

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan Untuk Mengetahui Strategi Komunikasi *Copywriter* dalam Pemasaran Konten di Instagram Napak Jagat Pasundan,. Dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan *Copywriter* dalam pemasaran konten di Instagram Napak Jagat Pasundan, dan Mengetahui alasan dilakukannya strategi Komunikasi *copywriter* dalam pemasaran konten Instagram Napak Jagat Pasundan, serta Untuk mendeskripsikan kegiatan yang dilakukan *Copywriter* dalam Pemasaran Konten di Instagram Napak Jagat Pasundan.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Kualitatif dengan jenis Pendekatan Studi Kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi langsung dan wawancara mendalam dengan beberapa narasumber,serta melakukan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan pengumpulan data, klasifikasi data, reduksi data, Penyajian data, dan juga membuat sebuah kesimpulan.

Hasil penelitian yang ditemukan di lapangan adalah *copywriter* Napak Jagat Pasundan menggunakan strategi komunikasi pemasaran yang relevan dengan Metode SOSTAC sebelum akhirnya memutuskan membuat sebuah konten kebudayaan di Instagram sebagai bentuk promosi event kebudayaan sekaligus untuk meningkatkan awareness brand Djarum dengan mengkampanyekan Campaign Coklat Kita. Tulisan *copywriting* yang dibuat oleh *copywriter* Napak Jagat Pasundan juga menggunakan model AIDA. Kegiatan yang dilakukan *Copywriter* Napak Jagat Pasundan dalam memasarkan konten di Instagram adalah dengan membuat sebuah rubrikasi, lalu membuat Editorial Planning, kemudian membuat tulisan atau copywriting, baru kemudian di publikasikan di Instagram Napak Jagat Pasundan.

Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa *Copywriter* Napak Jagat Pasundan menggunakan Strategi Komunikasi Pemasaran dengan model SOSTAC yaitu Langkah yang sistematis dalam Menyusun sebuah strategi komunikasi pemasaran dengan menganalisis kondisi internal dan eksternal perusahaan.

**Kata kunci :** Strategi komunikasi pemasaran, Pemasaran konten, *Copywriter*, *Awwarmes Brand*, dan Instagram.

## ***ABSTRACT***

*This research was conducted to determine the copywriter's communication strategy in content marketing on Instagram Napak Jagat Pasundan. With the aim of knowing how the communication strategy is carried out by the copywriter in content marketing on Napak Jagat Pasundan Instagram, and knowing the reasons for the copywriter's communication strategy in marketing Napak Jagat Pasundan Instagram content and to describe the activities carried out by the copywriter in content marketing on Napak Jagat Pasundan Instagram.*

*This research was conducted by using a qualitative method with a case study approach. The data collection techniques used in this study were direct chamasi and in-depth interviews with several sources, and carried out documentation. Data analysis was carried out with data collection, data classification, data reduction, data analysis, and also made a conclusion.*

*The results of the research found in the field are that copywriter Napak Jagat Pasundan uses a marketing communication strategy that is relevant to the SOSTAC method before finally deciding to create content culture on Instagram. As a form of promotion , cultural event as well as to increase the awareness of the Djarum brand by promoting campaign Coklat kita. Copywriting created by copywriter Napak Jagat Pasundan also uses the AIDA model. The activites carried out by copywriter Napak Jagat Pasundan in marketing content on Instagram are by making a rubric, then making editorial planning, then writing or copywriting, then publishing it on Napak Jagat Pasundan Instagram.*

*The conclusion of this study is that copywriter Napak Jagat Pasundan uses a marketing communication strategy with the SOSTAC model, which is a systematic step in developing a marketing communication strategy by analyzing the company's internal and external conditions.*

***Keywords :*** *Marketing communication strategy, Content marketing, Awwarnes Brand, Copywriter , and Instagram*