



Sumber Gambar: Gamedia.com (Azizah, 2021)

Judul Tugas Akhir Skripsi:

**Pola Komunikasi Belanja *Online* Generasi Z di Jakarta Selatan  
(Studi Fenomenologi Platform Shopee)**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Anisa Rizky Nurhadi

NIM : 1910411001



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

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Anisa Rizky Nurhadi

NRP : 1910411001

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 25 Maret 2023

Yang menyatakan,



Anisa Rizky Nurhadi

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anisa Rizky Nurhadi  
NRP : 1910411001  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu-Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **POLA KOMUNIKASI BELANJA *ONLINE* GENERASI Z DI JAKARTA SELATAN (STUDI FENOMENOLOGI PLATFORM SHOPEE).**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 25 Maret 2023

Yang menyatakan,



Anisa Rizky Nurhadi

## PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Anisa Rizky Nurhadi

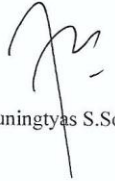
NIM : 1910411001

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

JUDUL : POLA KOMUNIKASI BELANJA *ONLINE* GENERASI Z  
DI JAKARTA SELATAN (STUDI FENOMENOLOGI PLATFORM SHOPEE).

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Dr. Fitria Ayuningtyas S.Sos. M.Si)

Penguji 1



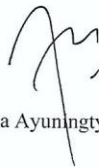
(Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom)

Penguji 2



(Lusya Handayani, M.Si)

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Dr. Fitria Ayuningtyas S.Sos. M.Si

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 3 Mei 2023

**POLA KOMUNIKASI BELANJA *ONLINE* GENERASI Z DI JAKARTA  
SELATAN (STUDI FENOMENOLOGI PLATFORM SHOPEE)**

**ANISA RIZKY NURHADI**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengalaman komunikasi dan motif belanja *online* generasi Z di Jakarta Selatan studi fenomenologi platform Shopee dengan menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Peneliti menggunakan lima tahapan analisis data menurut Moustakas, yaitu tahap awal, horizonsalisasi, *Cluster of Meaning*, deskripsi esensi, melaporkan hasil penelitian, dan penarikan/ verifikasi dengan triangulasi dan *Member Check*. Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman komunikasi informan saat belanja *online* terletak pada *Feedback*. *Feedback* yang baik dan ramah, *Feedback* yang mendengarkan dan melaksanakan permintaan atau *request* informan, *Feedback* yang mau menanggapi retur dan *refund* dengan baik, hal tersebut juga menjadi sebab informan belanja *online* selain terdapat *Because Motive* dan *In Order to Motive* informan belanja *online*. Dan terdapat juga *Feedback* yang kurang memuaskan akan menjadi pertimbangan informan dalam belanja *online*. *Because motive* belanja *online* informan, Pandemi Covid-19, Banyak kebutuhan perempuan, Banyak referensi dan perbandingan produk, Aplikasi dan fitur yang memudahkan, Murah dibandingkan *marketplace* lainnya dan toko *offline*, Aplikasi *marketplace* yang banyak orang ketahui. *In Order to Motive*, agar mendapat keuntungan, agar mendapat barang yang dibutuhkan dan barang yang terbaru, agar mendapat harga yang murah dan hemat, agar tidak perlu ke toko *offline* dan keluar rumah.

