

## INTISARI

Strategi pemasaran merupakan suatu proses yang dapat menentukan keberhasilan sebuah produk dalam menarik minat calon konsumen, salah satunya yaitu dengan memainkan peranan komunikasi pemasaran digital di dalamnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan merancang strategi komunikasi pemasaran digital dengan metode SOSTAC untuk meningkatkan brand awareness pada UMKM FJA COLLECTION. FJA COLLECTION merupakan sebuah UMKM yang bergerak di bidang industri jasa dan fashion. Produk utama yang ditawarkan oleh FJA COLLECTION adalah ecoprint. Ecoprint merupakan teknik pewarnaan kain menggunakan bahan alami seperti daun, akar, dan bunga yang tidak menimbulkan zat-zat berbahaya bagi lingkungan. Proses pemasaran FJA COLLECTION dilakukan melalui penjualan secara langsung, word of mouth, dan memanfaatkan media sosial termasuk Instagram dan TikTok. Dari segi komunikasi pemasaran digitalnya, FJA COLLECTION belum mengoptimalkan penggunaan media sosial sehingga engagement yang diterima masih tergolong rendah. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model SOSTAC sebagai acuan dalam melakukan analisis sekaligus merancang komunikasi pemasaran digital. Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu melalui studi literatur, wawancara, dan observasi. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini berupa perancangan komunikasi pemasaran digital terhadap FJA COLLECTION melalui optimalisasi penggunaan media sosial untuk meraih pangsa pasar yang lebih luas, membuat jadwal konten agar publikasi konten dapat diunggah secara konsisten dan teratur, memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat di media sosial, serta membangun interaksi yang mendalam dengan audiens melalui penambahan copywriting (caption) yang menarik untuk meningkatkan brand awareness FJA COLLECTION di masyarakat luas.

**Kata Kunci :** Komunikasi Pemasaran Digital, FJA COLLECTION, Ecoprint, SOSTAC, Brand Awareness.

## **ABSTRACT**

*Marketing strategy is a process that can determine the success of a product in attracting potential customers, one of which is by playing the role of digital marketing communication in it. The purpose of this study is to analyze and design a digital marketing communication strategy with the SOSTAC method to increase brand awareness at UMKM FJA COLLECTION. FJA COLLECTION is an MSME engaged in the service and fashion industry. The main product offered by FJA COLLECTION is ecoprint. Ecoprint is a fabric coloring technique using natural materials such as leaves, roots, and flowers that do not cause harmful substances to the environment. FJA COLLECTION's marketing process is carried out through direct sales, word of mouth, and utilizing social media including Instagram and TikTok. In terms of digital marketing communication, FJA COLLECTION has not optimized the use of social media so that the engagement received is still relatively low. The analysis method used in this research uses the SOSTAC model as a reference in analyzing and designing digital marketing communications. Data collection methods in this research are through literature studies, interviews, and observations. The results obtained in this study are in the form of digital marketing communication design for FJA COLLECTION through optimizing the use of social media to reach a wider market share, creating a content schedule so that content publications can be uploaded consistently and regularly, utilizing the features contained in social media, and building in-depth interactions with audiences through the addition of interesting copywriting (captions) to increase FJA COLLECTION brand awareness in the wider community.*

*Keywords : Digital Marketing Communication, FJA COLLECTION, Ecoprint, SOSTAC, Brand Awareness.*