

ABSTRAK

Dalam dunia bisnis, promosi secara online melalui platform seperti Instagram menjadi sangat dibutuhkan karena kemudahan penggunaannya, efisiensi waktu dan biaya, serta kemampuan menjangkau audiens yang luas. Skripsi ini berjudul "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Online Pada Produk Salasa ". Instagram dinilai memiliki potensi besar dalam mendukung promosi produk fashion, terutama busana wanita, karena sebagian besar penggunanya merupakan perempuan yang memiliki minat tinggi terhadap gaya hidup dan fashion. Salah satu contoh pemanfaatannya terlihat di akun Instagram @salasalooks, milik Salasa, yang memiliki lebih dari 7 ribu pengikut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menjelaskan bagaimana Instagram digunakan sebagai media promosi online. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara, serta data sekunder yang berasal dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan pemanfaatan Instagram sebagai alat promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media promosi oleh Salasa telah memberikan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan pemasaran produk tersebut.

Kata Kunci: Instagram, Sosial Media, Promosi.