

**PERSEPSI MASYARAKAT DALAM MENGGUNAKAN  
APLIKASI *SHOPEE* BELANJA *ONLINE* DI MASA PANDEMI  
*COVID-19* PADA KELURAHAN PADANG BULAN  
KECAMATAN MEDAN BARU KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**HANNA KARISNA SARAGIH  
168530068**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2022**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 8/12/22

Access From (repository.uma.ac.id)8/12/22

**PERSEPSI MASYARAKAT DALAM MENGGUNAKAN  
APLIKASI *SHOPEE* BELANJA *ONLINE* DI MASA PANDEMI  
*COVID-19* PADA KELURAHAN PADANG BULAN  
KECAMATAN MEDAN BARU KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area

**OLEH**

**HANNA KARISNA SARAGIH**

**168530068**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2022**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 8/12/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)8/12/22

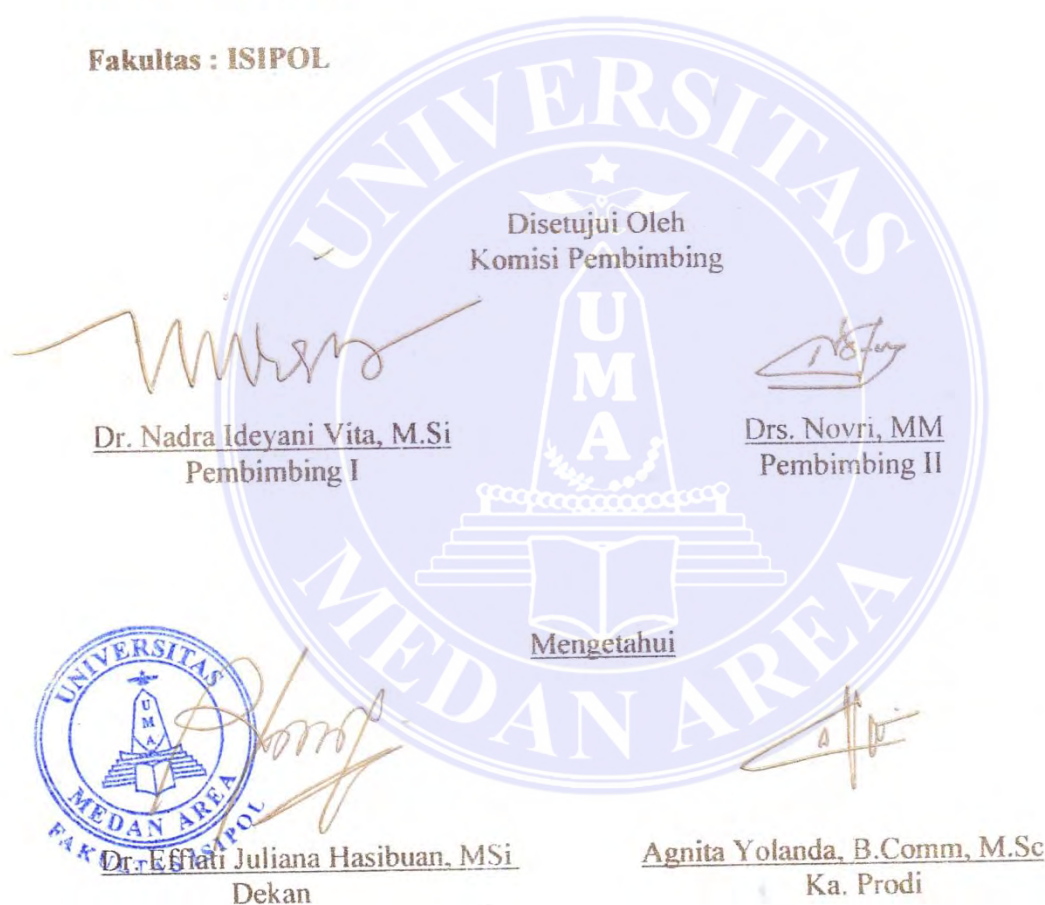
**HALAMAN PENGESAHAN**

**Judul : Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi  
Shopee Belanja Online Di Masa Pandemi Covid 19 Pada  
Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota  
Medan**

**N a m a : HANNA KARISNA SARAGIH**

**N I M : 168530068**

**Fakultas : ISIPOL**



**Tanggal Lulus : 6 September 2022**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 8/12/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)8/12/22

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 6 September 2022



HANNA KARISNA SARAGIH

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan

---

dibawah ini:

Nama : Hanna Karisna Saragih

Npm : 168530068

Program Studi : Ilmu Komunikasi

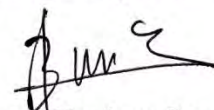
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: *Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi Shopee Belanja Online Di Masa Pandemi Covid 19 Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan*. Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memblikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Medan Pada 6 September 2022

Yang menyatakan



(Hanna Karisna Saragih)

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Hanna karisna saragih., lahir di Bangun saribu, anak dari bapak Merton saragih dan ibu Henriwaty tondang Penulis merupakan Putri ke Empat dari Lima bersaudara. Pada tahun 2003 penulis bersekolah di Sekolah Dasar Negeri 094117 Bangun saribu, selanjutnya pada tahun 2009 penulis melanjutkan sekolah di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Bunda Mulia Saribudolok, kemudian pada tahun 2012 penulis melanjutkan sekolah di Sekolah Menengah Atas (SMA) Vanduynhoven Saribudolok Dan pada tahun 2016 sampai sekarang penulis terdaftar sebagai Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.



## ABSTRAK

### **Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi *Shopee* Belanja *Online* Di Masa Pandemi *Covid 19* Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan**

Perubahan aktivitas belanja masyarakat pada masa *Covid-19* melanda Indonesia, khususnya di Lingkungan Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan, dimana ruang gerak masyarakat sangat dibatasi oleh pemerintah terlebih saat PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi *Shopee* Belanja *Online* Di Masa Pandemi *Covid-19* Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi *Shopee* Belanja *Online* Di Masa Pandemi *Covid-19* Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan. Metode Penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi. Berdasarkan hasil penelitian meunjukkan bahwa Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi *Shopee* Belanja *Online* Di Masa Pandemi *Covid-19* Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan bahwa persepsi masyarakat Kelurahan Padang Bulan dalam menggunakan Aplikasi *Shopee* sangat berdampak positif dan mampu memenuhi kebutuhan yang sangat mudah dalam melakukan menggunakan Aplikasi *Shopee* dalam melakukan belanja secara *online*, disamping itu masyarakat Kelurahan Padang Bulan pada Aplikasi *Shopee* setiap melakukan belanja *online* dengan memberikan tanda bintang sehingga dengan pemberian bintang tersebut termasuk golongan pembeli telah memiliki tingkat kepuasan belanja secara *online*.

