ABSTRAK

Kemunculan media sosial merupakan dampak dari adanya transformasi *digital*. Media sosial turut merevolusi praktik pemasaran seperti periklanan dan promosi di dalam dunia bisnis. *Marketers* mulai menyadari bahwa media sosial memiliki fungsi yang lebih luas untuk menunjang perkembangan suatu bisnis. Sehingga muncul istilah *social media marketing* yang memiliki lima karakteristik yaitu *entertainment, interaction, trendiness, customization* dan *word of mouth*. Bisnis dalam dunia *fashion* khususnya baju *secondhand* turut mengalami perubahan, yang semula hanya dilakukan secara *offline* kini dapat dilakukan secara *online* menggunakan media sosial, atau dikenal dengan *online thrift shop*. Salah satunya adalah @reuse.able, *online thrift shop* yang menggunakan Instagram untuk menunjang kebutuhan bisnisnya. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *social media marketing* @reuse.able di Instagram berdasarkan lima karakteristik *social media marketing* yaitu *entertainment, interaction, trendiness, customized* dan *word of mouth*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme karena peneliti ingin menelaah secara mendalam terkait topik yang diangkat. Hasil dari penelitian menggambarkan bahwa @reuse.able sudah menerapkan kelima karakteristik dari *social media marketing* yaitu *entertainment, interaction, trendiness, customized* dan *word of mouth* di akun Instagram-nya, hal ini didukung oleh penggunaan fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram, sehingga *social media marketing* yang dilakukan memberikan dampak yang positif.

Kata kunci: *social media marketing, Instagram, online thrift shop*