



## Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (2) 2024: 1031-1038

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



### Strategi Pemasaran Produk Camille Beauty Melalui Media Sosial Instagram @camille.beauty

Eva Dwi Septriani<sup>1</sup>, Sulis Fitriani<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi dan bisnis, Universitas Pamulang

\* Corresponding author: [evaseptriani5@gmail.com](mailto:evaseptriani5@gmail.com)

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima (Maret 2024) Disetujui (April 2024) Diterbitkan (Mei 2024)</p>	<p>Di zaman teknologi digital yang serba canggih ini, Media sosial telah menjadi salah satu alat pemasaran paling berpengaruh dalam era digital ini. . Instagram memberikan platform bagi pebisnis online untuk menjual dan mempromosikan barang dagangannya. Merek kosmetik lokal Camille Beauty menggunakan media sosial Instagram untuk menjangkau konsumen dan meningkatkan penjualan. Strategi yang baik akan menguntungkan pelaku bisnis ketika tujuannya tercapai. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis strategi pemasaran produk Camille Beauty melalui Instagram @camille.beauty. Dalam penelitian ini, digunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi dan dokumentasi. Berdasarkan hasil dari penelitian ini adalah bahwa Strategi Pemasaran Produk Camille Beauty Melalui Media Sosial Instagram @camille.beauty memanfaatkan berbagai fitur Instagram yang menarik untuk berinteraksi dengan pengikutnya dan menarik target, seperti feed, Instagram Stories, highlight dan Reels untuk memberikan konten yang menarik dan informatif, seperti tutorial dan review produk untuk membangun kepercayaan para konsumen. Camille Beauty berhasil menerapkan strategi pemasaran yang efektif melalui Instagram. Hal ini terbukti dengan meningkatnya jumlah pengikut, penjualan produk, dan kesadaran brand.</p>
<p><b>Kata Kunci:</b> Strategi Pemasaran, Media Sosial, Instagram, Camille Beauty</p>	<p><b>ABSTRACT</b></p>
<p><b>Keywords:</b> Marketing Strategy, Social Media, Instagram, Camille Beauty</p>	<p><i>In this era of advanced digital technology, social media has become one of the most influential marketing tools. Instagram, in particular, provides a platform for online businesses to sell and promote their products. Local cosmetics brand Camille Beauty utilizes Instagram as a social media channel to reach consumers and boost sales. A well-executed strategy can greatly benefit businesses when its objectives are met. The aim of this research is to analyze the marketing strategy of Camille Beauty products through Instagram @camille.beauty. This study employs a qualitative descriptive method with data collection techniques involving observation and documentation. The findings reveal that Camille Beauty's Marketing Strategy through Social Media Instagram @camille.beauty utilizes various engaging features of Instagram to interact with followers and attract the target audience, such as feed, Instagram Stories, highlights,</i></p>

---

*and Reels, to provide compelling and informative content such as tutorials and product reviews to build consumer trust. Camille Beauty has successfully implemented an effective marketing strategy through Instagram, evidenced by an increase in followers, product sales, and brand awareness.*

---

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Kemajuan penggunaan internet di seluruh dunia semakin mengalami peningkatan yang pesat. Saat ini, Media sosial menjadi salah satu alat yang penting untuk memasarkan produk. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi dan bersosialisasi, tetapi juga untuk berbisnis.

Dunia digital kini telah mempengaruhi seluruh aspek kehidupan masyarakat Indonesia. Mulai dari membaca berita hingga menonton televisi, kegiatan-kegiatan tersebut kini biasa dilakukan melalui gadget. Demikian pula dengan tren pemasaran di Indonesia yang beralih ke media digital, yang dikenal sebagai digital marketing. Hal ini menghadirkan peluang baru bagi bisnis untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital.

Memanfaatkan teknologi canggih dalam pemasaran, seperti digital marketing, terus berkembang seiring waktu. Dengan adanya media sosial yang semakin maju, kita bisa memanfaatkannya untuk mempromosikan produk. Namun, produk juga perlu memiliki keunikan agar bisa diterima dan disukai oleh konsumen. Produk memiliki ciri khas yang biasanya dapat dijual belikan dan diterima baik oleh konsumen yaitu dengan kualitas produk yang bagus dan unggul dan dapat memberikan banyak manfaat yang nyata sesuai dengan kebutuhan konsumen (Akbarina, 2018).

