

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Informasi yang berasal dari ulasan dan gambar produk dapat dimanipulasi oleh pemilik toko. Pemilihan ulasan yang intens berbentuk bintang 4 ke atas dan banyaknya produk yang terjual pada produk menjadi solusi bagi generasi z dalam memilih toko yang dapat dipercaya. Generasi z yang berbelanja terkait *fashion/style* atau pakaian kerap menjadikan gambar pada produk sebagai informasi utama mereka karena terdapat pemaparan terkait warna, jenis bahan sampai pada ukuran.

Misinformasi yang terjadi pada fenomena pembelian online dapat terjadi akibat kedua belah pihak baik pembeli maupun penjual. Dari sisi penjual, misinformasi diakibatkan karena kurangnya detail informasi terkait produk yang dijualnya, sedangkan dari sisi pembeli misinformasi terjadi akibat kesalahan dalam memproses dan validasi pesan. Pada tahap pasca-pembelian, generasi z yang mengalami ketidakpuasan lebih memilih untuk tidak melakukan ulasan terkait produk yang dibelinya untuk mendukung pemilik toko, namun di sisi lain terdapat beberapa yang melakukan ulasan ketidakpuasan agar calon konsumen lain tidak mengalami ketidakpuasan serupa.

#### **5.2. Saran**

1. Diharapkan kedepannya terdapat konsep ataupun teori baru mengenai kecacauan informasi terhadap *digital marketing* pada fokus kajian komunikasi.

2. Peningkatan literasi pada generasi z serta validasi terkait informasi yang diterimanya.
3. Tokopedia memberikan solusi terkait pemilik toko yang memanipulasi informasi baik dalam gambar produk maupun ulasan.