

**PERSEPSI PENGGUNA CAROUSELL TERHADAP APLIKASI
BELANJA ONLINE CAROUSELL
(Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Pengguna Carousel Terhadap Aplikasi
Belanja Online Carousel Di Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur**



OLEH :

CICIK AMBAR WATI

NPM : 1443010121

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2018

**PERSEPSI PENGGUNA CAROUSELL TERHADAP APLIKASI
BELANJA ONLINE CAROUSELL
(Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Pengguna Carousel Terhadap Aplikasi
Belanja Online Carousell Di Surabaya)**

Disusun Oleh:

CICIK AMBAR WATI

NPM : 1443010121

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



SYIFA SYARIFAH ALAMIYAH, S.SOS, M. COMMUN

NPT. 384 031002991

Mengetahui,

DEKAN



Dr. LUKMAN ARIF, M.Si

NIP. 196411021994031001

**PERSEPSI PENGGUNA CAROUSELL TERHADAP APLIKASI
BELANJA ONLINE CAROUSELL**
(Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Pengguna Carousel Terhadap Aplikasi
Belanja Online Carousel Di Surabaya)

Oleh:

CICIK AMBAR WATI

NPM : 1443010121

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 18 Mei 2018

PEMBIMBING UTAMA



Syifa Syarifah A, S.Sos, M. Commun
NPT. 384 031002991

TIM PENGUJI

1. Ketua,



Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos, M.Si
NPT. 3740 1990 1711

2. Sekretaris,



Syifa Syarifah A, S.Sos, M. Commun
NPT. 384 031002991

3. Anggota,



Ahmad Zamzamy, S.Sos, M.Med.Kom
NPT. 3 8312 13 03391

Mengetahui,
DEKAN



Dr. LUKMAN ARIE, M.Si
NIP. 196411021994031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PERSEPSI PENGGUNA CAROUSELL TERHADAP APLIKASI BELANJA ONLINE CAROUSELL DI SURABAYA”** dapat terselesaikan dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bimbingan dan motivasi Ibu Syifa Syarifah Alamiyah, S.Sos,M.Commun selaku dosen pembimbing peneliti mengucapkan terima kasih banyak. Serta kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala yang dihadapi tersebut diatasi. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Lukman Arif, MSi. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, MSi. selaku Koordinator Progdil Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan motivasi dan nasehat.
4. Olivia Lautner selaku *Associate Country Manager* Carousell Indonesia yang bersedia memberikan data yang dibutuhkan peneliti.

5. Mama saya tercinta I.G.A Nyoman Ariani yang memberikan dukungan sepenuhnya secara *financial* dan mendoakan setiap langkah dalam mencapai tujuan di masa depan.
6. Terima kasih untuk teman-teman terdekat, Izzati Baril Haq, Nadya, Yunita, Shanti, Dinda Swari, Dinda Risa, Adhisya dan Meliana yang telah memberikan semangat dan motivasi.
7. Untuk mahasiswi bimbingan Ibu Syifa, Hani Diana Rahmwati, Ruth Dio Adora, Hani Diana, Arcadya Fiorentina, Fanuel Jessica Marva. Terima kasih karena sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Terima kasih untuk dukungan dan motivasinya teman-teman COMMERS 2014. Terutama teman seperjuangan skripsi yang telah memberikan informasi dan perhatian untuk mempersiapkan skripsi dengan baik dan benar.
9. Terima kasih kepada informan yang telah bersedia menjadi narasumber peneliti untuk dimintai keterangan mendalam.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan demi kebaikan penelitian ini.