**Kata Kunci:** Persepsi Masyarakat, Aplikasi *Shopee*, Pandemi *Covid-19*

## ABSTRACT

### *Public Perceptions in Using the Online Shopping Shopee Application during the Covid 19 Pandemic in the Padang Bulan Village, Medan Baru District, Medan City*

*The changes in public spending activities above were due to during Covid-19 hitting Indonesia, especially in the Padang Bulan Village, Medan Baru District, Medan City, where the community's space for movement was very limited by the government, especially during PPKM (Enforcement of Restrictions on Community Activities). The purpose of the study was to find out how the public's perception of using the online shopping shopee application during the Covid 19 pandemic in Padang Bulan Village, Medan Baru District, Medan City. To find out what are the factors that hinder Public Perception in Using the Online Shopping Shopee Application in the Covid 19 Pandemic Period in Padang Bulan Village, Medan Baru District, Medan City. Methods This research is a descriptive study with a qualitative approach as a research procedure that produces descriptive data in the form of written or spoken words from people and observed behavior from the phenomena that occur. Based on the results of the study, it shows that Public Perceptions in Using the Shopee Online Shopping Application During the Covid 19 Pandemic In the Padang Bulan Village, Medan Baru District, Medan City that the perception of the Padang Bulan Village community in using the Shopee Application has a very positive impact and is able to meet the needs that are very easy to use. The Shopee application in doing online shopping, the shopee party in delivering packages carried out by couriers always obeys the Prokes during the Covid-19 Pandemic, besides that the price comparison with the application is very different from that compared to other applications, the evaluation is carried out by the Padang Bulan community on the Shopee application every do online shopping by giving an asterisk so that by giving the star the buyer group has a high level of online shopping satisfaction.*

**Keywords: Public Perception, Shopee Application, Pandemic Covid-19**



## KATA PENGANTAR

Terima kasih saya ucapkan atas kesempatan yang diberikan kepada saya, Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan YME yang telah memberikan hidayahnya kepada kita, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area, Sumatera Utara.

Skripsi ini berjudul “**Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi *Shopee* Belanja Online Di Masa Pandemi Covid 19 Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan**”.

Dalam hal ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dilihat dari gaya bahasa maupun kedalaman materinya.

Hal ini dikarenakan kemampuan dan pengetahuan penulis masih sangat terbatas serta kurangnya literature yang berhubungan dengan pembahasan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif sebagai suatu upaya dalam penyempurnaan skripsi ini.

Pada penulisan ini, penulis banyak menerima bimbingan dan arahan dari berbagai pihak yang kesemuanya itu tidak ternilai harganya. Oleh karenanya dengan kerendahan hati dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan rasa hormat serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Terima kasih kepada mamak Tercinta **Henriwaty Tondang** yang sudah melahirkan dan membesarkan saya hingga saya bisa menyelesaikan pendidikan saya hingga Sarjana.
2. Yang terhormat, Bapak **Prof Dr. Dadan Ramdan, MENG**, sebagai Rektor Universitas Medan Area.

3. Yang terhormat, Ibu **Dr. Effiati Juliana Hasibuan, MSi** sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Yang terhormat, Ibu **Dr. Nadra Ideyani Vita, M.Si** , sebagai Wakil Dekan sekaligus Dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu membimbing penulis dengan kesabaran.
5. Yang terhormat, Ibu **Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc**, sebagai Ka. Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
6. Yang terhormat, Bapak **Drs. Novri, MM** sebagai pembimbing II, yang penuh kesabaran dan pengertian telah memberikan dorongan, pengarahan dan bimbingannya sehingga selesainya skripsi ini.
7. Yang Terhormat, Bapak **Ara Auza, S.Sos M.I.Kom** sebagai sekretaris dalam pengerjaan skripsi saya.
8. Terima kasih kepada Abang Jekson Saragih, Kakak Junne Saragih, Adik Hamda Saragih dan Eda Sartika Sipayung yang selalu ada dan selalu mendukung waktu susah maupun senang.
9. Terima kasih kepada keponakan Junior Saragih, Jean Saragih, Josy Saragih, Julio Saragih dan Yasa Sinaga yang selalu menjadi penyemangat dalam segala hal.
10. Terima kasih kepada Keluarga yang selalu memberikan dukungan sehingga saya bisa menyelesaikan pendidikan hingga Sarjana.
11. Ucapan terima kasih kepada Kantor Kelurahan Padang Bulan Kota Medan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi daftar pertanyaan yang penulis ajukan.

12. Ucapan terima kasih kepada para staf Pengajar dan staf Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Atas semua ini, kembali penulis menyampaikan doa kepada Tuhan YME. Semoga tulisan ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk melaksanakan kegiatan penelitian lanjutan. semoga kita memperoleh lindungan-Nya.

Medan, 6 September 2022

**Hanna Karisna Saragih**



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>

### **BAB I. PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian .....	7

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

A. Pengertian Komunikasi .....	8
1. Komunikasi Media Massa .....	12
2. Media Komunikasi .....	13
3. New Media .....	14
B. Pengertian Persepsi Masyarakat .....	16
1. Persepsi .....	16
2. Masyarakat .....	19
C. Macam-macam Persepsi.....	23
1. Proses Terjadinya Persepsi .....	23
2. Syarat Terjadinya Persepsi .....	24
3. Sifat Persepsi .....	24
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi .....	25
5. Indikator Persepsi .....	27
D. Aplikasi <i>Shopee</i> .....	27
1. Pengertian Aplikasi .....	27
2. Pengertian <i>Shopee</i> .....	28
E. Belanja <i>Online</i> .....	30
F. Pandemi <i>Covid 19</i> .....	32
G. Kerangka Berpikir .....	34
H. Penelitian Terdahulu .....	36

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

A. Metode Penelitian .....	40
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	40

C. Informan Penelitian.....	40
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	41
E. Instrumen Penelitian.....	43
F. Teknik Analisis Data .....	44
G. Pengujian Kredibilitas Data.....	46
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum .....	48
1. Profil Kelurahan Padang Bulan.....	48
2. Visi dan Misi .....	49
3. Struktur Organisasi.....	50
4. Identitas Informan .....	52
B. Hasil Penelitian .....	53
1. Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi <i>Shopee Belanja Online</i> di masa Pandemi <i>Covid 19</i> Pada Kelurahan Padang Bulan.....	53
2. Faktor-faktor apa saja yang menghambat persepsi masyarakat dalam menggunakan Aplikasi <i>Shopee Belanja</i> <i>Online</i> Di Masa Pandemi <i>Covid 19</i> Pada Kelurahan Padang Bulan Kota Medan .....	62
1. Gangguan Koneksi .....	62
2. Keterlambatan Dalam Pengiriman Paket .....	63
C. Pembahasan .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	72
B. Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR GAMBAR

1. Aplikasi <i>Shopee</i> .....	30
2. Kerangka Berfikir.....	35
3. Kantor Kelurahan Padang Bulan.....	50
4. Struktur Organisasi.....	51
5. Penilaian Pembeli Pada Aplikasi <i>Shopee</i> .....	58



## DAFTAR TABEL

1. Penelitian Terdahulu .....	36
2. Data Informan .....	52



## LAMPIRAN

1. Panduan Wawancara .....	79
2. Observasi Penelitian.....	80
3. Transkrip Wawancara .....	86
4. Dokumentasi Foto Wawancara .....	100





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Teknologi komunikasi dan informasi saat ini menunjukkan perkembangan pesat yang sangat signifikan. Kemajuan yang terus *diupgrade* tersebut semakin memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan. Hal tersebut ditandai dengan hadirnya internet. Masyarakat bisa dengan mudah mendapatkan berbagai informasi yang dicari hanya melalui *smartphone* yang terkoneksi dengan internet. Tidak hanya itu, proses komunikasi pun menjadi lebih mudah dan terjangkau melalui berbagai jenis *new media* yang ada saat ini. Hadirnya beragam media sosial seperti *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan lain sebagainya memberikan cara baru bagi masyarakat untuk bersosialisasi dan *sharing* informasi melalui virtual.

