

**GEN-Z, MISINFORMASI & ONLINE MARKETPLACE
(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF TERHADAP
MISINFORMASI PADA ULASAN & GAMBAR PRODUK DI
TOKOPEDIA)**

SKRIPSI



OLEH:

Okky Andra Adriansyah

19043010207

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN


**GEN-Z, MISINFORMASI & ONLINE MARKETPLACE
(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF TERHADAP MISINFORMASI PADA ULASAN &
GAMBAR PRODUK DI TOKOPEDIA)**

Disusun oleh:



Okky Andra Adriansyah
NPM. 19043010207

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING


Dr. Syafrida N. Febrivanti., M.Med.Kom
NIP. 198302232021212008

Mengetahui
DEKAN



Dr. Catur Suramoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN

GEN-Z, MISINFORMASI & ONLINE MARKETPLACE (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF TERHADAP MISINFORMASI PADA ULASAN & GAMBAR PRODUK DI TOKOPEDIA)


Oleh:

Okky Andra Adriansyah
NPM. 19043010207


Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada Tanggal 16 Januari 2025

TIM PENGUJI


PEMBIMBING


Dr. Syafrida N. Febriyanti., M.Med.Kom
NIP. 198302232021212008


1. Ketua


Dr. Syafrida N. Febriyanti., M.Med.Kom
NIP. 198302232021212008

2. Sekretaris



Ririn Puspita Tutiasri, S.I.Kom, M.Med.Kom
NIP. 198904112021212001

3. Anggota


Heidy Arviani, S.Sos, M.A
NIP. 198511072018032001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Okky Andra Adriansyah

NPM : 19043010207

Angkatan : 2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga pendidikan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam skripsi ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar rujukan. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan karya penulis lain, penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Surabaya, 22 Januari 2024



Okky Andra Adriansyah

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Tanpa limpahan rahmat dan hidayahnya, penulis tentu tidak akan sanggup menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini ditulis berdasarkan pengetahuan yang telah diperoleh dari penjelasan dosen, jurnal-jurnal terpublikasi, website terbuka, serta buku ilmu pengetahuan dengan harapan orang yang membaca dapat memahami skripsi ini dengan baik serta mengetahui sumber dari apa yang telah ditulis. Sumber tersebut tidak lain hanyalah pengantar bagi penulis dan masih membutuhkan arahan dan bimbingan, oleh sebab itu ucapan hormat dan terima kasih tidak luput ditujukan untuk:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur.
2. Ibu Heidy Arviani, S. Sos, M. A. sebagai dosen wali yang telah menuntun dan memberi arahan selama masa perkuliahan
3. Ibu Dr. Syafrida Nurrachmi Febriyanti, S.Sos, M.Med.Kom selaku koorprogdi serta pembimbing saya dalam menyelesaikan skripsi.
4. Seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi UPN ‘Veteran’ Jawa Timur.
5. Kedua orang tua dan saudara yang selalu mendukung penulis sampai pada titik akhir masa perkuliahan.

6. Pembeli di Tokopedia yang telah meluangkan waktunya sebagai narasumber penelitian.
7. Teman-teman penulis semua yang telah meluangkan waktunya ketika penulis sakit kepala atau pusing.

Dengan segala bimbingan dan arahnya, pengerjaan skripsi ini menjadi lebih baik dan semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan bapak dan ibu semuanya.

Penulis sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik, saran, bimbingan dan arahan yang bersifat membangun demi kelanjutan penulisan skripsi di masa mendatang.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2. Manfaat Praktis	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Tinjauan Pustaka	12
2.2.1. Perilaku Konsumen.....	12
2.2.2. Misinformasi	18
2.2.3. Online Customer Review	21
2.2.4. Visual Merchandising	25
2.2.5. Generasi Z.....	27
2.3. Kerangka Berpikir	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1. Jenis Penelitian	32
3.2. Definisi Konseptual.....	32
3.2.1. Perilaku Konsumen.....	32
3.2.2. MisInformasi.....	33
3.2.3. Online Customer Review	34

