

ABSTRAK

Kegiatan komunikasi *electronic word of mouth* menandai adanya pergeseran dari komunikasi tradisional menuju komunikasi digital yang cepat dan mendunia. Ini menjadikan sebuah kesempatan atau peluang komunikasi *electronic word of mouth* yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai langkah mempromosikan sebuah *event* brand lokal *clothing*. Jakarta Clothing merupakan salah satu perusahaan yang selalu mempertahankan eksistensinya dengan melakukan *campaign* secara berkala melalui #JakCloth. Informasi yang diberikan oleh Jakarta Clothing dapat tersampaikan dan diterima oleh masyarakat luas berkat postingan mengenai #JakCloth yang dibuat di platform media sosial Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan hasil temuan dan mendeskripsikan *electronic word of mouth* brand lokal *clothing* dengan #JakCloth pada media sosial Instagram. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme dan pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan dari kualitas *electronic word of mouth* menjadi viral namun belum adanya konsep dan bentuk khusus yang dirancang untuk kegiatan penyampaian pesan #JakCloth. Kuantitas *electronic word of mouth* #JakCloth memiliki penjadwalan setiap hari sehingga dapat mengetahui interaksi yang ditimbulkan oleh *followers*, namun belum adanya skema media monitoring untuk mengetahui jumlah komentar negatif dan *tag photo*. Kredibilitas *electronic word of mouth* sudah memiliki keahlian dalam menyampaikan pesan #JakCloth, dan memiliki kepercayaan oleh *followers* nya.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, Jakarta Clothing, #JakCloth, Instagram