**RINGKESAN**

 **Ulikan ieu dijudulan "Manfaat Instagram Salaku Komunikasi Pamasaran *Onslineshop* @Rma.collection (kualitatif Study deskriptif Dina Manfaat Instagram Salaku Komunikasi Pamasaran Onlineshop @Rma.collection)".**

 **Ulikan ieu boga tujuan pikeun nangtukeun sabaraha ngaruh komunikasi pamasaran onlineshop @rma.collection lewat média sosial Instagram dina ngaronjatkeun minat konsumen. Dina ulikan ieu, peneliti make Teori Komunikasi Pamasaran, sarta ku kituna tujuan pangajaran ieu nangtukeun Iklan (Advertising), Promosi (promotion), Hubungan Masyarakat (PR), Penjualan Tatap Muka (Personal Selling) jeung Penjualan langsung (Direct Marketing) dilakukeun ku onlineshop @ rma.collection.**

 **Pendekatan ieu panalungtikan nyaéta métode déskriptif kualitatif. Jumlah informan téh aya 10 (sapuluh) informan diwangun ku 1 (hiji) informan konci nyaeta nu boga @rma.collection, salapan (9) informan tambahan nyaéta konsumen @rma.collection yén média sosial nu ngafollow Instagram @rma.collection.**

 **Pendataan ieu dilakukeun ku ulikan widang (panalungtikan lapangan) jeung ulikan pustaka (panalungtikan perpustakaan). Téhnik analisis data nu digunakeun nya éta réduksi data (réduksi data), pintonan data (presentasi data) jeung verifikasi.**

 **Dina iklan (iklan) anu dilakukeun ku @rma.collection cukup alus kalawan kampanye (promotion) di @rma.collection cukup pikeun narik pamakéna, keur humas (humas) @rma.colection geus rada alus dina hubungan wangunan kalayan pamakéna, bari ngajual rupa pikeun nyanghareupan (jual pribadi) anu dilakukeun ku @rma.collection jeung konsumén atawa pamakéna geus boga cara boh lamun konsumen datang ka toko @ rma.collection biasana dipigawé eta ngécéskeun produk jeung biasana nawiskeun nasihat anu bakal dibeuli ku konsumen, keur jualan langsung (marketing langsung) @rmacollection perlu dibenerkeun sabab aya hal atawa ngabales kirang gancang katarima konsumen.**