

ABSTRAK

Fitry Hijab menggunakan teknik komunikasi pemasaran yang terintegrasi seperti media sosial. Hal ini dilakukan guna meningkatkan penjualan produk Fitry Hijab. Untuk mempercepat branding Fitry Hijab, periklanan dilakukan secara modern dengan menggunakan berbagai metode fotografi digital. Penelitian ini berpedoman pada teori Kotler dan Keller (2016:179) yang menyatakan bahwa komunikasi pemasaran merupakan alat yang digunakan oleh pelaku usaha untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk yang diperjualbelikan. Berdasarkan temuan penelitian ini, Fitry Hijab menggunakan modernisasi iklan untuk mengakselerasi branding produk. Akselerasi penjualan dapat dilakukan melalui promosi modern menggunakan aplikasi startup dan media sosial. Kesimpulan peneliti adalah pendiri menggunakan Instagram untuk mengakselerasi pemasaran, dengan giveaway sebagai langkah engagement untuk menarik pelanggan. Ini memiliki potensi untuk meningkatkan penjualan yang dipercepat secara signifikan.

Kata Kunci : *Advertising, Instagram, , Marketing.*