

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Komunikasi Pemasaran Online Shop 'Hijrah Store 12' Melalui Aplikasi Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Produk." Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hijrah Store 12 melalui platform Instagram dapat secara efektif meningkatkan penjualan produk dan membangun loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, di mana data diperoleh melalui observasi langsung terhadap aktivitas pemasaran di Instagram, wawancara mendalam dengan pengelola Hijrah Store 12, serta analisis dokumentasi digital yang terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan fitur-fitur Instagram, seperti Instastory untuk promosi harian, paid promote yang melibatkan selebgram, dan interaksi langsung dengan konsumen melalui kolom komentar dan pesan langsung, berkontribusi signifikan terhadap peningkatan visibilitas produk. Selain itu, penggunaan endorsement dari influencer yang relevan dengan target pasar Hijrah Store 12 terbukti efektif dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan angka penjualan secara keseluruhan. Penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa strategi komunikasi yang konsisten dan terfokus pada engagement dengan pelanggan mampu memperkuat posisi merek di pasar yang sangat kompetitif. Oleh karena itu, penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan strategi komunikasi pemasaran yang tepat dan optimal melalui Instagram sangat penting bagi keberhasilan bisnis online shop seperti Hijrah Store 12.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Online Shop, Instagram, Penjualan Priduk, Hijrah Store 12

ABSTRACT

This research is titled "Online Shop Marketing Communication of 'Hijrah Store 12' Through Instagram Application in Increasing Product Sales." The primary focus of this study is to analyze how the marketing communication strategies implemented by Hijrah Store 12 through the Instagram platform effectively enhance product sales and build customer loyalty. This research employs a descriptive method with a qualitative approach, where data were obtained through direct observation of marketing activities on Instagram, in-depth interviews with the management of Hijrah Store 12, and analysis of related digital documentation. The findings reveal that utilizing Instagram features such as Instastory for daily promotions, paid promotions involving influencers, and direct interaction with consumers through comments and direct messages significantly contribute to increasing product visibility. Additionally, the use of endorsements from influencers who are relevant to Hijrah Store 12's target market proves effective in building customer trust and loyalty, ultimately leading to an overall increase in sales. The research also identifies that consistent and focused communication strategies, particularly those emphasizing customer engagement, strengthen the brand's position in a highly competitive market. Therefore, this study concludes that the application of appropriate and optimized marketing communication strategies through Instagram is crucial for the success of online shops like Hijrah Store 12.

Keywords: *Marketing Communication, Online Shop, Instagram, Product Sales, Hijrah Store 12*