Media internet menurut Nasrullah (2015:48) merupakan salah satu teknologi sebagai media untuk mengkomunikasikan pesan pada masyarakat di berbagai wilayah, negara dan bahkan dunia. Di Indonesia sendiri kehadiran internet dimanfaatkan oleh segala rentang usia. Perusahaan media dari Inggris yang bekerjasama dengan *Hootsuite*, mendapatkan fakta bahwa sebanyak 175,4 juta penduduk Indonesia merupakan pengguna aktif internet. Berdasarkan angka tersebut, Indonesia sebagai salah satu negara dengan populasi terbanyak di dunia mengalami kenaikan sebesar 17 persen atau sebanyak 25 juta yang menjadi pengguna internet jika dibandingkan dengan tahun 2019. Berdasarkan data kependudukan Semester I (per juni) tahun 2020 oleh Kementerian Dalam Negeri,

jumlah penduduk Indonesia 2020 sebanyak 268,6 jiwa. Data diatas menyimpulkan bahwa sebanyak 65,30% masyarakat Indonesia yang memanfaatkan internet dalam kehidupan sehari-hari.

Banyaknya masyarakat sebagai pengguna aktif internet menunjukkan bahwa perkembangan teknologi internet tersebut memberikan banyak alternatif baru dalam segala aspek kehidupan masyarakat. Atas kemudahan akses informasi, mencari hiburan dan aktivitas lainnya menyebabkan banyak bermunculan *platform* yang bergerak dibidang jasa jual beli atau yang biasa disebut dengan bisnis online. Masyarakat yang juga berperan sebagai pelaku usaha juga mulai berinovasi untuk memasarkan produk jualan barang atau jasanya dengan memanfaatkan *platform* media yang semakin canggih. Hal tersebut tidak hanya sekedar untuk mengikuti *trend* yang ada saat ini namun juga memberikan kemudahan bagi para pelaku usaha dan juga konsumen.

Salah satunya *platform* yang tengah digandrungi oleh masyarakat di Indonesia adalah sistem perdagangan melalui *e-commerce* atau toko *online*. Tidak hanya di Indonesia, perkembangan *e-commerce* setelah menyebar ke berbagai penjuru negaradi belahan dunia. *E-commerce* atau *electronic commerce* sendiri merupakan sebuah proses perdagangan atau proses jual beli barang dan jasa melalui system elektronik. Proses bertransaksi melalui *e-commerce*, konsumen akan melakukan pembayaran juga melalui online dengan transfer dana. *E-commerce* sendiri mulai masuk ke Indonesia pada tahun 1994 dengan dipilihnya *IndoNet* sebagai *Internet Service Provider (ISP)* di Indonesia. Kehadiran *Indo Net* sebagai layanan ISP ini menjadi pintu gerbang pemanfaatan teknologi komunikasi dalam segala aspek bidang salah satunya adalah dunia perdagangan di Indonesia.

Sebelum berkembang seperti saat ini, proses jual beli antar masyarakat masih mengharuskan konsumen untuk datang langsung membeli barang kebutuhan yang diperlukan. Namun seiring berjalannya waktu, proses jual beli melalui *e-commerce* mulai diperkenalkan di masyarakat. Hadirnya *e-commerce* di tengah masyarakat pun tidak semata-mata menggunakan berbagai fitur dan fasilitas yang canggih, namun masih sangat sederhana. Pelaku usaha melakukan promosi barang atau jasa yang dijualnya melalui *online*, namun proses jual beli dengan konsumen masih dilakukan secara langsung atau tatap muka. Hal tersebut tentunya masih dirasa belum cukup efektif untuk mobilitas masyarakat. Oleh sebab itu berbagai upaya dilakukan untuk terus menampilkan sisi kemudahan dalam belanja melalui *e-commerce*.

Perkembangan digital tersebut telah memberikan banyak dampak terhadap pola hidup masyarakat dalam bertransaksi. Masyarakat sebagai konsumen diminta untuk mengandalkan *trusted* atau kepercayaan dalam proses jual beli melalui *e-commerce*. Jika tidak ada *trusted* antara penjual dan pembeli maka proses jual belimelalui *e-commerce* tidak akan terjadi. Meskipun proses jual beli secara konvensional atau tatap muka secara langsung oleh konsumen dan produsen masih terus berlangsung hingga saat ini, namun berpotensi akan tersaingi oleh kemudahan berbelanja melalui *online*.

Hal tersebut karena semakin banyaknya *e-commerce* yang hadir menghiasi dunia perdagangan Indonesia saat ini memberikan banyak fasilitas bagi para penggunanya. Kemudahan mendapatkan barang kebutuhan yang diinginkan melalui *smartphone*, ditunjang dengan harga yang bersaing di pasaran membuat masyarakat mengutamakan nilai praktis. Berbagai nama *platform e-commerce*

yang sering kita dengar seperti *Shopee*, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, *Blibli* dan masih banyak lainnya saling berlomba menonjolkan keunggulan dan promo menarik masing-masing. Namun begitu, dari sekian banyak *platform e-commerce* tersebut, salah satu *platform e-commerce* yang banyak dikunjungi oleh pengguna layanan jasa adalah *Shopee*. Dilansir dari portal berita *kontan.co.id*, dari beragam *platform e-commerce* yang hadir di tengah masyarakat Indonesia, *Shopee* menjadi layanan *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi dan digunakan oleh masyarakat pada tahun 2020 silam.

*Shopee* sendiri merupakan salah satu situs *e-commerce* yang berkantor pusat di negara Singapura. Didirikan oleh ForestLi pada tahun 2009, *Shopee* berada dibawah naungan *SEA Group* yang sebelumnya bernama Garena. *Shopee* pertama kali hadir dan diluncurkan dinegara Singapura pada tahun 2015. Semenjak saat itu, *Shopee* memperluas jangkauannya ke beberapa negara tetangga seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, Filipina dan juga Indonesia. Tidak hanya berhenti di sekitar negara Asia saja, *Shopee* juga melebarkan sayapnya kenegara Brasil dan juga Amerika Serikat.

Saat pertama kali hadir di Indonesia, minat masyarakat terhadap *Shopee* masih belum sebanyak sekarang. Hal tersebut karena sudah ada kompetitor dari situs *e-commerce* lain seperti Tokopedia dan Bukalapak yang sudah hadir terlebih dahulu. Namun seiring berjalannya waktu, proses pemasaran marketing *Shopee* mulai dilirik oleh masyarakat. Iklan dan promo menarik lain yang gencar ditayangkan melalui televisi membuat masyarakat menjadi *notice* dengan kehadiran situs *e-commerce* tersebut. Fenomena dalam penelitian ini adalah perubahan aktivitas belanja masyarakat di atas dikarenakan selama *Covid-19*

melanda Indonesia, khususnya di Lingkungan Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan, dimana ruang gerak masyarakat sangat dibatasi oleh pemerintah terlebih saat PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat).