Salah satu metode yang sangat efektif dalam memasarkan produk kecantikan adalah melalui media sosial Instagram. Dengan basis pengguna yang luas dan aktif, terutama di kalangan perempuan muda yang merupakan target utama produk kecantikan, Instagram menjadi platform yang sangat potensial untuk mencapai audiens yang tepat.

Media sosial kini menjadi alat promosi yang sangat berpengaruh positif untuk meningkatkan keputusan pembelian karena media sosial merupakan perkembangan teknologi yang digemari semua masyarakat di Indonesia baik anak-anak, anak muda, maupun orang tua dengan media sosial mereka dapat mengetahui berbagai informasi dan dapat mengetahui semua produk yang dipromosikan melalui media sosial tersebut (Linda Saffira & Ginanjar Rahmawan, 2022). Media sosial tidak hanya menjadi platform untuk interaksi sosial, melainkan salah satu pilar penting bagi masyarakat dan pelaku industri dalam melakukan pemasaran digital. Salah satu platform media sosial yang populer dan banyak digunakan untuk pemasaran produk adalah Instagram. Platform ini menawarkan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk, seperti konten visual yang menarik, fitur interaktif, dan iklan.

Dunia bisnis sekarang semakin menyadari perkembangan teknologi yang cepat dan persaingan yang semakin sengit, terutama di bidang pemasaran. Dengan kompetisi yang ketat, strategi yang pernah berhasil mungkin tidak akan berfungsi lagi di masa sekarang atau mendatang. Perusahaan perlu merencanakan strategi baru yang dapat menyesuaikan diri dengan perubahan saat ini untuk tetap bersaing dan memperluas pasar mereka.

Instagram bukan hanya tempat untuk promosi, tapi juga tempat yang bagus untuk membangun cerita yang menarik tentang merek dan menarik perhatian orang. Bagian awal ini akan menjelaskan cara membangun identitas merek yang kuat, menjalin hubungan yang dekat dengan pelanggan, dan membuat komunitas yang setia di Instagram.

Salah satu brand lokal yang memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya adalah Camille Beauty. Camille Beauty telah menjadi brand skincare asal Indonesia yang sangat populer. Didirikan pada tahun 2018 oleh Nadya Shavira, Camille Beauty sendiri memproduksi beberapa skincare seperti face mist, masker untuk wajah, toner, serum, body scrub, night cream, day cream, moisturizer, dan essence yang dapat dibeli melalui media sosial termasuk Instagram. Produk yang diluncurkan pertama kali adalah produk

masker organik. Masker organik sebagai produk pertama dan andalan Camille Beauty, sukses terjual lebih dari 700 ribu unit per bulan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang digunakan oleh Camille Beauty dalam mempromosikan produknya melalui platform Instagram. Diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berguna bagi merek lain dalam merancang strategi pemasaran yang sukses di media sosial.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Strategi Pemasaran**

Strategi Pemasaran adalah rencana lengkap yang menggabungkan berbagai langkah untuk memasarkan barang dan jasa. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan, kebijakan, dan aturan yang mengarahkan upaya pemasaran barang dan jasa. Ini adalah rencana terarah untuk mencapai hasil terbaik dalam pemasaran.

Strategi pemasaran adalah serangkaian langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan. Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai "proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian upaya pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran yang ditetapkan dalam pasar sasaran".

Salah satu cara umum yang digunakan oleh perusahaan untuk memasarkan produknya adalah dengan melakukan promosi sendiri, yang biasanya disebut sebagai bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk merencanakan dan menyajikan produk dengan baik kepada segmen pasar tertentu yang menjadi targetnya. Tujuannya adalah untuk menarik minat konsumen agar membeli produk tersebut.

### **Media Sosial**

Media sosial adalah Sebuah platform daring yang memfasilitasi pengguna untuk terhubung satu sama lain dan bertukar informasi. Media sosial dapat digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk untuk memasarkan produk.

Dengan berkembangnya teknologi media promosi juga semakin bertambah dan meluas salah satunya melalui media internet, dengan menggunakan media internet perusahaan tidak membutuhkan banyak biaya untuk mempromosikan produk, memudahkan proses promosi dan jangkauannya pun lebih luas (Desi Khamaria:2019).