Surabaya, 29 Maret 2018
Peneliti

Cicik Ambar Wati

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
BAB I Pendahuluan	1
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	13
1.3.Tujuan Penelitian	13
1.4.Manfaat Penelitian	14
1.4.1. Secara Teoritis.....	14
1.4.2. Secara Praktis	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1. Penelitian Terdahulu	15
2.2. Landasan Teori	21
2.2.1. <i>New Media</i> atau Media Baru	20
2.2.2. Komunikasi Pemasaran	22
2.2.3. Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	23
2.3. Internet	25
2.4. <i>Mobile Application</i>	26
2.5. Bisnis Online.....	27
2.6. Atribut Toko Online	28
2.7. Pengertian Belanja Online	32
2.7.1. Sistem Belanja Online	33
2.7.2. Kelebihan dan Kekurangan Belanja Online	33
2.8. Persepsi.....	34
2.8.1. Komponen Persepsi	36
2.8.2. Jenis-jenis Persepsi	38
2.8.3. Hal-hal yang mempengaruhi Persepsi	39
2.8.4. Proses Terjadinya Persepsi	42
2.9. Pengguna	44
2.9.1. Aplikasi Carousell	45
2.10. Teori Media Baru.....	46
2.11. Teori Determinisme Teknologi	49

Kerangka Berpikir	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Jenis Penelitian	52
3.2. Definisi Konseptual	53
3.2.1. Persepsi	53
3.2.2. Pengguna	54
3.2.3. Aplikasi Belanja Online Carousell	54
3.2.4. Atribut Toko Online	55
3.3. Lokasi Penelitian	58
3.4. Informan	59
3.5. Teknik Pengumpulan Data	61
3.6. Teknik Analisis Data	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.1.1. Aplikasi Carousell	64
4.2. Identitas Informan	65
4.3. Penyajian dan Analisis Data	70
4.3. Persepsi Pengguna Terhadap Aplikasi Belanja Online Carousell	71
4.3.1. <i>Merchandise</i>	72
4.3.1.1. Persepsi Berdasarkan <i>Seller</i>	73
A. Jenis-Jenis Produk	73
B. Variasi	75
C. Kualitas Informasi	77
4.3.1.2. Persepsi Berdasarkan <i>Buyer</i>	80
A. Jenis-Jenis Produk	80
B. Variasi	82
C. Kualitas Informasi	83
4.3.2. <i>Customer Service and Promotion</i>	87

4.3.2.1. <i>Customer Service</i> atau Layanan Pelanggan	87
A. Peran <i>Customer Service</i> dalam menangani keluhan.....	87
B. Peran <i>Customer Service</i> dalam FAQ	91
4.3.2.2. Promosi dalam Aplikasi Carousel	96
4.3.3. <i>Navigation and Convinience</i>	100
4.3.3.1. Persepsi menurut <i>Seller</i>	100
A. Penilaian Konsumen	100
4.3.3.2. Persepsi menurut <i>Buyer</i>	102
A. Penilaian Konsumen	102
4.3.3.3. Fitur Navigasi	104
4.3.3.4. Fitur Layout Carousell	106
4.3.4. <i>Security</i>	110
4.3.5. Potensi Penipuan	115
4.3.6. Penanganan	118
4.4 Pembahasan	123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	128
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN	134

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. <i>Interview Guide</i>	134
LAMPIRAN 2. Transkrip Wawancara Informan 1	136
LAMPIRAN 3. Transkrip Wawancara Informan 2	140
LAMPIRAN 4. Transkrip Wawancara Informan 3.....	145
LAMPIRAN 5. Transkrip Wawancara Informan 4	148
LAMPIRAN 6. Transkrip Wawancara Informan 5	150
LAMPIRAN 7. Transkrip Wawancara Informan 6	154
LAMPIRAN 8. Transkrip Wawancara Informan 7	158
LAMPIRAN 9. Transkrip Wawancara Informan 8	166
LAMPIRAN 10. Transkrip Wawancara Informan 9.....	171
LAMPIRAN 11. Transkrip Wawancara Informan 10	179

DAFTAR TABEL

TABEL 1.	Hasil Penelitian Terdahulu dan Sekarang	20
TABEL 2.	Perbedaan antara Era Media Pertama dan Kedua	22

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Potensi <i>E-Commerce</i> berdasarkan Usia	60
Gambar 2.	Logo Aplikasi Carousell	65
Lampiran	Pengguna OLX	183
Lampiran	Pengaduan Penipuan Pengguna Carousell	185
Lampiran	E-mail Associate Country Manager Carousell Olivia Lautner.....	186
Dokumentasi Informan 1	187
Dokumentasi Informan 2	187
Dokumentasi Informan 3	187
Dokumentasi Informan 4	188
Dokumentasi Informan 5	188
Dokumentasi Informan 6	188
Dokumentasi Informan 7	189
Dokumentasi Informan 8	189
Dokumentasi Informan 9	189
Dokumentasi Informan 10	190

