

ABSTRAK

Saat ini salah satu media sosial yang sedang booming sebagai media periklanan adalah Instagram. Hingga saat ini, periklanan masih dianggap sebagai cara paling efektif dan ampuh untuk menginformasikan atau mempromosikan produk. Iklan yang efektif dikatakan berhasil dengan membuat dan menyampaikan strategi pesan kreatif untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Strategi pesan kreatif yang digunakan dapat dilihat melalui *The Facets Model of Effects* yaitu persepsi, kognitif, afektif, persuasi, transformasi, dan perilaku. Dalam hal ini Airas Pastry menggunakan iklan sebagai cara menginformasikan dan mempromosikan produk yang dipadukan dengan strategi pesan kreatif dan Iklan Instagram untuk lebih menjangkau konsumen. Penelitian dengan judul Analisis Strategi Pesan Kreatif pada Iklan Instagram Airas Pastry ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa strategi pesan kreatif pada Iklan Instagram Airas Pastry, bagaimana pesan kreatif pada Iklan Instagram dapat lebih menjangkau konsumen, dan apakah jika Iklan Instagram dapat membantu menyebarkan pesan kreatif tersebut. Selain itu, metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan kesimpulan untuk mengetahui bagaimana strategi pesan kreatif di Instagram Ads Airas Pastry, bagaimana cara menjangkau konsumen lebih banyak, dan kemudian apakah iklan dapat membantu menyebarkan pesan kreatif menurut *The Facets Model of Effects*.

Kata Kunci: Periklanan, Instagram, Pesan Kreatif, The Facet Models of Effects