

ABSTRAK

Potensi pemasaran dan aktivitas menjual barang dan jasa yang dilakukan pada akun Instagram @honeeystuff_ memiliki pemasaran tinggi yang diperhitungkan. Salah satu kriteria Honeey Stuff yang unggul dari kompetitor adalah konsisten dalam membuat dan menggunakan *template* desain konten Instagram yang didesain sendiri dan memiliki ciri khas, yaitu berwarna pink dan ungu. Honeey Stuff aktif dengan promosinya melalui Instagram Story ketersediaan stok barang, update barang baru, ulasan produk, rekomendasi produk sesuai kebutuhan orang yang membeli atau memakai jasa. Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana aktivitas komunikasi pemasaran pada akun Instagram @honeeystuff_. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah owner Honeey Stuff, konsumen, dan Marcomm Manager HSBC selaku informan ahli. Metode pengumpulan data yang digunakan wawancara dan observasi dan analisis data menggunakan analisis interaktif. Hasil penelitian menunjukkan beberapa poin kesimpulan. *Advertising* atau periklanan dilakukan dalam bentuk kegiatan *endorsement* kepada *influencer* lokal kota palu. *Sales Promotion* Honeey Stuff dilakukan untuk menarik konsumen pada tanggal atau momen tertentu. Promosi penjualan ditujukan untuk mempengaruhi minat beli konsumen melakukan keputusan pembelian saat itu juga. *Electronic Word of Mouth*. Dilakukan secara *online* melalui *review* pelanggan di media sosial yang kemudian mempengaruhi calon konsumen untuk melakukan pembelian. Terakhir, *Sponsorship*. Kegiatan *sponsorship* dipilih yang sesuai dengan Honeey Stuff dan dapat memberikan *value* serta *engagement* kepada Honeey Stuff. Kegiatan *sponsorship* yang dilakukan adalah *giveaway* dan kegiatan amal.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Instagram, @honeeystuff_