Menurut Henderi, Muhammad Yusuf, dan Yuliana Isma Graha, media sosial juga bisa dipahami sebagai situs jaringan sosial seperti layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk membangun profil publik atau semi publik dalam sistem yang terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu system (Henderi, Muhammad Yusuf:2007).

### **Instagram**

Instagram adalah media sosial yang berfokus pada foto dan video. Instagram memiliki lebih dari 1 miliar pengguna aktif di seluruh dunia. Instagram menjadi salah satu platform yang paling efektif untuk memasarkan produk karena Visual yang menarik: Instagram adalah platform visual yang memungkinkan perusahaan untuk menampilkan produknya dengan cara yang menarik. Fitur yang interaktif: Instagram memiliki berbagai fitur interaktif, seperti Stories, Reels, dan IGTV, yang memungkinkan perusahaan untuk menjangkau konsumen lebih luas.

Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Atmoko, 2012:10)

### **Camille Beauty**

Camille Beauty didirikan pada tahun 2018 oleh Nadya Shavira, yang saat itu masih berusia 18 tahun. Berawal dari keinginannya untuk mencari penghasilan sendiri, Nadya memulai dengan menjadi

reseller masker organik. Seiring berjalannya waktu, ia melihat potensi besar dalam bisnis skincare dan memutuskan untuk membangun brandnya sendiri.

Produk pertama Camille Beauty adalah masker organik dengan berbagai varian, seperti strawberry, lemon, green tea, coklat, susu, dan kopi. Masker ini dibuat sendiri oleh Nadya dengan bantuan ibunya, seorang apoteker. Kualitas produk dan harga yang terjangkau membuat Camille Beauty mendapatkan popularitas, terutama di kalangan remaja.

Pada tahun 2020, Nadya mengubah nama brandnya dari Maskyourneeds menjadi Camille Beauty. Di tahun yang sama, ia juga mendaftarkan semua produknya ke BPOM dan berhasil mendapatkan sertifikat. Hal ini menjadi langkah penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap brand Camille Beauty.

Camille Beauty terus berkembang dengan meluncurkan berbagai produk skincare baru, seperti serum, toner, dan moisturizer. Brand ini juga aktif di media sosial dan menjalin kerjasama dengan influencer, sehingga semakin dikenal dan digemari oleh masyarakat Indonesia.

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan dengan menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan memahami fenomena atau kejadian secara detail dan mendalam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah melalui observasi dan dokumentasi. Data observasi dilakukan dengan mengamati akun Instagram @camille.beauty untuk melihat bagaimana brand ini menggunakan platform tersebut untuk memasarkan produknya. Data dokumentasi diperoleh melalui konten Instagram Camille Beauty, seperti foto, video, dan caption. Data yang terkumpul diolah menggunakan teknik analisis deskriptif. Analisis deskriptif dilakukan dengan mendeskripsikan dan memahami data yang ada.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

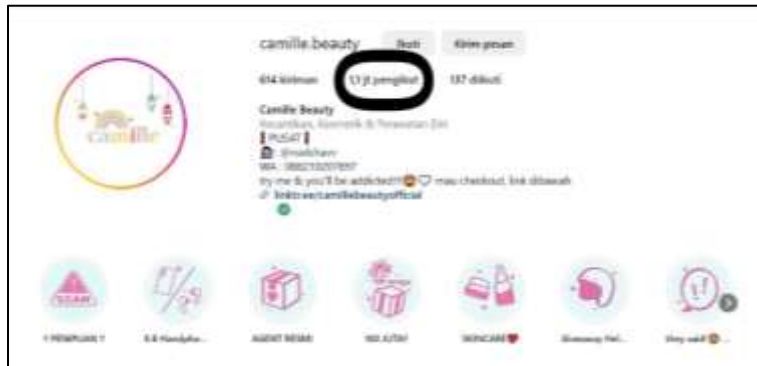
Saat ini, masyarakat secara luas menggunakan media sosial, dan permintaan akan produk-produk yang memberikan hasil cepat dan berkelanjutan semakin tinggi. Khususnya di Indonesia, generasi muda cenderung mengikuti tren dalam berbelanja, mencerminkan tingginya perilaku konsumtif di kalangan mereka dan keterbukaan mereka terhadap produk-produk baru.