Hampir sebagian besar kota di Kota Medan memberlakukan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) guna mencegah penyebaran *Covid-19* yang kian meluas. Kebiasaan melakukan kegiatan di luar rumah pun harus beralih menjadi melakukan segala kegiatan dari dalam rumah. Kebijakan dan sanksi yang diberlakukan oleh pemerintah selama PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) pun terbilang cukup ketat sehingga menyebabkan masyarakat enggan pergi keluar rumah jika tidak ada kepentingan yang sangat mendesak. Bahkan untuk sekedar berbelanja barang kebutuhan di supermarket pun terbilang cukup sepi. Sehingga masyarakat Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan menjadikan Aplikasi *Shopee* menjadi alternatif dalam melakukan belanja *online*.

Dampaknya, masyarakat lebih memilih untuk berbelanja melalui *online* Aplikasi *Shopee* memanfaatkan Momen saat pemberlakuan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang cukup ketat di tiap-tiap daerah menjadikan masyarakat cenderung aktif untuk berbelanja *online*. Keadaan inilah yang tentunya dimanfaatkan oleh para pelaku usaha dari lini bidang kecil, menengah hingga atas untuk mulai memikirkan cara agar tetap dapat menjangkau para konsumen.

Peran *platform e-commerce* yang sebelumnya belum *booming* seperti saat ini dimanfaatkan oleh para pelaku usaha. Permasalahan ekonomi yang timbul di

masa pandemi memberikan sebuah pola baru dalam masyarakat, bahkan dalam hal berbelanja. Masyarakat Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan diberikan pilihan untuk tetap berbelanja atau menabungkan uangnya karena adanya permasalahan ekonomi. Namun ada pula masyarakat yang tetap memilih berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya. Paparan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berdasarkan fenomena yang muncul dengan judul penelitian” **Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi *Shopee* Belanja Online Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan.**”

## **B. Fokus Penelitian**

Adapun fokus penelitian pada Skripsi ini adalah Bagaimana persepsi masyarakat Kelurahan Padang Bulan dengan menggunakan aplikasi *Shopee* dalam melakukan belanja *online*?

## **C. Rumusan Masalah**

Didasari fenomena yang telah dijabarkan pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana persepsi masyarakat dalam menggunakan aplikasi *shopee* belanja *online* di masa pandemi *Covid-19* Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan?
2. Apa yang menjadi factor menghambat persepsi masyarakat dalam menggunakan aplikasi *shopee* belanja *online* di masa pandemi *Covid-19* Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat dalam menggunakan aplikasi *shopee* belanja *online* di masa pandemi *Covid-19* Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi penghambat persepsi masyarakat dalam menggunakan aplikasi *shopee* belanja *online* di masa pandemi *Covid-19* Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi pihak program Studi Ilmu Komunikasi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian dibidang ilmu komunikasi.
  - b. Bagi pihak lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan penelitian lanjutan dalam perkembangan teknologi komunikasi khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi.
2. Manfaat Praktis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai teknologi komunikasi khususnya bagi pengguna Aplikasi *Shopee*.
  - b. Bagi pencipta aplikasi diharapkan dapat berguna untuk menjadi acuan dalam mengembangkan aplikasi menjadi lebih baik lagi.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Pengertian Komunikasi

Menurut Hafid Cangara (2016:101) Komunikasi menekankan bahwa komunikator atau sumber memberi respon secara timbal balik pada komunikator lainnya. Proses komunikasi disini melingkar dengan adanya mekanisme umpan balik yang saling mempengaruhi antara sumber dan penerima. Komunikasi menjadi peranan terpenting bagi kehidupan manusia dalam berinteraksi di kehidupannya sehari-hari. Terutama komunikasi yang terjadi didalam masyarakat terkecil yaitu keluarga. Di dalam sebuah komunikasi *feedback* merupakan hal yang diharapkan, untuk mampu mencapai tujuan yang dimaksud dalam berkomunikasi. Komunikasi berasal dari bahasa latin *cum* yaitu kata depan yang berarti dengan, bersama dengan, dan *unus* yaitu kata bilangan yang berarti satu. Kata-kata itu terbentuk kata benda *cummunio* yang dalam bahasa Inggris menjadi *cummunion* yang berarti kebersamaan, persatuan, persekutuan, gabungan, pergaulan, hubungan.

Diperlukan usaha dan kerja dalam ber- *communio*, dari kata itu dibuat kata kerja *communicare* yang berarti membagi sesuatu dengan seseorang, memberikan sebagian kepada seseorang, memberitahukan sesuatu kepada seseorang, bertukar pikiran, berhubungan, berteman. Kata kerja *communicare* itu pada akhirnya dijadikan kata kerja benda *communicatio*, atau yang dalam bahasa Inggris adalah *communication*, dan dalam bahasa Indonesia diserap menjadi komunikasi.



Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris “*communication*”, dari bahasa Latin “*communicatus*” yang mempunyai arti berbagi atau menjadi milik bersama, komunikasi diartikan sebagai proses sharing diantara pihak-pihak yang melakukan aktifitas komunikasi tersebut. Menurut Mulyana,(2014:67) komunikasi manusia adalah komunikasi yang menggambarkan dalam mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari sebuah individu atau kelompok, secara langsung (tatap muka) ataupun menggunakan media lainnya, seperti media elektronik, media cetak. Komunikasi adalah sebuah proses antara individu dengan individu, atau kelompok dengan individu, dan juga individu dengan kelompok dalam menyampaikan pesan dan informasi dari komunikator kepada audiensnya, dengan maksud hanya menginformasikan, ataupun juga untuk mempersuasi orang lain, untuk memperoleh persamaan pengertian dari komunikator kepada audiensnya. Proses tersebut bisa secara langsung maupun tidak langsung, dengan cara bertatap muka

Menurut Deddy Mulyana (2014:87) menyebutkan beberapa definisi komunikasi, yakni:

1. Komunikasi antarmanusia sering diartikan dengan pernyataan diri yang paling efektif.
2. Komunikasi merupakan pertukaran pesan-pesan secara tertulis dan lisan melalui percakapan, atau bahkan melalui penggambaran yang imajiner.
3. Komunikasi merupakan pembagian informasi atau pemberian hiburan melalui kata-kata secara lisan atau tertulis dengan metode lainnya.
4. Komunikasi merupakan pengalihan informasi dari seorang kepada orang lain.
5. Pertukaran makna antara individu dengan menggunakan sistem simbol yang sama.
6. Komunikasi adalah proses pengalihan pesan yang dilakukan seorang melalui suatu saluran tertentu kepada orang lain dengan efek tertentu.
7. Komunikasi adalah proses pembagian informasi, gagasan atau perasaan yang tidak saja dilakukan secara lisan dan tertulis melainkan melalui bahasa tubuh, atau gaya atau tampilan pribadi, atau hal lain disekelilingnya yang memperjelas makna.

