

ABSTRAK

Perkembangan teknologi pada era digital saat ini semakin canggih ditambah dengan adanya sosial media. Hal tersebut sangat membantu masyarakat salah satunya dalam perekonomian yang ada, seperti sosial media Instagram menjadi tolak ukur bagi masyarakat yang bisa membantu penjualan dibantu dengan adanya *Influencer* yang mempunyai strategi mengenai pembuatan konten kreatif yang salah satu metodenya dengan melakukan *Endorsement*. *Endorsement* secara tidak langsung dapat memberikan nilai-nilai yang dimiliki oleh seorang *Influencer* kepada brand dengan memberikan *feedback* yang baik terhadap keberlangsungan *Endorsement* itu sendiri. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pembuatan konten kreatif melalui Instagram yang dilakukan oleh seorang *Influencer* dalam melakukan *Endorsement*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan dimana informasi dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi kepada beberapa informan yang dipilih. Hasil penelitian ini memaparkan strategi yang dilakukan oleh *Influencer* dalam melakukan *Endorsement* melalui Instagram yang dikaitkan oleh teori yang digunakan.

Kata Kunci : *Influencer*, *Endorsement*, Instagram.