**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE SHOP yang membahas mengenai Studi Deskriftif Instagram Sebagai Media Promosi Online Shop @Lucytoo.co di Bandung

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah penggunaan media sosial *Instagram* sebagai media promosi *onlineshop*

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif yang berfokus pada deskriptif kualitatif. Pada penelitian ini peneliti mengambil 10 informan yang terdiri dari informan Ahli, Akademis dan Inti. Teori yang digunakan adalah Teori Konvergensi (Jenkins 2006)

Pengumpulan data dari metode yang digunakan tersebut terdiri dari observasi, studi pustaka dan wawancara mendalam. Teknik pengumpulan data studi pustaka dan studi lapangan (observasi, dan wawancara mendalam).

Hasil Penelitian ini untuk mengetahui *computing, communication* dan *content* dalam penggunaan media sosial *instagram* sebagai media promosi *onlineshop*

Strategi dalam pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai media promosi harus sangat di perhatikan, karna sudah ribuan bahkan jutaan orang yang juga menggunakan media sosialnya untuk mempromosikan sesuatu, dibutuhkan komunikasi yang baik dan konten yang menarik sehingga media sosial kita akan lebih mudah untuk di terima dan di kenal.

Kata Kunci : Instagram, Media, Konvergensi, Promosi

**ABSTRACT**

*This research is entitled INSTAGRAM AS ONLINE SHOP PROMOTION MEDIA which discusses the Descriptive Study of Instagram as Promotional Media for the @Lucytoo.co Online Shop in Bandung.*

*This study aims to find out how to use Instagram social media as an online shop promotion media*

*The method used in this research is qualitative which focuses on qualitative descriptive. In this study, researchers took 10 informants consisting of expert, academic and core informants. The theory used is the Convergence Theory (Jenkins 2006)*

*Data collection from the method used consisted of observation, literature study and in-depth interviews. The technique of collecting data is literature study and field study (observation, and in-depth interviews).*

*The results of this study are to determine computing, communication and content in the use of Instagram social media as an online shop promotion media*

*The strategy in using Instagram social media as a promotional media must be paid attention to, because thousands and even millions of people have also used their social media to promote something, good communication and interesting content are needed so that our social media will be easier to accept and recognize. .*

*Keywords: Instagram, Media, Convergence, Promotion*

**RINGKESAN**

Panilitian ieu dijudulan INSTAGRAM ASÉN ONLINE SHOP PROMOTION MEDIA anu ngabahas Study Deskriptif Instagram salaku Media Promosi pikeun Online Shop @ Lucytoo.co di Bandung

Ulikan ieu dimaksudkeun pikeun milarian terang kumaha ngagunakeun média sosial Instagram salaku média promosi toko online

Métode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta kualitatif anu museur kana deskriptif kualitatif. Dina panilitian ieu, panaliti nyandak 10 informan anu diwangun ku informan ahli, akademik sareng inti. Téori anu digunakeun nyaéta Téori Konvergénsi (Jenkins 2006)

Ngumpulkeun data tina metode anu digunakeun diwangun ku obsérvasi, studi pustaka sareng wawancara anu jero. Téhnik ngumpulkeun data nyaéta studi pustaka sareng studi lapangan (obsérvasi, sareng wawancara mendalam).

Hasil tina panilitian ieu pikeun nangtoskeun komputasi, komunikasi sareng kontén dina panggunaan média sosial Instagram salaku média promosi toko online

Strategi dina ngagunakeun média sosial Instagram salaku média promosi kedah diperhatoskeun pisan, sabab rébuan bahkan jutaan jalma ogé ngagunakeun média sosial pikeun ngamajukeun hiji hal, komunikasi anu saé sareng kontén anu pikaresepeun diperyogikeun supados média sosial urang bakal langkung gampang ditampi sareng mikawanoh.

Kata kunci: Instagram, Média, Konvergénsi, Promosi