Sebuah definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antarmanusia (human communication) bahwa: komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antarsesama manusia; (2) melalui pertukaran informasi; (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain; serta (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu. Ilmu komunikasi sebagai ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidisipliner, tidak bisa menghindari perspektif dari beberapa ahli yang tertarik pada kajian komunikasi, sehingga definisi dan pengertian komunikasi menjadi semakin banyak dan beragam. Masing-masing mempunyai penekanan arti, cakupan, konteks yang berbeda satu sama lain, tetapi pada dasarnya saling melengkapi dan menyempurnakan makna komunikasi sejalan dengan perkembangan ilmu komunikasi.

Menurut Effendy, (2015:32) komunikasi adalah untuk memastikan bahwa komunikasi benar-benar memahami apa isi pesan yang diterimanya. Untuk kemudian proses pengiriman pesan tersebut harus dijaga atau dibina agar tetap terjalin komunikasi yang baik dan pesan dapat diterima dengan baik pula. Sampai akhirnya proses tersebut memotivasi seseorang untuk melakukan suatu aktifitas..

Menurut Wibowo (2017:57), komunikasi merupakan aktifitas menyampaikan apa yang ada dipikiran, konsep yang kita miliki dan keinginan yang ingin kita sampaikan pada orang lain. Atau sebagai seni mempengaruhi orang lain untuk memperoleh apa yang kita inginkan. Sedangkan Astrid berpendapat komunikasi adalah kegiatan pengoperan lambang yang mengandung

makna yang perlu dipahami bersama oleh pihak yang terlihat dalam kegiatan komunikasi.

Dilihat dari beberapa definisi tersebut saling melengkapi. Definisi komunikasi secara umum adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi didalam diri seseorang dan atau diantara dua atau lebih dengan tujuan tertentu. Definisi tersebut memberikan beberapa pengertian pokok yaitu komunikasi adalah suatu proses mengenai pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan.

Setiap penakluk komunikasi dengan demikian akan melakukan empati tindakan: membentuk, menyampaikan, menerima, dan mengolah pesan. Keempat tindakan tersebut lazimnya terjadi secara berurutan. Membentuk pesan artinya menciptakan suatu ide atau gagasan. Ini terjadi dalam benak kepala seseorang melalui proses kerja system syaraf. Pesan yang telah terbentuk ini kemudian disampaikan kepada orang lain. Baik secara langsung maupun tidak langsung.

Bentuk dan mengirim pesan, seseorang akan menerima pesan yang disampaikan oleh orang lain. Pesan yang diterimanya ini kemudian akan diolah melalui sistem syaraf dan diinterpretasikan. Setelah diinterpretasikan, pesan tersebut dapat menimbulkan tanggapan atau reaksi dari orang tersebut. Apabila ini terjadi maka si orang tersebut kembali akan membentuk dan menyampaikn pesan baru.

Demikianlah keempat tindakan ini terus menerus terjadi secara berulang-ulang. Pesan adalah produk utama komunikasi. Pesan berupa lambang- lambang yang menjalankan ide/gagasan, sikap, perasaan, praktik, atau tindakan. Bisa berbentuk kata- kata tertulis, lisan, gambar-gambar, angka-angka, benda-benda,

gerak-gerik atau tingkah laku dan berbagai bentuk tanda-tanda lainnya. Komunikasi dapat terjadi dalam diri seseorang, antara dua orang, diantara beberapa orang, atau banyak orang.

Komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Artinya komunikasi yang dilakukan sesuai dengan keinginan dan kepentingan para pelakunya. Pemaknaan terhadap informasi bersifat subjektif dan kontekstual. Subjektif artinya, masing-masing pihak memiliki kapasitas untuk memakai informasi yang disebarkan atau diterima berdasarkan apa yang ia rasakan, ia yakini, dan ia mengerti serta berdasarkan tingkat pengetahuan kedua pihak. Sedangkan kontekstual adalah bahwa pemaknaan itu berkaitan erat dengan kondisi waktu dan tempat dimana informasi itu ada dan dimana kedua belah pihak berada.

## 1. Komunikasi Massa

Menurut Hafid Cangara (2016:120) Pada dasarnya, komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (cetak dan elektronik). Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjukkan pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Kata lain massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu, massa disini menunjuk kepada khalayak, *audience*, penonton, pemirsa, atau pembaca.

Komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar berbentuk audio dan visual. Komunikasi massa akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio, surat kabar, majalah, dan film.

Menurut Romli,(2018:1-2) komunikasi massa dapat diketahui bahwa harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada

khalayak yang banyak, apabila dalam penyampaiannya tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi –keduanya dikenal sebagai media elektronik; surat kabar dan majalah- keduanya disebut dengan media cetak ; serta media film.

Berdasarkan beberapa definisi diatas, komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan komunikator melalui meda massa dalam penyampaian informasinya.

Menurut Hafid Cangara ( 2016:128) Pertama komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar pemancar yang audio dan atau visual.

Selain untuk berkomunikasi, manusia bisa memanfaatkan media baru ini untuk menuangkan kreatifitasnya dan dengan mudah menyebarkan hasil karyanya melalui media baru ini. Contohnya adalah mulai banyaknya komikus yang membuat komik dan memuatnya di salah satu platform media baru yaitu Instagram. Dengan memanfaatkan media baru ini, komikus khususnya yang baru merintis membuat komik tidak perlu mengeluarkan biaya untuk mencetak komiknya, sehingga bisa menghemat waktu dan biaya agar hasil karyanya bisa dinikmati orang banyak.

## **2. Media Komunikasi**

Menurut Barata (2014:109) Media komunikasi adalah perantara dalam penyampaian informasi dari komunikator kepada *komunikate* yang bertujuan untuk efisiensi penyebaran informasi atau pesan tersebut, fungsi media komunikasi yaitu:

1. Efektifitas, media komunikasi dapat mempermudah kelancaran dalam penyampaian informasi.
2. Efisiensi, dengan penggunaan media dapat mempercepat proses penyampaian informasi.
3. Konkrit, media komunikasi mampu membantu memperoleh isi pesan dengan cepat dan bersifat abstrak.
4. Motivasi, dengan menggunakan media komunikasi menjadikan seseorang lebih mudah dalam melakukan komunikasi.

### 3. *New Media*

Menurut Nurudin,(2016:4) komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab pada awal perkembangannya komunikasi massa berasal dari pengembangan kata media *of mass communication* (media komunikasi massa). Media disini adalah media yang dihasilkan oleh teknologi modern. Pertama komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya (televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku).

Penyebaran media dan perkembangan teknologi yang sangat maju seperti sekarang ini, *new media* akan terus mempengaruhi gaya hidup remaja di

Indonesia. Klaim ideologis bahwa internet membebaskan informasi serta penggunaannya adalah salah satu yang terkuat pada tahun-tahun awal, dan dipandang oleh banyak penulis menjadi dasar bagi sebuah batasan baru.

