

**HUBUNGAN ANTARA MEDIA PROMOSI INTERNET  
DENGAN MINAT MENGUNJUNGI WEBSITE JUAL-BELI  
ONLINE LAZADA  
(Survei pada Mahasiswa FISIP Universitas Pembangunan  
Nasional “Veteran” Jakarta)**

**Siti Hadijah**

**Abstrak**

Penelitian ini dilatar belakangi karena ketertarikan penulis kepada pada banyaknya pengguna internet di kalangan masyarakat Indonesia saat ini. *E-commerce* adalah salah satu jenis usaha jual-beli online yang memanfaatkan internet sebagai media utamanya. Penelitian ini dimaksudkan untuk mencari tahu hubungan antara media promosi internet dengan minat mengunjungi *website e-commerce* Lazada. **Tujuan** dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah hubungan antara media promosi internet yang dipilih dengan minat masyarakat dalam mengunjungi *website* Lazada dan jenis media promosi internet apakah yang paling banyak menarik minat masyarakat untuk mengunjungi *website* Lazada. **Teori dan konsep** yang digunakan untuk penelitian ini adalah teori S-O-R, media promosi dan minat. **Metodologi** yang digunakan adalah kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jakarta dengan jumlah responden sebanyak 82 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *random sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer (kuisioner) dan data sekunder (kepuustakaan dan internet). **Hasil penelitian** menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat dengan nilai Korelasi Pearson Product Moment dengan nilai ( $r$ = korelasi sebesar 0,882) antara media promosi internet dengan minat mengunjungi website jual-beli online Lazada dengan presentase sebesar 83% (68 responden) menyatakan sangat berminat dan 17% (14 responden) menyatakan berminat.

**Kata kunci:** Media promosi, internet, minat.

**CONNECTION BETWEEN INTERNET AS MEDIA  
PROMOTION WITH PEOPLE INTEREST FOR VISITING  
LAZADA E-COMMERCE SITE  
(SURVEY TO THE STUDENTS OF FACULTY OF  
COMMUNICATION AND POLITICS IN PEMBANGUNAN  
NATIONAL “VETERAN” JAKARTA UNIVERSITY)**

*Siti Hadijah*

**Abstract**

*The background* of this study because the authors interest on the amount of internet users in Indonesia society today. E-commerce is one of the types of online selling and buying businesses which using Internet as the main media. This study aimed to find out the relationship between internet as promotion media with interest for visiting e-commerce website Lazada. **The purpose** of this study was to determine is there a relationship between internet media campaign chosen by the public interest for visiting Lazada and what type of internet media that attracted most people to visit Lazada. **Theories and concepts** used for this research is the theory of S-O-R, promotion media and interest. **The methodology** used was quantitative. The data collection was done by questionnaire. The study population were students FISIP UPN "Veteran" Jakarta with the number of respondents were 82 respondents. The sampling technique was random sampling. This study used primary data (questionnaire) and secondary data (literature and internet). **The results** showed there was a strong connection with a value of Pearson Product Moment Correlation with score ( $r =$  correlation score 0,882) between the media of Internet promotion with interest in visiting Lazada with a percentage of 83% (68 respondents) stated very interested and 17% (14 respondents) expressed interest.

**Keyword:** *promotion media, internet, interest.*