ABSTRAK

Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan untuk promosi suatu brand. Salah satunya Deenay.scarves merupakan produk hijab yang memanfaatkan instagram sebagai media promosi. Tujuan dari penelitian ini yaitu agar dapat menginformasikan mengenai pemanfaatan fitur-fitur instagram berdasarkan promotion mix dalam melakukan promosi yang dilakukan oleh hijab Deenay. Penelitian ini menggunakan paradigma postpositivisme dengan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi melalui media sosial instagram Deenay.scarves dan wawancara (*in depth interview*) dengan informan kunci,informan ahli, dan informan pendukung untuk mendapatkan data yang dilakukan untuk penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ini menjelaskan bahwa fitur-fitur instagram seperti fitur *insight*, fitur *direct message*, fitur *instagram stories*, fitur *story higlights*, fitur *shoppable posts*, fitur *hashtag*, fitur *upload multiple content story*, fitur *ads*, fitur *like*, fitur *aerobba*, fitur *caption*, fitur *live instagram* dimanfaatkan secara maksimal sehingga enggagement cukup tinggi. Penerapan fitur tersebut dapat saling terkait dan membantu enam tahapan *promotion mix advertising, direct marketing, digital marketing, sales promotion, publicity/public relations* kecuali satu tahapan yang tidak dapat menggunakan alat perantara *digital* media sosial instagram yaitu *personal selling*. penggunaan instagram oleh Deenay sebagai media promosi bermanfaat dan membantu Deenay agar dapat memvisualiasasikan produk Deenay dengan baik, serta dapat menjangkau calon konsumen, dan mengetahui keinginan dari konsumen terhadap Deenay. Selain itu membantu konsumen untuk mengakses informasi mengenai hijab Deenay.

Kata kunci : Fitur Instagram, Hijab Deenay, Instagram, Media Promosi