

ABSTRAK

Pattent Goods adalah salah satu industri yang bergerak dibidang fashion kaos kaki dimana memiliki konsumen yang berada di kota-kota besar seperti Bandung, Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, Makasar dll. Penelitian ini disusun untuk menganalisis promosi melalui salah satu media sosial yang sedang populer dikalangan masyarakat yaitu Instagram. Populasi yang diperoleh dari masyarakat yang bertempat tinggal di kota Bandung dengan kalangan remaja hingga dewasa mulai dari pelajar, mahasiswa hingga pegawai.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis data penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis metode wawancara yang bertujuan untuk data yang valid berdasarkan apa yang dirasakan oleh konsumen dari Pattent Goods. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, berdasarkan hasil penelitian pada metode pengumpulan data untuk mengungkapkan atau menjaring informasi kualitatif dari responden sesuai lingkup penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap Pattent Goods Bandung, strategi promosi yang dilakukan dapat dikatakan baik karena Pattent Goods dapat menunjukkan keberhasilan walaupun hanya dengan menggunakan indikator seperti *Advertising, Sales Promotion, Event & Experience* dan *Public Relation & Publicity* pada media instagram. Indikator lainnya ditunjang dengan menggunakan *social messenger* lainnya dan halaman web dari Pattent Goods Bandung.

Kata kunci : Strategi Promosi, Bauran Promosi, Media Sosial Instagram