

ABSTRAK

Judul pada penelitian ini yaitu “Fenomena Belanja *Online* Melalui Media Sosial *Instagram* Di Kalangan Remaja Di Kecamatan Pontianak Tenggara”. Media sosial *instagram* merupakan salah satu media sosial yang banyak penggunanya. Kemajuan teknologi dimanfaatkan untuk menjadi media berbelanja secara *online*. Pembeli dan penjual dapat bertemu dan melakukan transaksi melalui media sosial dengan cepat dan praktis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dekriptif dengan pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan untuk menganalisis fenomena ini adalah teori Simulasi dan hiperrealitas dari Jean Baudrillard. Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan fenomena belanja *online* melalui *instagram* yang terjadi di kalangan remaja di Kecamatan Pontianak Tenggara. Promosi yang dilakukan melalui *instagram* berupa konten *influencer* serta *endorsmen* selebriti mendorong pemilihan belanja remaja, serta beberapa faktor yang menjadi alasan remaja memilih untuk berbelanja secara *online* seperti kemudahan dalam mengakses media sosial, kemudahan mencari produk, lingkungan sosial, iklan dan promosi potongan harga. Selain itu, Belanja *online* juga membawa dampak pada remaja seperti terjadinya keborosan dan mengikuti orang lain serta ketidaksesuaian produk.

Kata Kunci : *online shop, instagram, promosi.*

ABSTRACT

The title of this study is "The Phenomenon of Online Shopping Through Instagram Social Media Among Adolescents in Southeast Pontianak District". Instagram social media is one of the most popular social media users. Advances in technology are used to become a medium for online shopping. Buyers and sellers can meet and make transactions via social media quickly and practically. This study uses a descriptive research method with a qualitative approach. The theory used to analyze this phenomenon is the theory of simulation and hyperreality from Jean Baudrillard. The results of this study aim to reveal the phenomenon of online shopping via Instagram that occurs among adolescents in Southeast Pontianak District. Promotions carried out through Instagram in the form of influencer content and celebrity endorsements encourage youth shopping choices, as well as several factors that are the reason teenagers choose to shop online such as ease of accessing social media, ease of finding products, social environment, advertising and promotion of price discounts. In addition, online shopping also has an impact on adolescents such as waste and following other people and product incompatibility.

Keywords: online shop, instagram, promotion.