3.2.4. Digital Visual Merchandising.....	34
3.2. Obyek dan Subyek Penelitian.....	39
3.2.1. Obyek Penelitian.....	39
3.2.2. Subyek Penelitian	39
3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
3.3.1. Lokasi Penelitian.....	39
3.3.2. Waktu Penelitian.....	40
3.3. Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1. Wawancara Mendalam	40
3.3.2. Dokumentasi	40
3.3.3. Studi Literatur	41
3.4. Teknik Analisis Data (Deskriptif Kualitatif).....	41
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN.....	44
4.1. Gambaran Obyek dan Subyek Penelitian	44
4.1.1. Tokopedia Sebagai Online Marketplace di Indonesia	44
4.1.2. Profil Informan	47
4.2. Hasil dan Pembahasan.....	52
4.2.1. Pengalaman Berbelanja Gen-Z di Online Marketplace	52
4.2.2. Proses Pengambilan Keputusan Gen-Z di Onine Marketplace.....	56
4.2.3. Misinformasi dalam Ulasan Produk	69
4.2.4. Misinformasi dalam Gambar Produk.....	83
4.2.5. Dampak Misinformasi terhadap Pengalaman Berbelanja.....	93
BAB V PENUTUP.....	97
5.1. Kesimpulan.....	97
5.2. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
DAFTAR LAMPIRAN	102
RIWAYAT HIDUP	120

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
---	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Riset Kalangan yang Aktif Berbelanja Online (Populix)	4
Gambar 1.2. Data Marketplace Paling Banyak Dikunjungi Sepanjang 2023	6
Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen Kotler	17
Gambar 2.2. Proses Keputusan Membeli Menurut Kotler	18
Gambar 2.3. Elemen Kekacauan Informasi.....	19
Gambar 2.4. Fase Terjadinya Kekacauan Informasi	20
Gambar 2.5. Diagram tingkat perilaku konsumtif generasi z.....	29
Gambar 2.6. Kerangka berpikir	30
Gambar 4.1. Produk yang dibeli oleh informan 1	48
Gambar 4.2. Produk yang dibeli oleh informan 2	49
Gambar 4.3. Produk yang dibeli oleh informan 3	50
Gambar 4.4. Produk yang dibeli oleh informan 4	51
Gambar 4.5. Produk yang dibeli oleh informan 5	52

ABSTRAK

Informasi yang beragam ketika melakukan pembelian pada marketplace online, mengantarkan generasi z dalam tantangan ketika dihadapkan pada keputusan pembelian. Tokopedia merupakan salah satu marketplace online pilihan generasi z ketika melakukan pembelian secara online. Fitur dalam Tokopedia dapat memudahkan penggunaannya dalam melakukan seleksi informasi, seperti tampilan gambar produk dan ulasan. Sumber informasi utama generasi z ketika melakukan pembelian di Tokopedia ialah fitur pada ulasan. Informasi yang terdapat pada ulasan menjadi tolak ukur generasi z dalam mencari informasi dan memilih toko terpercaya. Di sisi lain terdapat faktor-faktor seperti budaya, sosial, pribadi, dan psikologis yang mempengaruhi generasi z ketika melakukan belanja online. Informasi pada ulasan dan tampilan gambar dapat dimanipulasi oleh pemilik toko yang dapat menjadikan generasi z mengalami ketidakpuasan ketika melakukan belanja pada marketplace online. Ketidakpuasan tersebut dapat menjadikan generasi z hilang kepercayaan baik terhadap merek maupun toko yang telah dipilih sebelumnya ketika berbelanja online. Peningkatan literasi media, pengecekan ulang fakta, serta peran platform digital dalam mendeteksi dan mengurangi penyebaran informasi yang tidak sesuai dapat menjadi solusi bagi generasi z ketika berbelanja online.

Kata Kunci: Misinformasi, perilaku konsumen, tokopedia, gambar produk, ulasan, generasi z, fenomena pembelian online.

ABSTRACT

Diverse information of making purchases on online marketplaces, leads generation z to challenges when faced with purchasing decisions. Tokopedia is one of the online marketplaces of choice for generation z when making purchases online. The features in Tokopedia can make it easier for its users to select information, such as product image displays and reviews. The main source of information for generation z when shopping on Tokopedia is the review feature. The information contained in the reviews is a benchmark for generation z in searching for information and choosing a trusted store. On the other hand, there are factors such as culture, social, personal, and psychological that influence generation z when shopping online. Information in reviews and image displays can be manipulated by shop owners which can make generation z dissatisfied when shopping on online marketplaces. This dissatisfaction can cause generation z to lose trust in both the brand and the store that has been previously selected when shopping online. Increasing media literacy, rechecking facts, and the role of digital platforms in detecting and reducing the spread of inappropriate information can be a solution for generation z when shopping online.

Keywords: Missinformation, consumer behaviour, tokopedia, product image, review, generation z, online shopping phenomena