Era globalisasi seperti sekarang ini, perkembangan teknologi melaju dengan begitu cepat. Berbagai macam temuan teknologi yang canggih satu persatu bermunculan. Hal inilah yang membuat media dijadikan alat utama untuk penyebaran informasi. Berbagai macam media saat ini bisa menyebarkan informasi dengan sangat cepat, new media (*internet*) adalah salah satu yang menjadi sebuah revolusi media saat ini. Walaupun jarak tempuh antara satu daerah dengan daerah yang lain jauh, tetapi melalui internet orang-orang yang tinggal di daerah tersebut dapat berinteraksi satu sama lain. Hal inilah yang membuat masyarakat lebih menyukai berinteraksi melalui dunia maya. Dahulu masyarakat menonton televisi untuk mendapatkan berbagai macam informasi. Mereka duduk bersama di ruang keluarga. Tetapi pada jaman mutakhir seperti sekarang ini semua orang sudah bisa menggunakan internet. Bahkan media massa televisi dan internet sudah tidak bisa dibedakan lagi.

Menurut Cangara, Hafied.(2016:97) Media massa merupakan sarana penyebaran informasi kepada masyarakat luas. Menurut Bungin, media massa didefinisikan sebagai sarana yang digunakan oleh banyak orang untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi secara sinkron dan mudah diakses. Dalam arti, media massa adalah alat atau media untuk menyebarkan konten informasi, opini, komentar, hiburan, dan lain-lain. media adalah alat atau media yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan suatu pesan kepada khalayak umum. Pengertian media massa adalah sarana yang digunakan oleh

sumber untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat umum melalui sarana komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Perkembangan teknologi saat ini memiliki dampak yang signifikan terhadap peran media massa, dan kebebasan media massa dan dukungan teknologi dapat memiliki dua kondisi. Di satu sisi, ketika masyarakat memiliki akses informasi yang mudah, pada akhirnya regulasi pemerintah yang menciptakan kondisi demokrasi, tetapi di sisi lain, kebebasan memecahkan masalah tidak bertanggung jawab dan akan terhubung. Teknologi ini memfasilitasi proses interkoneksi skala besar. Fenomena meningkatnya hubungan ekonomi, politik, sosial dan budaya ini disebut menghapus batas.

## **B. Pengertian Persepsi Masyarakat**

### **1. Persepsi**

Menurut Ramadhani (2015:17) (Diakses Pada Tanggal 25 September 2021 di *Internet* <http://digilib.unimed.ac.id> >) Setiap orang mempunyai persepsi sendiri mengenai apa yang dipikirkan, dilihat, dan dirasakan. Hal tersebut sekaligus berarti bahwa persepsi menentukan apa yang akan diperbuat seseorang untuk memenuhi berbagai kepentingan baik untuk diri sendiri, keluarga, maupun lingkungan masyarakat tempat berinteraksi. Persepsi inilah yang membedakan seseorang dengan yang lain. Persepsi dihasilkan dari kongkritisasi pemikiran, kemudian melahirkan konsep atau ide yang berbeda-beda dari masing-masing orang meskipun obyek yang dilihat sama. Berikut pengertian persepsi menurut beberapa ahli



Menurut Shaleh (2013:23) (Diakses Pada Tanggal 27 September 2021 di *Internet* <https://journal.perbanas.ac.id/index.php/jbb/article/view/233>) Definisi mengenai persepsi yang sejatinya cenderung lebih bersifat psikologis dari pada hanya merupakan proses penginderaan saja, maka ada beberapa faktor yang mempengaruhi, seperti perhatian yang selektif, individu memusatkan perhatiannya pada rangsang-rangsang tertentu saja. Kemudian ciri-ciri rangsang, rangsang yang bergerak diantara rangsang yang diam akan lebih menarik perhatian. Selanjutnya adalah nilai dan kebutuhan individu, dan yang terakhir pengalaman dahulu. Pengalaman terdahulu sangat mempengaruhi bagaimana seseorang mempersepsikan dunianya.

Menurut Walgito, (2010:78) Persepsi merupakan suatu proses penginderaan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris. Namun proses ini tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu proses persepsi tidak dapat lepas dari proses penginderaan merupakan proses pendahuluan dari proses persepsi.

Menurut Suranto (2011:14) persepsi merupakan inti komunikasi. Persepsi memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan komunikasi. Artinya, kecermatan dalam mempersepsikan stimuli inderawi mengantarkan kepada keberhasilan komunikasi. Sebaliknya, kegagalan dalam mempersepsi stimulus, menyebabkan mis-komunikasi. Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Penginderaan adalah merupakan suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indera. Stimulus umumnya diteruskan oleh saraf ke otak melalui pusat susunan saraf dan proses selanjutnya

merupakan proses persepsi. Stimulus diterima oleh alat indera, kemudian melalui proses persepsi sesuatu yang di indera tersebut menjadi sesuatu yang berarti setelah diorganisasikan dan diinterpretasikan melalui persepsi individu dapat menyadari, dapat mengerti tentang keadaan diri individu yang bersangkutan.

Menurut Walgito (2010:69) persepsi merupakan aktivitas pemahaman, apa yang ada dalam diri individu seperti perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, kerangka acuan dan aspek-aspek lain yang ada dalam diri individu masyarakat akan ikut berperan dalam persepsi tersebut.

Berdasarkan atas hal tersebut, dapat dikemukakan dalam persepsi itu sekalipun dorongannya sama tetapi karena pengalaman tidak sama, kemampuan berpikir tidak sama, kerangka acuan tidak sama, adanya kemungkinan hasil persepsi antara individu dengan individu yang lain tidak sama. Faktor-faktor yang berpengaruh pada persepsi adalah pemahaman internal, perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, motivasi dan kerangka acuan.

Sedangkan pemahaman eksternal adalah dorongan itu sendiri dan keadaan lingkungan persepsi itu berlangsung. Kejelasan dorongan akan banyak berpengaruh pada persepsi. Bila dorongan itu berwujud benda-benda bukan manusia, maka ketepatan persepsi lebih terletak pada individu yang mengadakan persepsi karena benda-benda yang dipersepsi tersebut tidak ada usaha untuk mempengaruhi yang mempersepsi. Mengenai pengertian masyarakat dalam kamus bahasa Inggris, masyarakat disebut *society* asal katanya *socius* yang berarti kawan.

Arti yang lebih khusus, bahwa masyarakat adalah kesatuan sosial yang mempunyai kehidupan jiwa seperti adanya ungkapan-ungkapan jiwa rakyat,

kehendak rakyat, kesadaran masyarakat dan sebagainya. Sedangkan jiwa masyarakat ini merupakan potensi yang berasal dari unsur-unsur masyarakat meliputi pranata, status dan peranan sosial.

Soerjono Soekanto, (2010:266) mengatakan masyarakat adalah “sistem hubungan dalam arti hubungan antara organisasiorganisasi, dan bukan hubungan antar sel-sel, bahwa masyarakat adalah sekelompok manusia yang hidup bersama-sama untuk mendiami wilayah tertentu dan saling bergaul serta mempunyai kebudayaan dan memiliki pembagian kerja, dalam waktu relatif lama, saling tergantung (interdependent), memiliki sistem sosial budaya yang mengatur kegiatan para anggota serta memiliki kesadaran akan kesatuan dan perasaan memiliki, mampu untuk bertindak dengan cara yang teratur dan bekerja sama dalam melakukan aktivitas yang cukup lama pada kelompok tersebut..

