

ABSTRAK

Permasalahan sampah plastik di Indonesia menjadi isu serius yang memicu kesadaran masyarakat terhadap pentingnya bisnis berkonsep ramah lingkungan. Hal ini mendorong munculnya inovasi pemasaran hijau atau green marketing sebagai upaya menjaga kelestarian lingkungan. Strategi komunikasi yang efektif menjadi kunci keberhasilan dalam memasarkan produk ramah lingkungan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi green marketing Sugar Souvenir dalam mendukung kampanye ramah lingkungan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan satu informan kunci, dua informan pendukung, dan satu informan ahli. Konsep yang digunakan berfokus pada enam strategi green marketing, yaitu *being genuine*, *educate your customers*, *give your customers opportunity*, *know your customers*, *empower customers*, dan *be transparent*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sugar Souvenir telah menerapkan keenam strategi tersebut untuk mendukung kampanye ramah lingkungan dan memasarkan produk secara efektif. Namun, beberapa aspek dalam strategi tersebut memerlukan evaluasi terkait konsistensi dan fleksibilitas agar implementasinya lebih optimal di masa mendatang. Dengan strategi yang tepat, Sugar Souvenir diharapkan dapat terus berkontribusi dalam mendukung kampanye ramah lingkungan melalui komunikasi pemasaran yang efektif.

Kata Kunci : *Strategi, Green Marketing, Komunikasi Pemasaran*