

ABSTRAK

Bandung merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang terkenal dengan kota yang sangat kreatif. Bandung juga merupakan kota yang terkenal dengan industri pakaian jadi dengan model yang unik dan sangat mengikuti trend masa kini. Sekarang ini perkembangan industri fashion di kota Bandung berkembang begitu pesat, dengan adanya perkembangan industri pakaian yang pesat maka harus dilakukan promosi agar tidak kalah dalam persaingan terbukti dengan banyaknya *factory outlet* dan distro yang menjamur di kota Bandung, sehingga Mood.ltd harus meningkatkan aktifitas promosi agar dapat bersaing dengan *brand* lainnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan promosi sosial media yang digunakan oleh Mood.ltd di Instagram. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian yang menggunakan metode kualitatif dengan metode pendekatan studi deskriptif. Penulis menggunakan teknik metode mendalam kepada pihak internal Mood.ltd dan konsumen.

Strategi tinjauan promosi yang digunakan oleh Mood.ltd yang berguna untuk mengukur seberapa efektif syarat promosi yang diterapkan untuk menciptakan interaksi dengan konsumen di sosial media Instagram yang digunakan oleh akun Instagram Mood.ltd dengan cara memberikan informasi produk dengan jelas dan menjawab segala pertanyaan yang berhubungan dengan produk, selain itu Mood.ltd mempunyai konsep natural menjadi salah satu ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian mengenai produk Mood.ltd sendiri. Selain itu Mood.ltd selalu memberikan *respond* yang cepat terhadap konsumen dan memberikan penjelasan dan solusi kepada konsumen yang mengalami masalah saat ingin melakukan pembelian terhadap produk Mood.ltd.

Kata Kunci : Bauran Promosi, Media Sosial