

ABSTRAK

Strategi yang kita ketahui adalah suatu perencanaan untuk mencapai sesuatu. Ditengah kemajuan teknologi *digital* dan perkembangan sektor ekonomi kreatif di Indonesia membuat banyak usaha yang dikembangkan melalui media sosial seperti instagram. Mengoptimalkan penggunaan *copywriting* yang kreatif di dalam membangun serta memperkuat identitas *brand* – nya. *Copywriting* sangat erat kaitannya dengan kegiatan promosi sebagai bagian dari *branding* karena pesan dikomunikasikan melalui *copywriting* merupakan jembatan dari *brand* menuju konsumen agar produk yang dijual mampu menampilkan karakter yang berbeda dibandingkan dengan kompetitornya. Dan untuk meningkatkan *engagement* di instagram Napak Jagat Pasundan yaitu menargetkan anak muda, narasinya harus lebih menarik supaya masyarakat tertarik dengan *brand* tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan jenis pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara ebservasi langsung dan wawancara mendalam dengan beberapa narasumber dan dokumentasi. Teknik analisis data penelitian inimenggambarkan secara sistematis dari penemuan di lapangan.

Dari hasil penelitian ini yaitu strategi *copywriting* untuk memperkuat *engagement* dalam media sosial instagram Napak Jagat Pasundan. Dalam pembuatan konten dibutuhkan narasi yang menarik untuk membuat masyarakat lebih tertarik dengan konten yang telah *diposting* didalam akun instagram Napak Jagat Pasundan. Sebuah konten kebudayaan di media sosial instagram sebagai bentuk promosi *event* kebudayaan tepatnya di Jawa Barat sekaligus untuk memperkuat *engagement brand* Djarum dalam *campaign* Coklat Kita. Untuk narasi *copywriting* yang dibuat oleh *copywriter* Napak Jagat Pasundan juga menggunakan model AIDA.

Secara keseluruhan peneliti mengambil kesimpulan bahwa startegi *copywriting* untuk memperkuat *engagement* dalam media sosial instagram Napak Jagat Pasundan yaitu dibutuhkan narasi yang lebih menarik supaya masyarakat pun tertarik dengan narasi yang dibuat. Dengan menggunakan sapaan Dulur Coklat dan kalimat ajakan untuk berinteraksi dan hastag supaya memudahkan pencarian.

Kata Kunci : Strategi, *Copywriting*, *Branding*, *Engagement*, dan Instagram.

ABSTARCT

Strategy as we know is a plan to achieve something. In the midst of advances in digital technology and the development of the creative economy sector in Indonesia, many businesses have been developed through social media such as Instagram. Optimizing the use of creative copywriting in building and strengthening its brand identity. Copywriting is closely related to promotional activities as part of branding because the message communicated through copywriting is a bridge from the brand to consumers so that the products sold are able to display different characters compared to their competitors. And to increase engagement on Instagram Napak Jagat Pasundan, which is targeting young people, the narrative must be more interesting so that people are interested in the brand.

This study uses a qualitative descriptive method with a case study approach. Data collection techniques were carried out by direct observation and in-depth interviews with several sources and documentation. This research data analysis technique systematically describes the findings in the field.

From the results of this study, it is a copywriting strategy to strengthen engagement on Napak Jagat Pasundan's Instagram social media. In creating content, an interesting narrative is needed to make people more interested in the content that has been posted on the Napak Jagat Pasundan Instagram account. A cultural content on Instagram social media as a form of promotion of cultural events in West Java as well as to strengthen Djarum brand engagement in the Chocolate Kita campaign. For the copywriting narrative created by copywriter Napak Jagat Pasundan also uses the AIDA model.

Overall, the researchers concluded that the copywriting strategy to strengthen engagement on Napak Jagat Pasundan's Instagram social media is that a more interesting narrative is needed so that people are interested in the narrative created. By using the greeting of Dulur Chocolate and sentences of invitation to interact and hashtags to make searching easier.

Keywords: *Strategy, Copywriting, Branding, Engagement, and Instagram*