ABSTRAK

CICIK AMBAR WATI, PERSEPSI PENGGUNA CAROUSELL TERHADAP APLIKASI BELANJA ONLINE CAROUSELL (Studi Deskriptif Kualitatif Persepsi Pengguna Carousell Terhadap Aplikasi Belanja Online Carousell di Surabaya)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi pengguna terhadap aplikasi belanja online Carousell. Saat ini semakin terbukanya marketplace yang merambah pada penjualan barang bekas (preloved) atau secondhand menjadi trend baru dalam transaksi belanja online terutama pada aplikasi Carousell. Berdasarkan Preliminary Riset yang dilakukan peneliti penerimaan jual beli barang bekas (preloved) dalam aplikasi belanja online lebih diterima oleh kalangan muda daripada di kalangan orang tua.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode deskriptif dilakukan untuk mendapatkan informasi yang bersifat luas dan mendalam mengenai bentuk Atribut Toko Online dalam aplikasi Carousell lalu dibagi menjadi Persepsi berdasarkan *Seller* dan Persepsi berdasarkan *Buyer*. Pengguna merupakan masyarakat Surabaya yang melakukan transaksi jual beli melalui aplikasi ini karena peneliti ingin menggali lebih dalam mengenai pengalaman informan ketika berbelanja di Carousell.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Surabaya menilai aplikasi belanja online Carousell berdasarkan jawaban informan dibagi menjadi Persepsi pengguna sebagai *seller* dan Persepsi pengguna sebagai *buyer*. Dapat disimpulkan bahwa persepsi sebagai *seller* menganggap aplikasi belanja online Carousell memiliki market yang berbeda dibandingkan *e-commerce* lainnya yaitu dengan konsep jual beli barang bekas (preloved) atau secondhand dan barang. Sedangkan persepsi menurut *Buyer* menganggap aplikasi Carousell sebagai aplikasi untuk membeli barang dengan kondisi baik tetapi memiliki harga yang murah. Didasarkan pada beberapa faktor yaitu *Merchandise, Customer Service & Promotion, Navigation & Convenience, Security*. Sementara dalam hal ini terdapat indikator tambahan yaitu Potensi Penipuan dan Penanganan. Ternyata Potensi Penipuan dan Penanganan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam bertransaksi.

Kata Kunci: Persepsi Pengguna, Atribut Toko Online, Carousell

ABSTRACT

CICIK AMBAR WATI, CAROUSELL USER PERCEPTION ON ONLINE CAROUSELL SHOPPING APPLICATIONS(Qualitative Descriptive Study of Carousell Users Perception of Carousell Online Shopping Application in Surabaya)

This research aims to determine how the user's perception of Carousell's online shopping application. Currently marketplace is opening up to the sale of

used goods (preloved) or secondhand. Become a new trend in online shopping transactions primarily Carousell's application. Based on Preliminary Research conducted by the researcher acceptance of buying and selling in the online shopping application is more accepted by the young than among the parents. lling of used goods (preloved).

This research uses qualitative method with descriptive research type. Descriptive method is done to get information that is wide and deep about the form of Online Shop Attribute in Carousell application then divided into Perception based on Seller and Perception based on Buyer. Users are the people of Surabaya who make buying and selling transactions through this application because researchers want to dig deeper about the experience of informers when shopping at Carousell.

The results showed that the people of Surabaya assessed Carousell's online shopping application based on informant answers divided into user perception as seller and user perception as buyer. It can be concluded that perception as seller assumes Carousell's online shopping application has different market compared to other e-commerce that is with the concept of buying and selling secondhand goods or secondhand and goods. While perception according to Buyer think Carousell application as an application to buy goods with good condition but have low price. Based on several factors: Merchandise, Customer Service & Promotion, Navigation & Convinience, Security. While in this case there are additional indicators of Potential Fraud and Handling. Apparently Potential Fraud and Handling influence on customer loyalty in the transaction.

Keywords: User Perception, Online Store Attribute, Carousell