

# ***Effectiveness of Product Placement on the Cretivox Instagram***

## ***Account***

***By Algyano Rosadita***

### ***Abstract***

*The research entitled "Effectiveness of Product Placement on the Cretivox Instagram Account" focuses on the effectiveness of digital marketing strategies, especially product placement on the Cretivox Instagram account. By using effectiveness assessment indicators such as KPI, real-time-feedback and engagement, research results show that this strategy is effective in increasing brand awareness, especially among Gen-Z. With a reach of up to 19 million accounts per month, Cretivox has succeeded in attracting the attention of their target market. This aims to determine the effectiveness of product placement on the Cretivox Instagram account, the type of research used is descriptive qualitative based on the results of analysis using data collection techniques through interview methods, and documentation of key informants in this research are employees who have direct contact with clients and employees who create content on the Cretivox Instagram account.. Researchers conducted direct interviews in the field with four sources or informants and gave a questionnaire to one source. Relevant and non-intrusive product placement, coupled with performance metrics such as likes, comments and real-time feedback, ensures that the content presented remains interesting and meets audience expectations. This research concludes that the product placement strategy at Cretivox not only increases brand awareness but also strengthens the relationship between the brand and consumers through closer interaction and direct feedback, making digital marketing an effective tool in modern business strategy.*

***Keywords:*** *Digital marketing, Product placement, Digital media, Instagram, Cretivox, Engagement, Real-time feedback, KPI*

# Efektifitas Product Placement pada Akun Instagram Cretivox

Oleh Algyano Rosadita

## Abstrak

Penelitian yang berjudul “Efektifitas Product Placement pada Akun Instagram Cretivox” ini berfokus pada efektivitas strategi pemasaran digital, khususnya *product placement* pada akun Instagram Cretivox. Dengan menggunakan indikator penilaian efektifitas seperti KPI, realtime-feedback dan engagement, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi ini efektif dalam meningkatkan kesadaran merek, terutama di kalangan Gen-Z. Sebagai media digital dengan capaian reach hingga 19 juta akun per bulan, Cretivox berhasil menarik perhatian target pasar mereka. ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas product placement pada akun Instagram Cretivox, jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui metode wawancara, observasi dan dokumentasi melalui teknik triangulasi, informan kunci pada penelitian ini adalah karyawan yang bersinggungan langsung dengan client dan karyawan yang membuat konten di akun Instagram Cretivox.. Peneliti melakukan kegiatan wawancara secara langsung di lapangan dengan 4 orang informan. Product placement yang relevan dan tidak mengganggu, ditambah dengan metrik kinerja seperti likes, komentar, dan *real-time feedback*, memastikan bahwa konten yang disajikan tetap menarik dan sesuai dengan ekspektasi audiens. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi product placement di Cretivox tidak hanya meningkatkan kesadaran merek tetapi juga memperkuat hubungan antara merek dan konsumen melalui interaksi yang lebih erat dan feedback yang langsung, menjadikan pemasaran digital sebagai alat yang efektif dalam strategi bisnis modern.

**Kata Kunci** : Pemasaran digital, Product placement, Media digital, Instagram, Cretivox, Engagement, Real-time feedback, KPI