

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Implementasi 4C (*Context, Communication, Collaboration, Connection*) dalam Konten *Social Media Marketing* pada Instagram JoyCurls" Penelitian bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan elemen 4C dalam strategi pemasaran media sosial Instagram oleh JoyCurls, sebuah bisnis aksesoris fashion berbasis produk *scrunchie*. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menganalisis efektivitas konten *marketing* yang disusun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan elemen *Context* membantu dalam penyampaian pesan yang jelas dan menarik. Elemen *Communication* mendorong interaksi dan tanggapan positif dari audiens. Elemen *Collaboration* memperkuat kerja sama dengan mitra atau pelanggan melalui kegiatan pemasaran yang terintegrasi. Terakhir, elemen *Connection* membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas merek. Penelitian ini memberikan rekomendasi strategi pemasaran berbasis konten untuk meningkatkan keterlibatan dan minat konsumen terhadap produk JoyCurls, serta dapat menjadi referensi untuk perusahaan lain yang ingin mengembangkan strategi pemasaran media sosial yang efektif.

Kata Kunci: 4C (*Context, Communication, Collaboration, Connection*)