



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Broadcasting
Ria Rentama
44112120052

Interpretasi Khalayak Dalam Pemanfaatan Online Shop di Media Sosial Instagram
Jumlah halaman : 5 bab, 82 halaman
Bibliografi : 25 Acuan

ABSTRAK

Kehadiran *Smartphone* dan media sosial memudahkan para pengusaha menjual barangnya secara *online*, tidak hanya melalui aplikasi, tapi juga melalui jejaring sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*. *Instagram* merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai jejaring sosial. Dari kelebihanannya tersebut membuka kesempatan bagi sebagian orang untuk menjadikan *Instagram* sebagai lahan untuk berbisnis. Penelitian ini difokuskan pada *Instagram* sebagai jejaring sosial yang sedang banyak digunakan oleh masyarakat untuk melakukan bisnis *online shop*.

Online shop di *Instagram* menjual berbagai jenis produk mulai dari makanan, pakaian, aksesoris, dan lain sebagainya. Penelitian ini untuk mengetahui interpretasi dari khalayak terhadap pemanfaatan *online shop* di media sosial *Instagram*.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode Analisis Resepsi. Metode riset yang digunakan dalam pengumpulan data adalah *Focus Group Discussion* (FGD).

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan didapatkan bahwa khalayak memaknai kehadiran *online shop* di media sosial *Instagram* cukup memudahkan dalam mencari kebutuhan dan membuat *Instagram* menjadi lebih menarik. Namun mereka sangat selektif dan berhati-hati dalam memilih akun *online shop Instagram* yang dapat dipercaya dan lebih mempertimbangkan menggunakan aplikasi atau media lain yang dianggap lebih terpecaya.

Kata kunci : Interpretasi, khalayak, media sosial, *Instagram*, *online shop*.