

**PERSEPSI KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP
VERIFIED SELLER PADA SITUS E-COMMERCE KASKUS**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi**



**MOCHAMAD ALVI
1151903012**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2017**

**PERSEPSI KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP
VERIFIED SELLER PADA SITUS E-COMMERCE KASKUS**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi**



**MOCHAMAD ALVI
1151903012**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2017**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Mochamad Alvi

NIM : 1151903012

Tanda Tangan :

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized letters 'M' and 'A' followed by a horizontal line.

(Mochamad Alvi)

Tanggal : 24 Maret 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Mochamad Alvi
NIM : 1151903012
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakutas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Persepsi Kepercayaan Konsumen Terhadap Verified Seller
Pada Situs E-commerce Kaskus

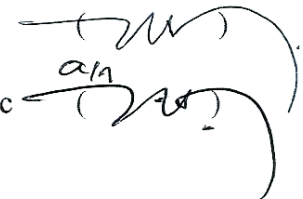
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlakukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

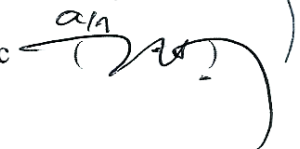
Pembimbing : Dianingtyas Putri, S.Sos., M.Si.



Penguji 1 : Suharyanti, Dra., M.S.M



Penguji 2 : Mirana Hanathasia, S.Sos., M.MediaPrac



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 24 Maret 2017

UNGKAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas berkat dan rahmat yang telah penulis terima selama melaksanakan tugas akhir ini, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Komunikasi pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Bakrie.
2. Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si. selaku pembimbing penulis, yang senantiasa memberi bimbingan, saran dan ide dalam penulisan tugas akhir
3. Ibu Suharyanti, M.S.M. selaku penguji dan Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie
4. Para Dosen yang mengajar Kelas Karyawan jurusan Ilmu Komunikasi, atas ilmu yang diberikan.
5. Seluruh staf dan karyawan Universitas Bakrie, yang membantu saya dari pertama kali masuk perkuliahan sampai saat ini.
6. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan baik moril maupun material.
7. Teman-teman Kelas Karyawan jurusan Ilmu Komunikasi tahun ajaran 2016/2017.
8. Muhamad Hilmi Fauzan, Edwin Ramadi, Setyo Gusti Hapsoro, Nabila yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi informan penelitian ini.
9. Dara Krisna Albitya dan Luthfi Aulia Faza yang telah meuangkan waktu serta membantu penulis untuk menjadi observer dan notulis proses FGD penulis.
10. Dara Krisna Albitya yang selalu mendampingi saya dan membantu bantuan mental untuk selalu siap dan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.
11. Pihak-pihak lain yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar dapat menunjang pengembangan dan perbaikan penulis selanjutnya.

Akhir kata penulis mohon maaf atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan wacana bagi rekan-rekan mahasiswa.

Jakarta, 24 Maret 2017

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mochamad Alvi
NIM : 1151903012
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Persepsi Kepercayaan Konsumen Terhadap Verified Seller Pada Situs E-commerce Kaskus.

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 24 Maret 2017

Yang menyatakan



(Mochamad Alvi)

