

## ABSTRAK

Bisnis *fashion* di Indonesia berkembang sangat pesat. Perkembangan tren *fashion* di Indonesia menyentuh berbagai produk mulai dari produk *fashion* pria, wanita, anak-anak, hingga produk *fashion* muslim yang menyebabkan semakin banyaknya produsen/pedagang yang menawarkan beraneka jenis dan model busana muslimah. Cover Me adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang *fashion* muslim dengan *channel* sales *online*. Cover Me sudah memiliki produk yang bagus, namun tidak dibarengi dengan media promosi yang optimal dan juga visual disetiap kegiatan promosi yang kurang efektif dan informatif dengan penggayaaan yang kaku. Identitas produk di setiap promosi digitalnya pun masih kurang, sehingga menyebabkan kurangnya interaksi atau *engagement* di media sosial membuat para pembeli masih belum *interest* terhadap brand Cover Me. Berdasarkan fenomena dan masalah masalah tersebut, jadi diperlukan kegiatan promosi untuk mengenalkan produk ini ke masyarakat agar dapat dikenal oleh masyarakat dan meningkatkan penjualan dari produk ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat tampilan media promosi lebih informatif dan menarik sehingga dapat menaikkan kepercayaan konsumen dan penjualan produk, serta meningkatkan *awareness* masyarakat terkait produk dari brand Cover Me sehingga dapat menaikkan *engagement* penjualan. Metode pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan beberapa metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan studi literatur. Selain itu, analisa dilakukan dengan menggunakan analisa S.W.O.T (*Strength, weakness, opportunity, threats*), analisa A.O.I (*activity, opinion, dan interest*).

**Kata Kunci:** Promosi, Penjualan, Busana Muslim