

### ABSTRAK

Tayangan iklan situs belanja *online* memiliki makna tersendiri khususnya bagi masyarakat urban muda di kota Surabaya. Makna tersebut dapat dilihat dari seberapa sering melihat tayangan iklan situs belanja *online* dan seberapa sering menggunakan layanan atau aplikasi situs belanja *online*. Studi ini bertujuan untuk mengetahui makna tayangan iklan situs belanja *online* bagi masyarakat urban muda di kota Surabaya.

Penelitian ini menggunakan teori simulasi dan simulakra yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Tipe penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan menggunakan teknik *purposive sampling* dalam penentuan informan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara wawancara mendalam dan partisipasi langsung di lapangan. Lokasi penelitian dilakukan di kota Surabaya dengan mendapatkan delapan orang informan pengguna layanan atau aplikasi situs belanja *online*.

Hasil yang ditemukan melalui kedelapan informan dari penelitian ini yaitu tayangan iklan situs belanja *online* memiliki pengaruh yang sangat besar bagi masyarakat urban muda di kota Surabaya khususnya. Selain itu melihat tayangan iklan situs belanja *online* secara terus-menerus dapat membuat pola pikir masyarakat menjadi konsumtif dalam berbelanja. Simulasi juga terjadi pada tayangan iklan situs belanja *online* dengan menghadirkan model-model yang bersifat fantasi dan khayal semata-mata hanya untuk menarik masyarakat agar berbelanja serta menampilkan citra atau rekayasa yang berlebihan dalam mempromosikan barang dan jasa.

Kata kunci : *iklan, situs belanja online, masyarakat urban, simulasi dan simulakra*

ABSTRACT

*Online shopping site adverts have special meaning especially for young urban communities in Surabaya. This meaning can be seen from how often to see ad impressions of online shopping sites and how often to use online shopping sites or services. This study aims to find out the meaning of adverts for online shopping sites for young urban people in the city of Surabaya.*

*This research uses simulation and simulakra theory proposed by Jean Baudrillard. The type of research used is qualitative and uses purposive samplings techniques in determining informants. The method of collecting data in this study was through in-depth interviews and direct participation in the field. The location of the study was carried out in the city of Surabaya by getting eight informant users of services or applications for online shopping sites.*

*The results found through the informants' weaknesses in this study, namely ad impressions of online shopping sites have a very big influence on young urban communities in Surabaya in particular. In addition, seeing ads on online shopping sites continuously can make the mindset of society become consumptive in shopping. Simulations also occur in online shopping site ad impressions by presenting fantasy and imaginary models solely to attract people to shop and display excessive imagery or engineering in promoting goods and services.*

*Keywords: advertisements, online shopping sites, urban communities, simulations and simulakra*