

## ABSTRAK

Vicco Java Heritage tergolong kurang aktif dalam memanfaatkan *social media marketing* Instagram yang dimiliki. Konten yang telah di-*upload* kurang informatif dan interaktif. Hal ini dikarenakan pengelola *social media marketing* Instagram dari Vicco Java Heritage kurang mengimplementasikan beberapa dimensi *social media marketing* dengan baik. Dimensi *social media marketing* yang dimaksud adalah *Context, Communication, Collaboration, dan Connection*. Pada setiap dimensi, pengelola juga perlu mengimplementasikan dimensi *social media marketing* sesuai dengan indikator yang ada agar implementasi dimensi *social media marketing* berhasil. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi (1) context (2) communication, (3) collaboration, (4) connection pada akun Instagram @viccostore\_official tahun 2024 dengan penelitian kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa implementasi (1) context melalui konten yang berfokus pada produk, (2) communication melalui jawaban yang to the point dengan bahasa yang sederhana, (3) collaboration melalui kerjasama dengan pameran besar, JFC (Jember Fashion Carnival) dan Pemda Jember, (4) connection melalui pemanfaatan Instagram dan promosi lebaran. Penulis berharap untuk penelitian selanjutnya, Puslitkoka memanfaatkan konten interaktif dan komunikatif untuk menarik minat pelanggan dan meningkatkan *brand awareness* produk.

**Kata Kunci:** Dimensi Social Media Marketing; Instagram