

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul: “Strategi Kampanye Produk Kaos dengan Teknologi *Direct Transfer Film* (DTF) melalui Instagram @skrcloth.id (Studi Deskriptif pada Industri Kreatif Lokal Merek SKR periode Desember 2024 - Januari 2025)”. Adapun tujuan penelitian ini untuk menganalisis strategi kampanye yang dilakukan oleh merek lokal SKR dalam mempromosikan produknya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, didukung oleh Teori Kampanye oleh Rogers dan Storey (1987) (dalam Venus, 2004: 7) dan Paradigma Lasswell (dalam Rakhmat, 2019: 25).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Pesan utama yang disampaikan SKR dalam kampanye DTF ini bertajuk “*Express Your Style*” yang mengedepankan kebebasan dan kreativitas dalam mengekspresikan diri melalui produk kaos. Pemilihan bahasa asing dilakukan untuk menciptakan kesan modern, universal, dan menarik bagi target pasar. (2) Instagram dipilih sebagai media utama kampanye karena fitur-fiturnya yang interaktif, seperti *Instagram Stories*, *Reels*, dan *Feeds*, yang mendukung penyampaian pesan visual secara efektif. Namun, SKR hanya mengandalkan jangkauan organik tanpa memanfaatkan fitur *Instagram Ads*, sehingga jangkauan kampanye masih terbatas. (3) Evaluasi kampanye menunjukkan bahwa SKR berhasil menciptakan keterlibatan audiens melalui konten visual yang menarik dan interaktif. Namun, keterbatasan dalam penggunaan fitur berbayar menghambat potensi peningkatan *reach* dan *engagement*. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi SKR untuk lebih memaksimalkan strategi *digital marketing*, termasuk pemanfaatan *Instagram Ads* untuk memperluas jangkauan audiens.

Kata kunci: strategi kampanye, Instagram, Direct Transfer Film (DTF), SKR.

ABSTRACT

This research is titled: "Communication Campaign Strategy for T-Shirt Products with Direct Transfer Film (DTF) Technology through Instagram @skrcloth.id (Descriptive Study on the Local Creative Industry Brand SKR for the Period of December 2024 - January 2025)." The purpose of this research is to analyze the communication campaign strategy implemented by the local brand SKR in promoting its products.

This study employs a qualitative method with a case study approach, supported by the Communication Campaign Theory by Rogers and Storey (1987) (in Venus, 2004: 7) and the Lasswellian Framework (in Rakhmat, 2019: 25).

The results of the study indicate that: (1) The main message conveyed by SKR in this DTF campaign is "Express Your Style," emphasizing freedom and creativity in self-expression through t-shirt products. The use of a foreign language was chosen to create a modern, universal impression and to appeal to the target market. (2) Instagram was selected as the main campaign medium due to its interactive features, such as Instagram Stories, Reels, and Feeds, which effectively support the delivery of visual messages. However, SKR relied solely on organic reach without utilizing Instagram Ads, limiting the campaign's reach. (3) The campaign evaluation shows that SKR successfully engaged the audience through attractive and interactive visual content. However, the limited use of paid features hindered the potential for increased reach and engagement. These findings provide valuable insights for SKR to further optimize its digital marketing strategy, including the use of Instagram Ads to expand audience reach.

Keywords: *campaign strategy, Instagram, Direct Transfer Film (DTF), SKR.*