tbk

Raden Nazla Maura Nadhifah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920522352&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Laporan magang ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran media sosial yang diterapkan oleh perusahaan ritel PT MAP Aktif Adiperkasa Tbk untuk meningkatkan kesadaran merek bagi merek Crocs di Indonesia. Laporan ini berfokus pada studi berbagai jenis konten dan strategi Crocs Indonesia di Instagram, termasuk konten regional, interaktif, dan kolaborasi dengan influencer. Dengan menganalisis tayangan dan interaksi dari setiap jenis konten, laporan ini memberikan wawasan berharga tentang konten mana yang resonansi dengan audiens Indonesia dalam meningkatkan kesadaran merek. Hasilnya menunjukkan bahwa audiens Indonesia lebih menyukai foto-foto yang berfokus pada produk, konten interaktif, dan kolaborasi dengan influencer lokal. Selain itu, laporan ini memberikan rekomendasi seperti pemetaan konten dan audit konten untuk meningkatkan kehadiran digital dan pengalaman pelanggan secara online. Laporan ini memberikan wawasan berharga bagi merek dan pemasar yang ingin memperkuat kehadiran online mereka melalui pemasaran media sosial, dengan menekankan pentingnya komunikasi pemasaran yang efektif, keterlibatan media sosial, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang positif secara online.

.....This internship report aims to analyze the social media marketing strategies implemented by the retail company PT MAP Aktif Adiperkasa Tbk to increase brand awareness for the brand Crocs in Indonesia. The report focuses on studying various types of Crocs Indonesia Instagram content and strategies, including regional contents, interactive contents, and influencer collaborations. By analyzing the impressions and engagement of each content type, the report provides valuable insights into what content resonates with the Indonesian audience in terms of boosting brand awareness. The result shows that the Indonesian audience prefers product-focused photos, interactive contents, and collaboration with local influencers. Additionally, the report offers recommendations such as content mapping and content audit to improve digital presence and online customer experience. This report provides valuable insights for the brand and marketers seeking to strengthen their online presence through social media marketing, emphasizing the importance of effective marketing communication, social media engagement, and creating a positive online customer experience.