

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya fenomena media sosial yang bisa digunakan sebagai media promosi. Namun seiring berkembangnya teknologi timbul banyak masalah mengenai penipuan. Kepercayaan menjadi modal utama sebagai pelaku promosi bisnis online melalui media sosial. Penelitian dilakukan untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh Kenyos Gallery dalam membentuk kepercayaan konsumen melalui endorsement di Instagram. Selain itu, juga untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung bagi Kenyos Gallery dalam menerapkan strateginya tersebut. Kenyos Gallery merupakan online shop yang menjual pakaian wanita dengan menggunakan Instagram. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara mendalam, pengamatan, dan dokumentasi yang berkaitan dengan Kenyos Gallery. Adapun hasil penelitian yang ditemukan adalah digunakannya strategi Celebrity Endorse untuk mempromosikan produknya di Instagram dengan tujuan menghasilkan competence dan integrity sebagai online shop yang dapat dipercaya. Kenyos Gallery membentuk kepercayaan konsumen melalui endorsement di Instagram dengan menggunakan lima langkah yaitu menggunakan endorser dari selebgram, dari pelanggan, menyelaraskan endorser dan hastag sesuai dengan produk, menyajikan foto sesuai dengan produk beserta informasinya, dan melakukan endorsement secara berkala. Sedangkan faktor pendukung yaitu ketersediaan produk baru, adanya endorser yang beragam, dan tim yang solid. Selain itu, faktor penghambat berupa waktu yang sedikit, serta biaya endorsement yang mahal untuk melaksanakan strategi tersebut.

Kata kunci: komunikasi pemasaran, kepercayaan, endorsement, instagram