

ABSTRAK

Vert Terre merupakan salah satu *bulk store* di Yogyakarta yang konsisten menjual produk ramah lingkungan. Maka dari itu, Vert Terre juga konsisten dalam menerapkan *green marketing communication* untuk mengkomunikasikan pesan-pesan komunikasi pemasaran yang ramah lingkungan pada audiens agar dapat membangun citra merek (*brand image*) sebagai toko ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran hijau (*green marketing communication*) yang diterapkan oleh Bulk Store Vert Terre dalam membangun citra merek (*brand image*) sebagai toko ramah lingkungan. Berdasarkan hasil penelitian, Vert Terre menjalankan berbagai strategi komunikasi yang berfokus pada kolaborasi dan komitmen terhadap isu lingkungan. Strategi ini diwujudkan melalui kampanye penanaman mangrove bersama Lindungi Hutan, menjadi *drop point* sampah dengan Daur Resik Waste Management, serta mengadakan acara ramah lingkungan seperti Laris Manis yang menjual produk *sustainable fashion*, dan Paper Lunch yang menawarkan buku *preloved* dalam kondisi baik. Vert Terre juga berpartisipasi dalam berbagai acara eksternal yang mendukung produk ramah lingkungan. Selain itu, toko ini memanfaatkan blog Medium untuk menyebarkan pesan gaya hidup ramah lingkungan serta membuat *mini-website* melalui platform *milkshake* untuk promosi produk. Komitmen terhadap *green packaging* juga terlihat melalui penggunaan dus dan botol bekas sebagai kemasan produk. Optimalisasi media sosial seperti Instagram dan TikTok dengan konten edukasi ramah lingkungan turut efektif dalam membangun *brand image* sebagai *bulk store* yang berfokus pada isu-isu lingkungan.

Kata kunci: *green marketing communication, bulk store, brand image*

ABTRACT

Vert Terre is one of the bulk stores in Yogyakarta that consistently sells environmentally friendly products. Therefore, Vert Terre is also consistent in implementing green marketing communications to communicate environmentally friendly marketing communication messages to the audience in order to build a brand image as an environmentally friendly store. This study aims to analyze the green marketing communications strategy implemented by Bulk Store Vert Terre in building a brand image as an environmentally friendly store. Based on the results of the study, Vert Terre implements various communication strategies that focus on collaboration and commitment to environmental issues. This strategy is realized through a mangrove planting campaign with Lindungi Hutan, becoming a waste drop point with Daur Resik Waste Management, and holding environmentally friendly events such as Laris Manis which sells environmentally friendly fashion products, and Paper Lunch which offers preloved books in good condition. Vert Terre also participates in various external events that support environmentally friendly products. In addition, this store utilizes the Medium blog to spread messages about an environmentally friendly lifestyle and creates a mini-website through the milkshake platform to promote products. Commitment to green packing is also seen through the use of used boxes and bottles as product packaging. Optimizing social media such as Instagram and TikTok with environmentally friendly educational content and being effective in building a brand image as a bulk store that focuses on environmental issues.

Key words: *green marketing communication, bulk store, brand image*