

ABSTRAK

Di dalam dunia marketing jaman sekarang banyak terjadi perkembangan karena adanya media digital, terutama media sosial. Salah satu contoh, banyaknya perusahaan besar menggunakan media sosial YouTube sebagai media untuk menjalankan strategi kreatif iklan mereka. Salah satu perusahaan yang sudah membuat strategi kreatif melalui Youtube adalah AXE, dalam format *webseries*. Karena media beriklan yang digunakan oleh AXE berbeda dari sebelumnya dan juga strateginya yang tentunya berbeda dari sebelumnya, maka dari itu peneliti ingin mengangkat penelitian yang berjudul “Strategi Kreatif Iklan dalam Pemanfaatan Webseries (Studi Kasus AXElerate: The Series AXE Indonesia oleh Makna Creative”

Dalam penelitian ini, peneliti memakai paradigma konstruktivisme. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dari data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumen.

Hasil penelitian menunjukkan, Makna Creative membentuk iklan ini menjadi iklan yang *softselling*, iklan berformat *webseries* The AXElerate: The Series ini mengandalkan segi cerita yang dapat mengedukasi para audiensnya sehingga dapat terinspirasi dari cerita yang telah ditampilkan tentang para *brand ambassador* dan pada akhirnya keuntungan psikologis dalam iklan yang dibentuk dengan format *webseries* ini dapat menjadikan AXE Indonesia tetap diingat melalui representasi dari *brand ambassador* terhadap *image* mereka yang melekat pada setiap varian produk AXE.

Kata kunci: strategi kreatif, iklan, webseries