Temuan dari penelitian ini menegaskan bahwa Camille Beauty telah berhasil mengimplementasikan strategi pemasaran yang efisien lewat platform Instagram. Pendekatan tersebut turut berperan dalam meningkatkan kesadaran akan merek, interaksi pengguna, serta volume penjualan produk. Camille Beauty menghasilkan konten yang informatif, edukatif, dan inspiratif mengenai produk dan kecantikan. Konten tersebut disajikan dengan cara yang menarik dan estetis, menggunakan visual berkualitas tinggi, serta teks yang mudah dipahami.

Dalam platform Instagram, tersedia beragam fitur yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna untuk keperluan pemasaran atau promosi produk dan layanan secara online. Hal yang sama juga dilakukan oleh Camille Beauty, yang menggunakan beberapa fitur Instagram sebagai media promosi. Strategi pemasaran yang diterapkan akan terkait dengan fitur-fitur yang dimanfaatkan oleh Camille Beauty.

Camille Beauty telah berhasil memanfaatkan fitur-fitur Instagram secara maksimal, yang meliputi Stories, Reels, dan Live, untuk mencapai dampak positif. Dengan memanfaatkan fitur-fitur interaktif tersebut, seperti Stories, Reels, dan Live, Camille Beauty berhasil meningkatkan keterlibatan dengan konsumen secara signifikan, terbukti dari jumlah komentar, like, dan share yang tinggi pada setiap postingannya. Berikut adalah beberapa fitur dalam akun Instagram Camille Beauty yang telah digunakan sebagai bagian dari strategi pemasaran online:

## 1. Followers

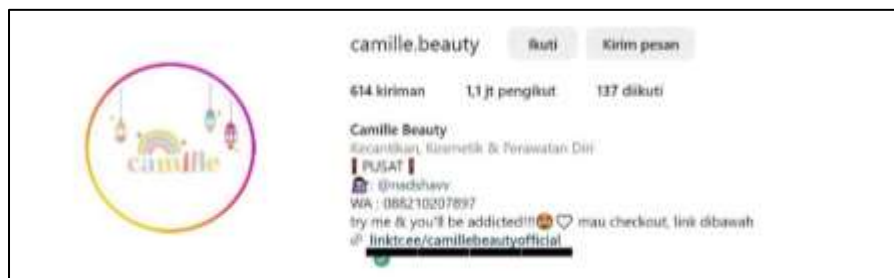


**Gambar 1. Jumlah Followers**  
(Sumber: screenshots Instagram @camille.beauty)

Followers merupakan salah satu fitur yang dimiliki Instagram. Penggunaan fitur pengikut Instagram dapat menjadi alat yang sangat berharga dalam strategi pemasaran produk kecantikan, seperti yang dilakukan oleh Camille Beauty. Dengan menyesuaikan konten dan iklan untuk mencapai pengikut yang tepat, kesempatan untuk menjangkau konsumen yang berminat dengan produk kecantikan akan meningkat secara signifikan.

Camille Beauty dapat memanfaatkan fitur penargetan Instagram untuk menjangkau audiens dengan mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk usia, jenis kelamin, lokasi geografis, minat, dan perilaku. Sebagai contoh, merek dapat menargetkan iklan kepada wanita berusia 18-34 tahun yang tinggal di Indonesia dan memiliki minat dalam kecantikan serta perawatan kulit. Oleh karena itu followers sangat penting dalam menjalankan usaha bisnis online, karena dapat menguntungkan dalam melakukan kegiatan promosi.

## 2. Tautan Pada Bio Instagram



**Gambar 2. Tautan toko online**  
(Sumber: screenshots Instagram @camille.beauty)

Pada deskripsi singkat atau teks yang ada di bagian profil pengguna disebut juga bio pada Instagram Camille Beauty tertera tautan yang memudahkan konsumen untuk membeli produk. Camille Beauty memanfaatkan fitur tautan di bio untuk mengalihkan pengguna langsung ke website atau halaman arahan produk mereka. Strategi pemasaran Camille Beauty mencakup penggunaan fitur tautan pada bio yang memandu pengguna menuju website atau halaman khusus produk. Tautan tersebut adalah satu-satunya yang ada di profil Instagram. Dengan satu klik, pengguna bisa langsung menuju ke situs web, toko online seperti shopee, Lazada, Tokopedia dan juga social media seperti tiktok dan facebook. Ini membuatnya jadi lebih gampang dan cepat untuk mengarahkan pengguna ke tempat yang diinginkan secara online

