

ABSTRAK

Noore Sport Hijab merupakan sister brand dari Applecoast, yaitu salah satu merek clothing brand yang bertemakan Urban Street Wear berbasis di Bandung yang diluncurkan pertama kali pada tahun 2016. Media sosial instagram adalah salah satu platform yang mendukung jalannya kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memberikan seluruh informasi mengenai brand dan produk atau jasa yang ditawarkannya. Setelah dilakukan observasi melalui instagram dan web HypeAuditor, Noore Sport Hijab memiliki jumlah pengikut dan posting tertinggi dibandingkan dengan kompetitor sejenisnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan instagram @nooresport berdasarkan empat pilar media sosial oleh Lon Safko dan David K.Brake. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi secara langsung pada media sosial instagram @nooresport dan wawancara dengan informan kunci dan informan pendukung untuk mendapatkan data tentang penggunaan empat pilar strategi media sosial dalam kategorisasi pada akun *instagram* @nooresport. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pesan yang terdapat pada unggahan *instagram* @nooresport pada pilar komunikasi dan hiburan, saat ini masih perlu dibenahi dengan menambahkan jenis unggahan yang interaktif dengan memanfaatkan fitur-fitur instagram, sehingga dapat menjalin komunikasi yang baik serta kedekatan dengan konsumen.

Kata Kunci: Media sosial, *Instagram*, Pilar media sosial