## 2. Masyarakat

Menurut Koentjaraningrat (2015:116) banyak deskripsi yang dituliskan oleh para pakar mengenai pengertian masyarakat. Istilah *society* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *socius*, berarti kawan. Istilah masyarakat sendiri berasal dari akar kata Arab *syaraka* yang berarti ikut serta, berpartisipasi. Masyarakat adalah sekumpulan manusia saling bergaul, atau dengan istilah ilmiah, saling berinteraksi.

Menurut Astrid S.Susanto (1999:6), masyarakat atau sosial merupakan manusia sebagai satuan sosial dan suatu keteraturan yang ditemukan secara berulang-ulang, sedangkan menurut Dannerius Sinaga (1988:143), masyarakat merupakan orang yang menempati suatu wilayah baik langsung maupun tidak langsung saling berhubungan sebagai usaha pemenuhan kebutuhan, terkait sebagai

satuan sosial melalui perasaan solidaritas karena latar belakang sejarah, politik ataupun kebudayaan yang sama. Dari beberapa pengertian tersebut, dapat dimaknai bahwa masyarakat merupakan kesatuan atau kelompok yang mempunyai hubungan serta beberapa kesamaan seperti sikap, tradisi, perasaan dan budaya yang membentuk suatu keteraturan. Adapun masyarakat terbagi menjadi dua yaitu:

**a. Masyarakat modern**

Masyarakat modern merupakan masyarakat yang sudah tidak terikat pada adat-istiadat. Adat-istiadat yang menghambat kemajuan segera ditinggalkan untuk mengadopsi nilai-nilai baru yang secara rasional diyakini membawa kemajuan, sehingga mudah menerima ide-ide baru (Dannerius Sinaga, 1988: 156). Berdasar pada pandangan hukum, Amiruddin (2016: 205), menjelaskan bahwa dalam masyarakat modern mempunyai solidaritas sosial organisasi Menurut Chairuddin (1993: 116), solidaritas organis didasarkan atas spesialisasi. Solidaritas ini muncul karena rasa saling ketergantungan secara fungsional antara yang satu dengan yang lain dalam satu kelompok masyarakat.

Spesialisasi dan perbedaan fungsional yang seperti diungkapkan tersebut memang kerap dijumpai pada masyarakat modern. Selain adanya solidaritas organis, Amiruddin (2016: 206) juga menjelaskan bahwa hukum yang terdapat dalam masyarakat modern merupakan hukum restruktif yaitu hukum berfungsi untuk mengembalikan keadaan seperti semula dan untuk membentuk kembali hubungan yang sukar atau kacau menjadi normal. Jadi masyarakat modern sudah tidak terpaku pada adat-istiadat dan cenderung mempunyai solidaritas organis karena mereka saling membutuhkan serta hukum yang ada bersifat restruktif.

## **b. Masyarakat tradisional**

Menurut Dannerius Sinaga (1988: 152) masyarakat tradisional merupakan masyarakat yang masih terikat dengan kebiasaan atau adat-istiadat yang telah turun-temurun. Keterikatan tersebut menjadikan masyarakat mudah curiga terhadap hal baru yang menuntut sikap rasional, sehingga sikap masyarakat tradisional kurang kritis.

Menurut Soekanto, (2013:146) Dalam masyarakat modern kelompok masyarakat dibedakan menjadi dua yaitu masyarakat perkotaan dan masyarakat pedesaan. Masyarakat pedesaan merupakan suatu kesatuan kelompok manusia dalam suatu wilayah yang hidup bersama dengan saling berhubungan dan berinteraksi untuk dapat memenuhi kepentingan hidup mereka. Hubungan dan interaksi tersebut lebih besar dilakukan dengan anggota kelompoknya sendiri dibandingkan dengan kelompok lain yang berada diluar wilayahnya.

Menurut Simanjuntak (2016:97), Masyarakat adalah kumpulan manusia yang mengadakan hubungan satu sama lain baik secara perorangan maupun secara kelompok untuk mencapai kepentingan bersama maupun yang bertentangan didalam suatu ruang, peristiwa, waktu, dan tempat yang sering juga disebut common and latent interest.

Faktor ketergantungan masyarakat tradisional terhadap alam ditandai dengan proses penyesuaian terhadap lingkungan alam. Oleh karena itu masyarakat tradisional mempunyai karakteristik tertentu yang menjadi ciri pembeda dari masyarakat modern.

Adapun karakteristik pada masyarakat tradisional diantaranya:

1. Orientasi terhadap nilai kepercayaan kebiasaan dan hukum alam tercermin dalam pola berpikirnya

2. Kegiatan ekonomi masyarakat bertumpu pada sosial agraris
3. Fasilitas pendidikan dan tingkat pendidikan rendah
4. Cenderung tergolong dalam masyarakat agraris atau kehidupannya tergantung pada alam sekitar
5. Ikatan kekeluargaan dan solidaritas masih kuat
6. Pola hubungan sosial berdasar kekeluargaan, akrab dan saling mengenal.
7. Kepadatan penduduk rata-rata perkilo meter masih kecil
8. Pemimpin cenderung ditentukan oleh kualitas pribadi individu dan sosial keturunan (Dannerius Sinaga, 1988: 156).

Berbeda dengan karakteristik yang diungkapkan oleh Dannerius sinaga, Selo Soemardjan (2013: 62-68) mencirikan masyarakat tradisional berdasarkan pandangan sosiologis. Berikut karakteristiknya:

- a. Masyarakat yang cenderung sama.
- b. Adanya rasa kekeluargaan, kesetiakawanan dan rasa percaya yang kuat antar para warga
- c. Sistem sosial yang masih diwarnai dengan kesadaran kepentingan bersama.
- d. Sistem adat yang efektif untuk menghidupkan disiplin sosial.
- e. *Shame culture* (budaya malu) sebagai pengawas sosial langsung dari lingkungan sosial manusia, rasa malu mengganggu jiwa jika ada orang lain yang mengetahui penyimpangan sosial nilai dalam adat-istiadat.

Ciri-ciri masyarakat tradisional berdasarkan pandangan sosial berbeda dengan ciri masyarakat berdasarkan pandangan hukum. Karakteristik masyarakat tradisional berdasarkan hukum dapat dilihat pada pendapat yang dikemukakan oleh Amiruddin (2016:104), bahwa masyarakat tradisional cenderung mempunyai solidaritas sosial mekanis. Solidaritas mekanis merupakan solidaritas yang muncul atas kesamaan (keserupaan), sosial dan dapatnya saling dipertukarkan antara individu yang satu dengan individu yang lain berada dalam kelompok itu. Tidak ada kekhususan pada masing-masing individu. Chairuddin, (2013:23).

