

ABSTRACT

This study aims to analyze the social media strategy implemented by Jember Fashion Carnaval (JFC) 2024 in its digital campaign across Instagram, TikTok, and YouTube. JFC utilizes social media not only as a promotional tool but also as a platform for local community empowerment and a cultural communication bridge to global audiences. Using a qualitative case study approach, this research examines JFC's digital campaign practices through interviews with strategic organizers, official social media documentation, and observations of visual communication forms presented on digital platforms. The findings reveal that JFC's social media strategy is systematically designed based on Sutherland's (2021) model, which includes goal setting, SMART objectives, campaign Tactics, Audience Research, and budgeting. This strategy has proven effective in expanding reach and increasing public engagement while also generating social impact through community participation and the development of local capacity. The study recommends strengthening regular evaluations of digital strategy performance and developing educational content to support the sustainability of cultural promotion through social media

Keywords: *social media strategy, Jember Fashion Carnaval, Instagram, TikTok, YouTube, cultural promotion, community empowerment, digital campaign*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi media sosial yang diterapkan oleh Jember Fashion Carnaval (JFC) 2024 dalam kampanye digital di *platform* Instagram, TikTok, dan YouTube. JFC memanfaatkan media sosial tidak hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai ruang pemberdayaan masyarakat lokal dan jembatan komunikasi budaya ke audiens global. Dengan pendekatan studi kasus dan metode kualitatif, penelitian ini mengkaji praktik kampanye digital JFC melalui wawancara dengan pengelola strategi, dokumentasi media sosial resmi, serta pengamatan terhadap bentuk-bentuk komunikasi visual yang ditampilkan di *platform* digital. Temuan menunjukkan bahwa strategi media sosial JFC dirancang secara terstruktur mengikuti model Sutherland (2021) yang mencakup tujuan, objektif SMART, taktik kampanye, riset audiens, dan penganggaran. Strategi ini terbukti efektif dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan partisipasi publik, sekaligus mendorong dampak sosial berupa keterlibatan komunitas dan peningkatan kapasitas lokal. Studi ini merekomendasikan penguatan evaluasi strategi digital secara berkala serta pengembangan konten edukatif untuk mendukung keberlanjutan promosi budaya melalui media sosial.

Kata Kunci: strategi media sosial, Jember Fashion Carnaval, Instagram, TikTok, YouTube, promosi budaya, pemberdayaan masyarakat, kampanye digital