**ABSTRAK**

**Analisis Elemen *Copywriting* Dalam *Creative Content* Pada Akun Instagram @vosfoyer Periode 8 November 2018 – 14 Januari 2019/Sonny Suryana/61140179/2019/Dyah Nurul Maliki, S.Pd,. M.Si.**

*Creative content* adalah salah satu bentuk konten yang saat ini banyak dikembangkan dalam media sosial, khususnya Instagram. Dengan bentuk *creative content* yang beragam, dapat ditemukan dengan mudah dalam berbagai akun di media sosial Instagram. Salah satunya adalah *creative content* yang diunggah oleh akun @vosfoyer di Instagram.

Teori yang digunakan untuk penelitian ini adalah Teori *Copywriting* dari Tom Albrighton*.* Menurut Tom Albrighton, *copywriting* adalah penggunaan bahasa secara optimal dengan tujuan mempromosikan atau membujuk. Teori ini digunakan untuk melihat penerapan dari elemen-elemen *copywriting* yang ada pada *creative content.*

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data Miles dan Huberman.

Hasil penelitian ini menunjukan adanya penerapan *copywriting* pada *creative content* yang diunggah oleh @vosfoyer di Instagram. Elemen-elemen *copywriting* dalam penerapannya menjadi bagian dari sebuah *creative content* yang mencakup penerapan dari elemen-elemen *Headlines, Structures, Company Taglines, Metaphors and Similes, Calls to Action,* dan *Case Studies. Creative content* dari @vosfoyer sendiri memiliki tujuan untuk menyajikan konten yang edukatif untuk audiensnya.

Penelitian ini juga menemukan bahwa *creative content* yang diteliti menjawab tujuan penelitian yaitu mengetahui terapan elemen-elemen *copywriting* yang mencakup *Headline, Structure, Company Taglines, Metaphors and Similes, Calls to Action,* dan *Case Studies* pada *creative content* akun media sosial Instagram @vosfoyer.

Kata kunci : *Copywriting, Creative Content*

**ABSTRACT**

**Analysis of *Copywriting Elements* on *Creative Content* in @vosfoyer’s Instagram Account Period November 8th 2018 – January 14th 2019/Sonny Suryana/61140179/2019/Dyah Nurul Maliki, S.Pd,. M.Si.**

 Creative content is a form of content that is *currently* being developed on social media, especially Instagram. With a variety of creative content forms, it can be found easily in various accounts on Instagram social media. One of them is the creative contents uploaded by @vosfoyer in Instagram.

 The theory used for this study is Copywriting Theory from Tom Albrighton. According to Tom Albrighton, copywriting is the optimal use of language with the aim of promoting or persuading. This theory is used to see the application of the elements of copywriting that exist in creative content.

 This research is using qualitative descriptive approach. Techniques Data collecting in this research are in-depth interviews and documentation. Data analysis technique used in this research data analysis from Miles and Huberman.

 The results of this research indicate the application of copywriting elements in the creative contents uploaded by @vosfoyer on Instagram. The elements of copywriting applied in the creative content includes the application of Headlines, Structures, Company Taglines, Metaphors and Similes, Calls to Action, and Case Studies. Creative content from @vosfoyer itself aims to present educational content to its audience.

 This research also found that the creative content studied answered the purpose of the research, which is the applications of copywriting elements which including Headlines, Structure, Company Taglines, Metaphors and Similes, Calls to Action, and Case Studies on @vosfoyer's creative content on Instagram.

Keywords : *Copywriting, Creative Content*