**Kata Kunci:** Fenomenologi, Pengalaman Komunikasi, Motif, Platform Shopee.

**SHOPPING COMMUNICATION PATTERNSONLINE GENERATION Z IN  
SOUTH JAKARTA (PHENOMENOLOGY STUDY OF THE SHOPEE  
PLATFORM)**

**ANISA RIZKY NURHADI**

**ABSTRACT**

*This study to aims determine communication experience and shopping motives online Generation Z in South Jakarta studies phenomenology on the Shopee platform using Alfred Schutz's phenomenological theory. The method used is qualitative, primary data sources and secondary data. The technique is done by purposive sampling. Researchers used five stages of data analysis according to Moustakas, the initial stage, horizontalization, Cluster of Meaning, description of the essence, reporting research results, and withdrawal/ verification by triangulation and Member Check. The final results of this study indicate that the informants' communication experience when shopping online lies on Feedback. Feedback is kind and friendly, Feedback that listens and carries out requests or request reports, Feedback that wants to respond to returns and refund well, also the cause of shopping informants online besides there are Because Motive and In Order To Motive shopping informant online. And there is to Feedback those are unsatisfactory will be considered by informants in shopping online. Because of motive shopping online informants, the Covid-19 pandemic, many women's needs, lots of product references and comparisons, applications and features that make it easy, cheap in comparison marketplace others and shop offline, Application Marketplace which many people know. In Order To Motive, to make a profit, to get the goods needed and the newest goods, to get low and economical prices, and not to have to go to the store offline and leave the house.*

**Keywords:** *Phenomenology, Communication Experience, Motives, Shopee Platform.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia-Nya serta Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Pada kesempatan ini, izinkan penulis menyampaikan rasa syukur, rasa hormat, dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini, penulis ucapkan kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Dr. Kusumajanti, M.M, M.Si.
2. Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si, C.NSP, CIQaR. selaku Dosen Pembimbing Skripsi 1 yang selalu sabar, selalu meluangkan waktunya, memberi dukungan, memberi saran dan bantuan dalam membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sekaligus Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.
3. Drs. Aan Setiadarma, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan terkait perkuliahan sejak awal semester hingga akhir semester.
4. Gustiana Sabarina, S.Pd, M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Skripsi 2 saat penyusunan proposal skripsi yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis.
5. Ibu Puji, selaku orang tua penulis yang telah berjuang untuk membiayai kehidupan dan pendidikan penulis, memberikan fasilitas, selalu sabar, dan selalu mendoakan penulis.
6. Teman-teman SMA penulis Cindy, Dhea, Bella, yang memberikan dukungan moral. Grup Berkah yang terbentuk sejak awal masuk kuliah yaitu Umi, Fadia, Ayay, Rafi yang mendukung dalam kegiatan perkuliahan dan selalu kompak, khusus untuk Selsa yang selalu peduli, selalu membantu, dan memberikan dukungan moral. Azam yang selalu mendengarkan, memberi opini, dan memberikan dukungan moral kepada penulis.

Jakarta, 25 Maret 2023



Anisa Rizky Nurhadi

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	I
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	II
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	III
PENGESAHAN .....	IV
ABSTRAK .....	V
ABSTRACT .....	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL .....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR LAMPIRAN .....	XII

### **BAB I PENDAHULUAN..... 1**

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.3.1 Tujuan Praktis .....	12
1.3.2 Tujuan Teoritis .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
1.4.1 Manfaat Praktis .....	13
1.4.2 Manfaat Akademis .....	13
1.5 Sistematika Penulisan .....	13

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 15**

2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
2.2 Konsep Penelitian.....	28
2.2.1 Pengalaman Komunikasi.....	28
2.2.2 Motif.....	29
2.2.3 Budaya Digital.....	31
2.2.4 Komunikasi Pemasaran .....	31
2.2.5 Media Baru.....	32
2.2.6 <i>E-Commerce</i> .....	33
2.2.7 Shopee .....	34
2.3 Teori Penelitian .....	38
2.3.1 Teori Fenomenologi Alfred Schutz.....	38
2.4 Kerangka Penelitian .....	40

### **BAB III METODE PENELITIAN .....**

3.1 Objek Penelitian .....	41
3.2 Jenis Penelitian.....	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.3.1 Wawancara Mendalam .....	43



