



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Broadcasting*
Della Maharina
44114310027

Instagram Sebagai Media Komunikasi Jual Beli Online
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Kalangan Mahasiswa)
Jumlah halaman : 5 BAB, (i-vii) + 91 halaman + lampiran

ABSTRAK

Instagram menjadi media sosial yang banyak sekali peluang untuk berbisnis para penggunanya. Mahasiswa dimudahkan dengan fasilitas berbelanja online atau yang di sebut dengan online shop yang bisa di akses dimanapun dan kapanpun. Konsumsi barang melalui online shop bagi kalangan mahasiswa saat ini adalah fenomena nyata yang selalu menjadi pembicaraan hangat di kalangan mahasiswa pada berbagai kesempatan.

Penelitian ini membahas tentang bagaimana instagram sebagai media komunikasi jual beli dengan mengambil studi pada mahasiswa yang berada di tiga kampus berbeda yaitu Universitas Mercu Buana, Universitas Indraprasta PGRI dan BinaSaranaInformatika. Tipe penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi. Teknik analisis data menggunakan triangulasi sumber.

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa narasumber memiliki alasan mengapa berbelanja menggunakan media sosial instagram yaitu karena efisien waktu, efisien tenaga, kemudahan dan tanpa harus bertatap muka dapat membeli barang yang diinginkan serta mereka mudah tergiur karena tampilan foto atau video yang dikemas dengan menarik oleh akun online shop.



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Broadcasting*
Della Maharina
44114310027

**Instagram Sebagai Media Komunikasi Jual Beli Online (Studi Deskriptif
Kualitatif Pada Kalangan Mahasiswa)**

Jumlah halaman : 5 BAB, (i-vii) + 91 Pages + Files

ABSTRACT

Instagram is a social media with many opportunities to do business for its users. Students are facilitated with online shopping facilities or what is called an online shop that can be accessed anywhere and anytime. Consumption of goods through online shops for students today is a real phenomenon that has always been a hot conversation among students on various occasions.

This study discusses how instagram is a communication medium for buying and selling by taking studies on students who are on three different campuses, Mercu Buana University, Indraprasta University PGRI and Bina Sarana Informatika. This type of research is qualitative research using qualitative descriptive methods and this study uses data collection techniques through in-depth interviews and observation. Data analysis techniques use source triangulation.

From the results of the study and discussion it can be concluded that the resource person has a reason why shopping using Instagram social media is because of time efficiency, energy efficiency, convenience and without having to face to face can buy the desired items and they are easily tempted by the appearance of attractive photos or videos by online shop account.