

Analisis Peran Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Fashion Remaja Di Indonesia (Studi Kasus Pada Merek Uniqlo Indonesia)

Risma Adia Mustofa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20524105&lokasi=lokal>

Abstrak

Bisnis fashion di era saat ini tidaklah mudah, banyak sekali kompetitor yang bermunculan secara tidak langsung akan mempengaruhi suatu perusahaan dalam mempertahankan konsumennya dapat dilihat dari banyaknya merek fashion yang terus menerus hadir ke tanah air. Tidak hanya itu, setiap tahunnya fashion mengalami perubahan. Merek-merek tertentu berlomba untuk menciptakan trend fashion yang dapat masuk kepada semua konsumennya. Namun dalam metode penjualan ke konsumen, sudah harus mengikuti perubahan zaman. Industri fashion sudah harus mengarahkan penjualannya ke arah digitalisasi seperti media sosial. Analisis terhadap pengaplikasian sosial media marketing strategi yang dilakukan oleh Uniqlo Indonesia dalam meningkatkan Brand Awareness serta meningkatkan User Engagement pada sebuah platform media sosial khususnya Instagram. Meningkatnya penjualan fashion remaja di Indonesia didasari oleh kesadaran diri akan fashion yang sudah mengarah pada pemenuhan gaya hidup dalam berbusana. Uniqlo Indonesia memanfaatkan digital marketing untuk promosi. Upaya yang dilakukannya berupa promosi hingga product knowledge yang tersampaikan kepada konsumen. Dengan menggunakan kekuatan sosial media Instagram, Uniqlo Indonesia berhasil meningkatkan brand awareness serta meningkatkan user engagement. Hal tersebut berhasil meningkatkan penjualan produk Uniqlo Indonesia.

.....The fashion business in the current era is not easy, there are so many competitors that have sprung up which will indirectly affect a company in retaining its customers, as can be seen from the many fashion brands that are constantly present in the country. Not only that, every year fashion changes. Certain brands are competing to create fashion trends that can reach all consumers. However, in the method of selling to consumers, it has to keep up with the changing times. The fashion industry has to direct its sales toward digitalization such as social media. Analysis of the application of social media marketing strategies carried out by Uniqlo Indonesia in increasing Brand Awareness and Increasing User Engagement on a social media platform, especially Instagram. The increasing sales of youth fashion in Indonesia are based on self-awareness of fashion which has led to the fulfillment of a lifestyle in dresses. Uniqlo Indonesia utilizes digital marketing for promotion. Their efforts are in the form of promotion of product knowledge that is conveyed to consumers. By using the power of social media Instagram, Uniqlo Indonesia has succeeded in increasing brand awareness and user engagement. This has succeeded in increasing sales of Uniqlo Indonesia products.