

## ABSTRAK

Salah satu jenis usaha yang sedang berkembang di Indonesia yaitu bisnis *Fashion*. Para pelaku usaha seperti *distro/factory outlet*, instansi/perusahaan, partai, komunitas, sekolah - sekolah, universitas maupun individu menjalin kerja sama dengan para konveksi untuk memproduksi produk sesuai dengan spesifikasi dan detail yang mereka inginkan. Kibo Industries memanfaatkan media social sebagai media untuk mempromosikan hasil produknya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Brand Image yang telah dibangun di Konveksi Kibo Industries melalui media sosial *Instagram*. Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif menggunakan pendekatan yang disebut studi deskriptif. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 4 informan diantaranya CEO Kibo Industries, *Marketing* Kibo Industries, *Client* Kibo Industries. Teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam..

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, diketahui bahwa Kibo Industries telah menjalankan strategi promosi dalam membangun *Brand Image* yang terbagi atas tiga kategori yaitu *Brand Strength*, *Brand Favorability*, dan *Brand Uniqueness*. Selain itu media dan sarana yang digunakan oleh Kibo Industries yaitu pemasaran melalui media *Online* seperti *instagram*, *facebook*, *kaskus* dan yang paling berpengaruh saat ini dalam memasarkan produk Kibo Industries yaitu melalui media *instagram* karena berperan penting efektif.

Kata kunci : *Brand Image, Brand Strength, Brand Favorability, Brand Uniqueness, media social*