

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Peranan Media Instagram Dalam Membuka Bisnis *Online Shop* (Studi Deskriptif Mengenai Peranan Media Instagram Dalam Membuka Bisnis *Online Shop* Di Kalangan Remaja Kota Bandung). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peranan media Instagram dalam membuka bisnis *online shop* dilihat dari aspek orientasi kognitif, orientasi diversifikasi, dan identitas personal. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi massa, media massa, konvergensi media, dan teori *uses and gratifications*.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis sehingga situasi yang menjadi tema penelitian dapat terpaparkan secara jelas. Populasi dalam penelitian ini adalah para remaja pemilik *account online shop* Instagram di Kota Bandung. Untuk pengambilan sampel penelitian ini teknik yang dipilih yaitu Non-Probability sampling jenis *Purposive Sampling* responden yang terpilih menjadi anggota sampel atas dasar pertimbangan peneliti sendiri. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah lima orang remaja pemilik *account online shop* Instagram dan dua orang pengguna aktif media jejaring sosial Instagram.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menimbulkan para remaja Kota Bandung membuka *online shop* di media Instagram, diantaranya karena aplikasi Instagram yang sedang tren di kalangan masyarakat, keefektifan media Instagram yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun, selain itu penggunaan *online shop* yang tidak memerlukan biaya yang terlalu banyak dan sistem dari aplikasi Instagram yang berbasis *sharing* foto mempermudah untuk mempromosikan *online shop* mereka.

Kata kunci : Media, Instagram, *Online shop*

ABSTRACT

This research title is “The Role Of Instagram Media To Open An Online Shop Business”, (A Descriptive Study Of The Role Of Instagram Media To Open An Online-Shop Business Between Teenager in Bandung City). The Purpose of this research is to know how is the role of Instagram media to open an online-shop business based on cognitive orientation, diversion orientation, and personal identity. The theory which is used in this research are Mass Communication Theory, Mass Media, Media Convergence, And Uses & Gratification Theory.

The research use a descriptive method which is describing and analyzing so that the situation became the theme of the research can be explained clearly. The population are the teenagers who owned an instagram account of online-shop in Bandung City. As for sample, the technique that it used is Non-Probability Sampling with Purposive Sampling method. The researcher chose the respondent based on personal opinion. In this research, there are five sample of teenagers who owned an instagram account of online-shop and two active user in social media instagram.

The result of this research is that there are some factor which make the teenagers in Bandung City open an online-shop in Instagram. Such as, because of the application of instagram is now trend among the mass, the effectiveness of Instagram media which can be access anytime and everywhere, beside that the owner didn't have to spend a lot of money and the system of instagram based on sharing the photos make the promotion easier.

Keywords: Media, Instagram, Online-Shop