

Social Marketing in Promoting Sustainable Fashion Lifestyle: Honeycomb of Social Media of @Sejauh_Mata_Memandang Account = Pemasaran Sosial Dalam Mempromosikan Gaya Hidup Fashion Berkelanjutan: Honeycomb of Social Media Akun @Sejauh_Mata_Memandang

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20528919&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan semakin banyaknya bahan pakaian yang tampaknya tidak dapat didaur ulang, fashion berkelanjutan adalah solusinya. Daur ulang itu penting karena berkaitan dengan keselamatan lingkungan. Hal ini juga penting untuk diketahui oleh masyarakat, dan untuk itu diperlukan sebuah platform untuk menyampaikan pentingnya fashion yang berkelanjutan, seperti Instagram. Platform dianggap sebagai alat komunikasi dan pemasaran yang efektif untuk menyebarkan pesan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis akun Instagram @Sejauh_Mata_Memandang sebagai clothing line brand lokal yang menerapkan social marketing dan bagaimana berhasil memperkenalkan gaya hidup fashion yang berkelanjutan. Dalam penelitian ini, strategi 'Honeycomb of Social Media' dipilih untuk menilai konten, dan menggunakan pendekatan kualitatif dalam metode analisis konten, penelitian ini mengumpulkan data yang akan diambil dari fitur Instagram akun posting, 'Instastory' dan 'Feeds'. Kemudian ditemukan bahwa penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @Sejauh_Mata_Memanda memanfaatkan pemasaran sosial untuk meningkatkan kesadaran akan kampanye dan merek mereka. Alhasil, kami meminta mereka untuk mempengaruhi mereka agar membeli ide gaya hidup berkelanjutan mereka dan juga membeli lini pakaian dan tekstil mereka untuk berpartisipasi dalam gaya hidup berkelanjutan, memaksimalkan pemanfaatan fitur yang telah disediakan Instagram.

.....With the increasing number of clothing materials that appear unable to be recycled, sustainable fashion is the solution. Recycling is important as it engages with the safety of the environment. It is also important for people to be aware of, and by doing so, a platform is needed to convey the importance of sustainable fashion, such as Instagram. A platform is considered an effective communication and marketing tool to spread a message. Thus, this study aims to examine and analyze the @Sejauh_Mata_Memandang Instagram account as a local brand clothing line that applies social marketing and how it successfully introduces a sustainable fashion lifestyle. In this study, the 'Honeycomb of Social Media' strategy is chosen to assess the content, and using the qualitative approach in content analysis methods, this study collects the data which will be retrieved from the account's Instagram feature of posts, 'Instastory' and 'Feeds'. It then found that this study shows that the Instagram account @Sejauh Mata Memandang utilized social marketing to raise awareness of their campaign and brand. As a result, we have them order to influence them to buy their sustainable fashion lifestyle idea and buy their clothing line and textiles to participate in a sustainable fashion lifestyle, maximizing the utilization of the feature Instagram has provided.