

ABSTRAK

@Prelovedbyhopi berdiri pada bulan Agustus tahun 2021, UMKM @prelovedbyhopi merupakan salah satu UMKM di kota Bandung yang bergerak di bidang penjualan tas bekas dengan nama usaha “@prelovedbyhopi” namun seiring dengan berkembangnya minat konsumen maka @prelovedbyhopi mulai merambah industri pembuatan aksesoris handmade berupa cincin, gelang, dan kalung yang terbuat dari bahan manik-manik. Sebagai usaha yang bergerak dalam jasa penjualan tas bekas dan pembuatan aksesoris handmade, @prelovedbyhopi memiliki strategi marketing untuk meningkatkan penjualan di media sosial.

Konten postingan instagram memberikan informasi mengenai spesifikasi produk, harga, jenis dan bahan yang ditawarkan. Agar meningkatkan minat konsumen untuk mengunjungi halaman instagram dan melakukan pembelian, maka konten postingan instagram harus dibuat semenarik mungkin. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Tinjauan Penerapan Strategi Marketing Pada Media Sosial Studi Kasus Pada Akun Instagram @prelovedbyhopi Bandung Tahun 2023”

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas sosial media dari @prelovedbyhopi yang dilakukan melalui instagram agar dapat menarik konsumen dengan teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Kuisisioner akan diberikan kepada konsumen ataupun calon konsumen @prelovedbyhopi melalui sosial media instagram. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran yaitu skala likert.

Kata kunci : instragram, strategi pemasaran, aktivitas media sosial