

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana implementasi pemasaran melalui media sosial dapat meningkatkan penjualan produk pada Adhigana Seaweed Nusantara. Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi sarana yang efektif untuk menjangkau konsumen secara luas dan membangun komunikasi dua arah. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan tim internal dan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan melalui platform seperti Instagram dan Facebook mampu membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, meningkatkan interaksi, dan mendorong pertumbuhan penjualan. Konten edukatif, interaksi aktif, dan dukungan pasca-transaksi menjadi faktor kunci keberhasilan pemasaran digital perusahaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai saluran komunikasi strategis yang dapat memperkuat posisi merek dan meningkatkan penjualan produk.

Kata kunci: pemasaran, media sosial, penjualan produk.