

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengkaji dan mengembangkan strategi konten kreatif untuk *Brand Ambassador*, dengan fokus pada analisis *Academic Branding* di Instagram Universitas Telkom. Metode penelitian kualitatif digunakan, melibatkan analisis konten dan wawancara mendalam. Temuan menunjukkan bahwa konten kreatif berbasis nilai akademis dan pengalaman mahasiswa efektif meningkatkan citra Universitas Telkom. Kolaborasi erat antara *Brand Ambassador* dan tim *Public Relation* universitas menjadi kunci dalam implementasi strategi ini. Hasil penelitian memberikan wawasan baru tentang elemen-elemen kunci untuk keberhasilan strategi konten kreatif di platform Instagram. Implikasi praktisnya memberikan panduan bagi institusi pendidikan dan pemasar untuk memperkuat kehadiran mereka di media sosial, terutama Instagram. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam literatur komunikasi pemasaran dan memperdalam pemahaman tentang pemanfaatan strategis media sosial dalam membangun *academic branding*. Hasilnya diharapkan bermanfaat bagi praktisi, akademisi, dan mereka yang tertarik dalam pengembangan strategi konten kreatif di konteks akademis.

Kata Kunci: *branding* akademik, *brand ambassador*, media sosial, strategi kreatif.