

ABSTRAK

UMKM Rie Hijab adalah UMKM yang bergerak di bidang pakaian/busana muslim indonesia. Pada tahun 2016 Rie Hijab telah terdaftar HAKI. Strategi marketing yang dilakukan oleh Rie Hijab sendiri lebih fokus di pasar online melalui media sosial dan market place, seperti mengikuti Pameran setiap bulannya dan berkomunikasi langsung dengan pelanggan. Diantara banyak merk muslim di Indonesia, Rie Hijab memutuskan untuk membuat perbedaan. Perbedaan ini dapat dilihat dari unsur batik yang selalu ada di semua produk Rie Hijab dan menjadi ciri khas dari Rie Hijab sendiri. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui perencanaan dan penerapan konten media sosial marketing pada Instagram UMKM Rie Hijab serta hambatan dalam pengembangan UMKM Rie Hjab dalam mempromosikan melalui media sosial Instagram. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik analisis deskriptif, penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan objek dan subjek sesuai dengan keadaannya. Prosedur pengumpulan informasi menggunakan persepsi, pertemuan dan dokumentasi. Dengan pemeriksaan informasi, yaitu pengumpulan informasi, penurunan dan penyajian informasi. Konsekuensi dari eksplorasi tersebut adalah terciptanya konten hiburan online Instagram sebagai salah satu cara untuk memajukan produk UMKM Rie Hijab. Menjadikan nama Rie Hijab terkenal di kalangan UMKM khususnya di Kota Bandung, atau populer karena lebih teratur dan dinamis dalam memperkenalkan citranya ke wilayah yang lebih luas khususnya di Kota Bandung. Dalam dunia bisnis, untuk mempromosikan suatu produk harus rutin, tekun, dan konsisten serta kreatif dan inovatif dalam menjalankannya. Karena pengaruhnya yang sangat besar terhadap pendapatan suatu bisnis media sosial atau teknologi, saat ini dapat menjadi tolak ukur apakah suatu bisnis akan berkembang atau bertahan. Kendala yang terjadi dalam mempromosikan media sosial Instagram UMKM Rie Hijab untuk mengembangkan brandnya adalah waktu. Waktu adalah alasan yang sangat jelas. Terlihat dari area tersebut, hiburan virtual UMKM Rie Hijab saat ini sebenarnya diawasi oleh pemiliknya, selain itu pemiliknya juga disibukkan dengan berbagai hal.

Kata Kunci : *Media Sosial, Konten Marketing, Instragram@rie.hijab_*