

ABSTRAK

Berkembangnya teknologi komunikasi semakin mempermudah arus pertukaran informasi. *Instagram* merupakan aplikasi untuk mengedit, memotret, dan juga menyebarkan foto tersebut ke komunitas pengguna *Instagram* lainnya, dimana para pengguna *Instagram* ini dapat langsung melihat informasi seperti berita online, fashion, dan juga bisa berinteraksi dengan orang lain, sehingga terbentuklah skripsi yang berjudul Persepsi Mahasiswa Jurnalistik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Terhadap *Instagram* Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (*Online Shop*).

Permasalahan pokok dalam skripsi ini adalah bagaimana pandangan mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang terhadap *Instagram* sebagai media komunikasi pemasaran (*online shop*). Sumber data dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan dan data sekunder adalah data yang bersifat menunjang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu memilih informan berdasarkan posisi yang dianggap memiliki informasi yang berkaitan dengan permasalahan. Untuk memperoleh data peneliti menggunakan beberapa metode seperti tahap observasi, wawancara mendalam dan metode dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah sebagian mahasiswa Jurnalistik Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2012-2014 yang berjumlah 165 Mahasiswa, berdasarkan populasi peneliti hanya mengambil 10% yaitu 17 Mahasiswa Jurnalistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 9 informan yang berpendapat bahwa media sosial *Instagram* merupakan media sosial yang dominan terhadap foto dan video, karena dengan menggunakan *Instagram* ini kita bisa menyalurkan gaya style, melihat dunia ataupun lokasi traveling dan juga fashion yang sedang terupdate, *Instagram* ini juga menjadi wadah untuk mempromosikan produk melalui media *Instagram*. Tetapi, ada 8 informan yang tidak memasarkan produk melalui media *Instagram*, mereka sering menggunakan media *Instagram* hanya untuk melihat pemandangan alam, fashion terupdate, dan juga sering berbelanja di media *Instagram*.