

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
RINGKASAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	5
1.3 Fokus Penelitian	5
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.6.1 Manfaat Teoritis	7
1.6.2 Manfaat Praktis	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Definisi Konsep	9
2.1.1 Media Sosial.....	9
2.1.2 <i>Instagram</i>	10
2.1.3 <i>Online shop</i>	11
2.1.4 Promosi	12
2.1.5 Remaja.....	13
2.1.6 Gaya Hidup	15
2.2 Kajian Teori.....	16
2.2.1 Teori Simulasi Dan Hiperrealitas.....	16
2.3 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	18

2.4	Alur Pikir	20
BAB III	23
METODE PENELITIAN	23
3.1	Jenis Penelitian	23
3.2	Langkah-Langkah Penelitian	24
3.2.1.	Prasurvey	24
3.2.2.	Kajian Kepustakaan (<i>Library Research</i>).....	24
3.2.3.	Penyusunan Usulan Penelitian	25
3.2.4.	Penelitian Lapangan (<i>Field Research</i>).....	25
3.3	Lokasi Dan Waktu Penelitian	25
3.3.1	Lokasi Penelitian	25
3.3.2	Waktu Penelitian	26
3.4	Subjek Dan Objek Penelitian	26
3.4.1	Subjek Penelitian.....	26
3.4.2	Objek Penelitian	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data	29
3.5.1	Observasi.....	30
3.5.2	Wawancara.....	31
3.5.3	Dokumentasi	32
3.6	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	32
3.7	Analisis Data	33
3.8	Teknik Keabsahan Data.....	34
BAB IV	36
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	36
4.1	Gambaran Umum Kecamatan Pontianak Tenggara	36
4.1.1	Visi dan Misi Kecamatan Pontianak Tenggara.....	36
4.1.2	Keadaan Geografis.....	37
4.1.3	Keadaan Demografi	37
4.1.3.1	Jumlah Penduduk	37
4.1.3.3	Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Usia	38
4.1.3.4	Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	40
4.1.3.5	Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian/Pekerjaan	41
4.1.3.6	Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama Yang Dianut	42
4.1.3.8	Sarana Umum Kecamatan Pontianak Tenggara.....	43

4.1.3.9	Struktur Pemerintah Kecamatan Pontianak Tenggara	47
BAB V	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
5.1	Peran <i>Instagram</i> Dalam Menarik Minat Belanja <i>Online</i> Remaja	50
5.1.1	Iklan Di <i>Instagram</i>	50
5.1.2	Konten Review dari <i>Influencer</i>	53
5.1.3	<i>Celebrity Endorser</i>	57
5.2	Faktor- faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian <i>Online</i> Remaja Pada <i>Instagram</i>	60
5.2.1	Kemudahan Mengakses <i>Instagram</i>	60
5.2.2	Memudahkan Dalam Pencarian Produk	62
5.2.3	Promo Potongan Harga Di <i>Instagram</i>	65
5.2.4	Lingkungan Sosial Atau Pertemanan	68
5.3	Dampak Belanja <i>Online</i> Pada Remaja	71
5.3.1	Remaja Menjadi Sering Berbelanja Dan Boros	71
5.3.2	Meniru Atau Mengikuti Orang Lain	75
5.4	Analisis Teoritis	77
BAB VI	83
PENUTUP	83
6.1	Kesimpulan	83
6.2	Saran	84
6.3	Keterbatasan Penelitian	84
DAFTAR PUSTAKA	86