3.3.2	Observasi.....	45
3.3.3	Dokumentasi.....	45
3.4	Sumber Data.....	46
3.4.1	Data Primer .....	46
3.4.2	Data Sekunder .....	49
3.5	Teknik Analisis Data.....	49
3.6	Teknik Kebasahan Data .....	51
3.6.1	Triangulasi.....	52
3.6.2	<i>Member Check</i> .....	52
3.7	Tabel Rencana Waktu .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>55</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	55
4.1.1	Platform Shopee.....	55
4.2	Deskripsi Subjek Penelitian .....	56
4.3	Profil Informan.....	57
4.4	Hasil Penelitian .....	60
4.4.1	Pengalaman Komunikasi Generasi Z di Jakarta Selatan saat Belanja <i>Online</i> .....	61
4.4.2	Motif Belanja <i>Online</i> Generasi Z di Jakarta Selatan.....	79
4.5	Pembahasan.....	93
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>119</b>
5.1	Kesimpulan .....	119
5.2	Saran.....	119
5.2.1	Saran Praktis .....	120
5.2.2	Saran Teoritis .....	120
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>121</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matrik Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	48
Tabel 3.2 Jadwal Kegiatan .....	54
Tabel 4.1 Informan Penelitian.....	59
Tabel 4.2 Tema Penelitian.....	61
Tabel 4.3 Tema Penelitian.....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet Berdasarkan Usia .....	2
Gambar 1.2 Gambar 1.2 Unsur Proses Komunikasi Laswell.....	3
Gambar 1.3 Platform <i>E-Commerce</i> yang Paling Banyak di Kunjungi di Indonesia Agustus 2022.....	8
Gambar 1.4 Platform Belanja <i>Online</i> yang Sering digunakan di Indonesia Agustus Sampai September 2022.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	40
Gambar 3.1. <i>Interactive Model of Miles and Huberman</i> .....	52
Gambar 4.1 <i>Project Map</i> – Pesan yang disampaikan Informan Kepada Penjual .....	62
Gambar 4.2 <i>Project Map</i> – Media atau Saluran yang digunakan Informan untuk Menghubungi Penjual di Shopee .....	70
Gambar 4.3 <i>Project Map</i> – <i>Feedback</i> Penjual Kepada Informan .....	72
Gambar 4.4 <i>Project Map</i> – Pengalaman Komunikasi Berupa <i>Feedback</i> .....	75
Gambar 4.5 <i>Project Map</i> – Motif ( <i>Because of Motive</i> ) .....	80
Gambar 4.6 <i>Project Map</i> – Motif ( <i>In Order to Motive</i> ).....	86
Gambar 4.7 Pesan yang disampaikan Informan Kepada Penjual .....	97
Gambar 4.8 Media atau Saluran yang digunakan Informan untuk Menghubungi Penjual di Shopee .....	98
Gambar 4.9 <i>Feedback</i> Penjual Kepada Informan .....	100
Gambar 4.10 Pengalaman Komunikasi Berupa <i>Feedback</i> .....	103
Gambar 4.11 Motif Belanja <i>Online</i> Generasi Z di Jakarta Selatan .....	115
Gambar 4.12 Pola Komunikasi Belanja <i>Online</i> Generasi Z di Jakarta Selatan .....	116

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 Form Pengajuan Usulan Penelitian
- Lampiran 3 Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi
- Lampiran 4 Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi
- Lampiran 5 Formulir Persetujuan Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi
- Lampiran 6 Pendaftaran Seminar Usulan Tugas Akhir (SUTA)
- Lampiran 7 Formulir Persetujuan Perbaikan Naskah Seminar Usulan Tugas Akhir (SUTA)
- Lampiran 8 Tanda Persetujuan Sidang Tugas Akhir (SITA)
- Lampiran 9 Pendaftaran Sidang Tugas Akhir (SITA)
- Lampiran 10 Pedoman Wawancara
- Lampiran 11 Surat Riset
- Lampiran 12 Transkrip Wawancara
- Lampiran 13 Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 14 *Report Coding* NVIVO
- Lampiran 15 Sertifikat
- Lampiran 16 Turnitin