### 3. Instagram Highlight



**Gambar 3. highlight instagram camille beauty  
(Sumber: screenshots Instagram @camille.beauty)**

Instagram Highlight merupakan fitur yang terdapat di aplikasi Instagram untuk mengarsip instastory agar bisa dilihat kapan saja. fitur ini merupakan hal yang penting, karena dapat mengabadikan atau menyimpan stories yang dibuat, dengan begitu bisa dilihat oleh pengguna banyak. fitur ini sangat menguntungkan karena dapat dijadikan promosi jangka panjang dan ketertarikan pengguna. Camille Beauty memanfaatkan fitur highlight secara optimal pada akun Camille beauty hingga saat ini. Judul highlight yang tersemat lebih dari 50 pada akun tersebut. Beberapa yang disematkan berupa informasi give away, promo, review produk, Q&A, events, dll. Camille beauty juga melakukan promosi melalui penjualan personal (personal selling) di Instagram Highlight yang mempunyai tujuan untuk menarik perhatian pembeli agar dapat membeli produk yang ditawarkan oleh Camille Beauty. Membantu pelanggan dengan memberikan informasi dan pemahaman tentang produk adalah bagian dari perencanaan untuk meyakinkan para pengikut Camille Beauty bahwa produk mereka efektif dalam mengatasi masalah kulit.

### 4. Instagram Stories

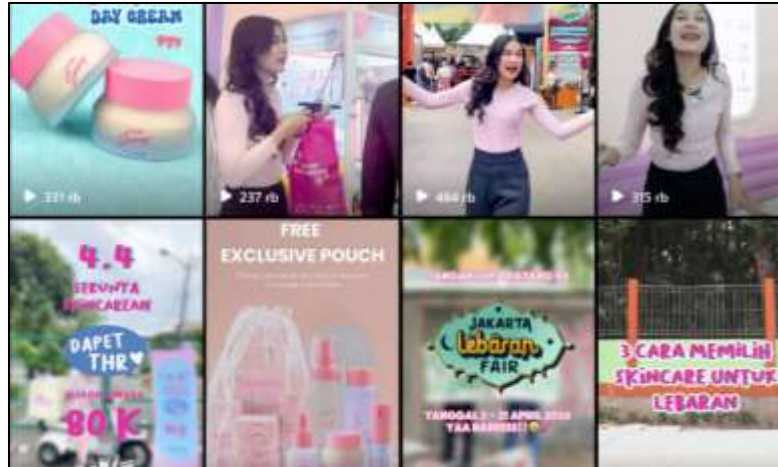


**Gambar 5. Story  
(Sumber: screenshots Instagram @camille.beauty)**

Pemanfaatan Instagram Stories sebagai alat untuk mereview produk telah dibuktikan sebagai strategi pemasaran yang sangat berhasil. bagi Camille Beauty. Dalam mengimplementasikan strategi ini, Camille Beauty secara aktif memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan oleh Instagram guna memperkuat keterlibatan dengan konsumen serta mencapai tujuan pemasarannya. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menampilkan testimoni positif dari konsumen yang telah menggunakan produk-produk Camille Beauty.

## 5. Instagram Reels

Reels adalah jenis video yang mengasyikkan dan menghibur yang bisa membantu Camille Beauty untuk lebih dikenal. Mereka menggunakan Reels untuk memperkenalkan produknya secara kreatif dan menarik, misalnya dengan menunjukkan cara penggunaan yang benar pada produk mereka, memberikan tips kecantikan, atau menampilkan hasil yang didapat pelanggan. Selain itu, Camille Beauty juga berbagi tips bermanfaat seputar kecantikan, seperti perawatan kulit, pemilihan produk makeup yang sesuai, dan solusi untuk masalah kecantikan. Tips ini membantu konsumen untuk lebih memahami dunia kecantikan dan memperkuat citra Camille Beauty sebagai merek yang memberikan informasi berguna.



