

**LEMBAR PENGESAHAN PERACANCANGAN STRATEGI PROMOSI
BRAND HAMIDAH DI BADNUNG**

ABSTRAK

Hijab adalah pakaian yang umum digunakan untuk menutupi bagian-bagian tubuh, terutama aurat wanita, dan terkait dengan pakaian wanita Muslim. Dengan perkembangan tren mode, hijab telah berkembang dan menjadi bentuk ekspresi kreatif bagi beberapa wanita. Indonesia, khususnya, telah melihat pertumbuhan pesat dalam pengembangan mode hijab selama dekade terakhir, dengan banyak wanita menciptakan gaya baru dan inovatif. Kota Bandung adalah salah satu kota di Indonesia yang telah melihat perkembangan signifikan dari industri fashion hijab, dengan banyak merek populer, termasuk Hamidah. Hamidah adalah merek fashion Muslim yang didirikan di Kota Bandung pada tahun 2007, menargetkan wanita Muslim kelas menengah dan atas antara usia 17-35 tahun. Meskipun memperluas strategi pemasaran mereka melalui *platform* media sosial seperti TikTok dan Instagram, Hamidah masih menghadapi tantangan dalam mempromosikan merek mereka secara efektif, terutama dalam hal aset visual dan keterlibatan media sosial. Untuk memperluas pasar mereka dan memperkuat keterlibatan merek, Hamidah berencana untuk menembus pasar dengan menciptakan situs web yang lebih menarik bagi konsumen.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Media Sosial, Hijab, Hamidah.