PERSEPSI KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP VERIFIED SELLER PADA SITUS E-COMMERCE KASKUS

MOCHAMAD ALVI

ABSTRAK

Banyaknya penipuan di e-commerce sekarang ini, memengaruhi tingkat kepercayaan konsumen terhadap transaksi jual beli barang di e-commerce. Hal ini memberikan efek penurunan kepercayaan konsumen, sehingga membentuk persepsi negatif. Persepsi merupakan proses penerimaan stimuli-stimuli yang diseleksi, diatur, dan diinterpretasikan. Oleh sebab itu, Kaskus mengeluarkan fitur verified seller untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Tujuan penelitian ini, untuk menganalisa proses pembentukan persepsi kepercayaan konsumen terhadap fitur verified seller di Kaskus. Penelitian ini berfokus pada proses pembentukan persepsi yang dibentuk oleh para pengguna Kaskus yang belum pernah mengetahui fitur verified seller. Model dalam penelitian ini menggunakan model SOR (*Stimulus, Organism, Response*), dengan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengambilan data FGD (*Focus Group Discussion*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pengguna Kaskus mempersepsikan, adanya fitur verified seller ini sebagai bentuk keseriusan dari Kaskus dalam bersaing di dunia e-commerce. Selain itu, adanya fitur ini Kaskus ingin mempertahankan loyalitas dari pengguna Kaskus.

Kata kunci: Persepsi, *e-commerce* Kaskus, *Verified Seller*

PERCEPTION OF CONSUMER TRUST ON VERIFIED SELLER ON E-COMMERCE SITE KASKUS

MOCHAMAD ALVI

ABSTRACT

The amount of fraud in e-commerce today, will affect the level of consumer confidence in buying and selling goods on e-commerce. This things will reduce the consumer confidence, thus forming a negative perception. Perception is the process of receiving the stimuli that are selected, organized, and interpreted. Therefore, Kaskus released a verified seller features to increase consumer confidence. The purpose of this research, to analyze the perceptions forming process of consumer confidence in the verified seller features in Kaskus. This research focuses on the process of forming perception formed by Kaskus users who have never know the features called verified seller. The model in this research using the model SOR (Stimulus, Organism, Response), with descriptive qualitative approach and data retrieval using FGD techniques (Focus Group Discussion). The results of this research showed that Kaskus user perception see this new features verified seller as a seriousness of Kaskus to compete in the world of e-commerce. Moreover, this feature Kaskus wants to maintain the loyalty of users Kaskus.

Keywords: Perception, E-commerce Kaskus, Verified Seller

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
UNGKAPAN TERIMA KASIH	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
2. KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya.....	11
2.2 Tinjauan Pustaka	20
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
3. METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1. Metode Penelitian	35
3.2. Objek dan Subjek Penelitian	37
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	45
3.5. Teknik Analisis Data.....	49
3.6. Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	51
3.7. Batasan Penelitian.....	51
4. TEMUAN DAN HASIL PEMBAHASAN	52
4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	52
4.2. Hasil Penelitian	58
4.3. Pembahasan.....	76
5. KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1. Kesimpulan.....	100
5.2. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. 25 Negara dengan pengguna internet terbanyak	4
Gambar 1.2. Kasus penipuan di Kaskus	5
Gambar 1.3. List ID Penipu di Kaskus	7
Gambar 1.4. Akun <i>Verified seller</i>	8
Gambar 2.1. 4P's of Marketing.....	17
Gambar 2.2. Proses Terbentuknya Persepsi	25
Gambar 2.3. Proses Pembentukan Persepsi	25
Gambar 2.4. Model SOR Menurut Melvin De Fleur.	26
Gambar 2.5. Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 3.1. Komponen-Komponen Analisis Data Model Interaktif	50
Gambar 4.1. Tampilan Home Kaskus Pada Tahun 2000	52
Gambar 4.2. Tampilan Home Kaskus Pada Tahun 2001	53
Gambar 4.3. Tampilan Home Kaskus Pada Tahun 2008.....	44
Gambar 4.4. Tampilan Home Kaskus Pada Tahun 2012.....	55
Gambar 4.5. Tampilan Home Kaskus Pada Tahun 2014-2016.....	51
Gambar 4.6. Akun <i>Verified Seller</i>	52
Gambar 4.7. Kasus Penipuan Rekening Bersama.....	53
Gambar 4.8. Kerangka Pemikiran.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1. Daftar Peserta FGD.....	36
Tabel 3.2. Operasionalisasi Konsep.....	41
Tabel 4.1. Hasil Penelitian	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Focus Group Discussion.....	105
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Awang Dito (Praktisi Digital).....	113