**Gambar 6. Reels Instagram**  
(Sumber: screenshots Instagram @camille.beauty)

## 6. Feed Instagram

Halaman utama profil Instagram, yang dikenal sebagai Feed Instagram, menjadi wadah utama untuk menampilkan foto dan video yang diposting oleh pengguna. Camille Beauty memanfaatkan feed Instagram sebagai sarana untuk memasarkan produknya dengan tujuan menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Dengan menggunakan beragam foto dan video berkualitas tinggi yang berisi hiburan dan informasi tentang produk mereka, disertai dengan hashtag dan caption yang relevan dan menarik, Camille Beauty berhasil meningkatkan kualitas kontennya di kalangan konsumen yang tertarik pada produk dan tren kecantikan.



**Gambar 7. feeds Instagram**  
(Sumber: screenshots Instagram@camille.beauty)  
@camille.beauty)



**Gambar 8. Caption & hashtag Instagram**  
(Sumber: screenshots Instagram)



## KESIMPULAN

Pemasaran digital saat ini telah menjadi kunci strategis bagi banyak bisnis. Salah satu elemen kunci dalam pemasaran digital adalah penggunaan media sosial, yang memungkinkan bisnis untuk menjangkau masyarakat lebih luas, Dengan biaya yang lebih terjangkau dibandingkan dengan metode pemasaran offline. Instagram, sebagai platform media sosial yang populer, menawarkan fitur-fitur yang memungkinkan bisnis untuk mengembangkan strategi pemasaran mereka secara efektif.

Strategi komunikasi pemasaran produk Camille Beauty melalui media sosial memanfaatkan Instagram dalam menjalankan strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan fitur yang ada di dalam Instagram. Instagram dipandang sebagai platform media sosial yang paling efektif, cepat, dan mudah dijangkau oleh tim Camille Beauty serta para pelanggannya. Salah satu contoh yang menerapkan strategi pemasaran secara digital melalui Instagram yaitu oleh Camille beauty, sebuah merek skincare lokal. Dengan memiliki jumlah pengikut yang mencapai 1,1 juta, Camille beauty telah berhasil menarik perhatian konsumen melalui akun Instagram mereka, @camille.beauty.

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Camille beauty secara aktif dan konsisten menggunakan Instagram sebagai salah satu strategi utama dalam pemasaran mereka. Mereka memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan oleh Instagram, seperti feed, stories, highlight, Instagram Reels, caption, dan hashtag, untuk memaksimalkan dampak pemasaran mereka.

Konten yang diunggah oleh Camille beauty berupa video dan foto dengan tampilan yang menarik, yang tidak hanya menarik perhatian publik tetapi juga membantu dalam membangun citra merek yang positif. Dengan demikian, adanya Camille beauty di Instagram telah membuktikan efektivitasnya dalam mencapai tujuan pemasaran mereka melalui instagram.

## REFERENSI

- Akbarina, F. (2018). *Pengantar Bisnis. Malang*. Malang : POLINEMA PRESS.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- fimela.com. (2021, Desember 14). *Diary Fimela: Kisah Pembisnis Muda Membuat Brand Masker Paling Laris di Tahun 2021*. Diakses pada 20 April 2024, dari <https://www.fimela.com/beauty/read/4745212/diary-fimela-kisah-pembisnis-muda-membuat-brand-masker-paling-laris-di-tahun-2021>
- Henderi, M. Y., & Yuliana, I. G. (2007). *Pengertian Media Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Khamaria, D. (2019). *Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Bekas Pada Usaha Ayano Motor Di Perawang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*. Riau: UIN SUSKA RIAU.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- mix.co.id. (2022, January 5). *Nadya Shavira, Perempuan di Balik Sukses Masker Organik Camille Beauty*. Diakses pada 20 April 2024, dari <https://mix.co.id/people-of-the-week/people/nadya-shavira-perempuan-di-balik-sukses-masker-organik-camille-beauty/>
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 214-224.
- Saffira, L., & Ginanjar, R. (2022, may 30). *Perilaku Penggunaan Tik Tok Sebagai Media Promosi Pebisnis*. Diambil kembali dari *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)* 3, no. 4. Diakses 20 April 2024, dari <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/ekuitas/article/view/1451>
- Syaipudin, L., & Awwalin, I. N. (2022). Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(01), 31-42.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@ subur\_batik. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.