

ABSTRAK

Perkembangan *Online Shop* atau toko online melalui media internet sudah menjamur di Indonesia, bahkan sudah sangat dikenal baik oleh khalayak ramai tidak terkecuali mahasiswa di kota besar. Banyaknya kemudahan dalam berbelanja dan bermacam jenis produk dan jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat Indonesia menjadikan *Online Shop* sebagai salah satu “tempat berbelanja” baru selain pusat perbelanjaan. Hal ini membuat banyak penjual *OnlineShop* yang berlomba – lomba menawarkan produknya dengan berbagai cara untuk menarik konsumen berbelanja, mereka memanfaatkan keadaan dimana *Online Shopping* sedang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia sampai saat ini.

Perkembangan bisnis melalui media sosial semakin hari semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya pengguna internet di dunia terutama di Indonesia. Media sosial Instagram telah menjadi salah satu sarana promosi produk yang memiliki prospek sangat baik saat ini. Instagram dengan segala kelebihannya telah memiliki pasar yang sangat luas di seluruh dunia. Berbagai macampeluang bisnis, informasi bisnis, strategi marketing suatu produk bisa dijumpai dalam setiap update Instagram para penggunanya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial (instagram) untuk sarana berbelanja online di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposif *sampling*. Populasi sampel sebanyak 2842 mahasiswa dari 7 jurusan angkatan 2012 sampai dengan 2015, sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 mahasiswa. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner. Hasil dari analisis ini menunjukkan akan kebiasaan mahasiswa memanfaatkan instagram untuk berbelanja online.

Kata kunci: Pemanfaatan media sosial, Online hhop, Instagram, Berbelanja online

ABSTRACT

The development of online shop or store online through internet media have been mushrooming in Indonesia, even has been very well known by multitude of is no exception students in a large city. Many ease in a shop and various the kind of product and services offered, made Indonesians people made online shop as one of “place shopping” new besides shopping center. And this makes many the seller online shop race competition offer their products with various way to withdraw consumers shopping, they use situation where online shopping being very interested in Indonesians until now.

The development of businesses through social media day by day increased, as increased internet users in the world especially in Indonesia. Social media Instagram has become one of the facilities for product promotion having prospect very good now. Instagram with all the advantage have market which is really widespread throughout the world. A great variety of chances business, information business, marketing strategy a product can found in any update Instagram users.

The purpose of this study is to find how the use of social media (Instagram) to a means of shopping online among students FISIP at Airlangga University Surabaya. This research the quantitative deskriptif to technique the sample used is purposive sampling. Populations samples from 2842 students from 7 program studi of the 2012 up to 2015, while sample used as many as 100 students. Data were collected by using kuisioner. The result of this analysis shows will student customs use Instagram to shop online.

Keyword: The use of social media, Online shop, Instagram, Online Shopping