

ABSTRAK

Adanya perkembangan inovasi teknologi melalui media sosial kini banyak lingkungan bisnis yang memulai kegiatan pemasarannya melalui media sosial khususnya Instagram. Sejauh Mata Memandang merupakan salah satu lingkungan bisnis *slow fashion* yang memulai kegiatan pemasarannya melalui media sosial Instagram untuk menunjang kegiatan pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *social media marketing* @Sejauh Mata Memandang di Instagram berdasarkan lima karakteristik social media marketing yaitu *entertainment, interaction, trendiness, customized dan word of mouth*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian menggambarkan bahwa @Sejauh Mata Memandang belum menerapkan kelima karakteristik dari social media marketing yaitu *entertainment, interaction, trendiness, customized dan word of mouth*. Walaupun @Sejauh Mata Memandang belum menerapkan kelima karakteristik dalam social media marketing namun @Sejauh Mata Memandang cukup memanfaatkan dengan baik semua fitur yang disediakan oleh Instagram sehingga memberikan dampak positif terhadap kegiatan pemasarannya.

Kata Kunci : Social Media Marketing, Instagram, Bisnis Slow Fashion