

ABSTRAK

Baju, celana, topi, dan lain-lain menjadi sebuah kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Kini muncul berbagai perusahaan fashion yang mendominasi, yang disebut sebagai *fast fashion*. *Fast fashion* adalah mode fashion yang dibuat dengan harga murah, dan tren yang berjalan dengan jangka pendek. Namun kini konsumen mulai menyadari dampak manufaktur pakaian terhadap lingkungan. Sehingga tercipta konsep *slow fashion* yang bertentangan dengan konsep *fast fashion* dibentuk untuk mengurangi masalah pencemaran lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh brand IAMECCU sebagai *sustainable fashion brand* melalui media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian Deskriptif. Dalam penelitian data dikumpulkan melalui kegiatan wawancara, sumber buku, dan dokumen. Penelitian ini menggunakan konsep strategi komunikasi pemasaran yang efektif oleh Machfoedz yang terdiri dari strategi pesan dan strategi media. Hasil penelitian ini dalam strategi pesan, IAMECCU menentukan tujuan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens yaitu sebagai *sustainable fashion brand* dan menggunakan daya tarik rasional dan emosional. IAMECCU menggunakan Instagram sebagai media pemasarannya karena Instagram menjadi platform yang tepat bagi target audiensnya, dan menggunakan celah konsumen untuk mendapatkan respon yang maksimal dari audiens, selain itu IAMECCU juga menggunakan fitur pada Instagram untuk bisnis yang membantunya dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran yang efektif.

Kata kunci: strategi komunikasi pemasaran, media sosial instagram, *sustainable fashion*, strategi pesan, strategi media