Berbeda dengan pendapat Selo Soemardjan (2013:12) disiplin hukum masyarakat tradisional terhadap hukum sosial lemah. Akan tetapi disiplin terhadap hukum adat cukup kuat. Sosial *control* dan disiplin hukum adat akan digunakan

oleh masyarakat untuk mengatur ketertiban tata hidup sosialnya. Dari penjelasan tersebut, dapat dimaknai keseragaman masyarakat sering di jumpai pada masyarakat tradisional lebih patuh terhadap hukum adat daripada sosial atau hukum nasional.

Masyarakat tradisional hukum yang ada bersifat represif. Hukum dengan sanksi represif memperoleh pernyataan hukumnya yang utama dalam kejahatan dan hukuman. Pelanggaran peraturan-peraturan sosial berarti kejahatan dan menimbulkan hukuman (Amiruddin, 2016:68).

### C. Macam-Macam Persepsi

Menurut Sunaryo (2004:27) persepsi dibedakan menjadi dua macam, yaitu :

1. *Eksternal Perseption*, yaitu persepsi yang terjadi karena datangnya dorongan dari luar individu.
2. *Self Perseption*, yaitu persepsi yang terjadi karena datangnya dorongan dari dalam individu. Dalam hal ini obyeknya adalah diri sendiri.

#### 1. Proses Terjadinya Persepsi

Menurut Walgito (2010:92) proses terjadinya persepsi dimulai dari adanya objek yang menimbulkan dorongan mengenai alat indera. Dorongan yang diterima alat indera diteruskan oleh saraf sensoris ke otak. Kemudian terjadilah proses di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, atau apa yang didengar, atau apa yang dirasa. Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dalam berbagai macam bentuk.

Proses terjadinya persepsi menurut Suryani (2008:54) didasarkan pada beberapa tahapan yaitu:

- 1) Seleksi Pada tahap ini persepsi diawali dengan adanya dorongan yang mengenai panca indera yang disebut sebagai sensasi. Dorongan ini beragam bentuknya dan akan selalu membordir indera konsumen. Jika dilihat dari asalnya, stimuli ada yang berasal dari luar individu (aroma, iklan, dan lain-lain) serta berasal dari alam diri individu seperti harapan, kebutuhan dan pengalaman.
- 2) Pengorganisasian Setelah konsumen memilih stimuli mana yang akan diperhatikan, konsumen akan mengorganisasikan dorongan yang ada. Konsumen akan mengelompokkan, menghubungkan dorongan yang dilihatnya agar dapat diinterpretasikan sehingga memiliki makna.
- 3) Interpretasi Pada tahap ini setelah konsumen mengorganisir dorongan yang ada dan mengkaitkannya dengan informasi yang dimiliki, maka agar dorongan tersebut mempunyai makna, konsumen menginterpretasikan atau memberi arti dari dorongan tersebut. Pada tahap interpretasi ini konsumen secara sadar atau tidak sadar akan mengkaitkannya dengan semua informasi yang diterimanya agar mampu memberikan makna yang tepat. Dalam proses ini pengalaman dan juga kondisi psikologis konsumen seperti kebutuhan, harapan dan kepentingan akan berperan penting dalam menginterpretasikan dorongan.

## 2. Syarat Terjadinya Persepsi

Menurut Walgito (2010:97) faktor yang berperan dalam persepsi yaitu terjadinya dorongan alat indera dan ditafsirkan.

- a. Obyek yang dipersepsi Obyek menimbulkan dorongan yang mengenai alat indera atau reseptor dorongan dapat soial dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat sosial dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai saraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.
- b. Alat indera, saraf, dan pusat susunan saraf Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima dorongan. Di samping itu juga harus ada saraf sensori sebagai alat untuk meneruskan dorongan yang diterima reseptor ke pusat susunan saraf yaitu otak sebagai pusat kesadaran.

Perhatian Untuk menyadari atau untuk mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi.

## 3. Sifat Persepsi

Menurut Baihaqi (2007:124) secara umum ada beberapa sifat persepsi, antara lain:



1. Bahwa persepsi timbul secara spontan pada manusia, yaitu ketika seorang berhadapan dengan dunia yang penuh dengan rangsang indera manusia menerima 3 milyar perdetik, 2 milyar diantaranya diterima oleh mata.
2. Persepsi merupakan sifat paling asli, merupakan titik tolak perbuatan kesadaran
3. Dalam persepsi tidak selalu dipersepsikan secara keseluruhan, mungkin hanya sebagian, sedangkan yang lain cukup dibayangkan.
4. Persepsi tidak berdiri sendiri, tetapi dipengaruhi atau bergantung pada konteks dan pengalaman berarti pengalaman-pengalaman yang dimiliki dalam kehidupan sebelumnya.
5. Manusia sering tidak teliti sehingga dia seringkeliru, ini terjadi karena sering ada penipuan dibidang persepsi. Sesuatu yang nyata pada bayangan. Selain itu adapula ilusi persepsi yaitu persepsi yang salah sehingga keadaannya berbeda dengan keadaan yang sebenarnya
6. Persepsi sebagian ada yang dipelajari dan sebagian ada yang bawaan. Persepsi yang sifatnya dipelajari dibuktikan dengan kuatnya pengaruh pengalaman terhadap persepsi. Sedangkan yang sifatnya bawaan dibuktikan dengan dimilikinya persepsi ketingia pada bayi.
7. Dalam persepsi, sifat benda yang dihayati biasanya bersifat permanent dan stabil, tidak dipengaruhi oleh penerangan, posisi, dan jarak (*Permanent Shade*).
8. Persepsi bersifat prospektif, artinya mengandung harapan
9. Kesalahan persepsi bagi orang normal, ada cukup waktu untuk mengoreksi, berbeda dengan orang yang terganggu jiwanya.

#### 4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Meurut Notoatmodjo (2010:30) Ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, yaitu faktor internal dan faktor eksternal:

##### 1. Faktor internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri seseorang dalam menciptakan dan menemukan sesuatu yang kemudian bermanfaat untuk orang banyak misalnya. Dalam hal ini faktor internal yang mempengaruhi persepsi, yaitu Usia, pendidikan, dan pekerjaan.

- a. Usia adalah umur individu yang dihitung mulai saat dilahirkan sampai ulang tahun. Semakin cukup umur, kematangan dan kekuatan seseorang akan lebih matang dalam berpikir dan bekerja. Semakin tua umur seseorang semakin konstruktif dalam menggunakan pengetahuan yang diperoleh (Nursalam, 2011:11). Usia sangat mempengaruhi tingkat pengetahuan dan pengalaman seseorang dan semakin cukup umur,

tingkat kematangan dan kekuatan seseorang akan lebih matang dalam berpikir dan bekerja (Nursalam & Pariani, 2011:78).

- b. Pendidikan Notoatmodjo (2010:45) menjelaskan bahwa orang yang mempunyai pendidikan tinggi akan memberikan tanggapan yang lebih rasional dibandingkan dengan orang yang berpendidikan rendah atau tidak berpendidikan sama sekali.
- c. Pekerjaan adalah suatu yang dilakukan untuk mencari nafkah. Masyarakat yang sibuk bekerja hanya memiliki sedikit waktu untuk memperoleh informasi. Dengan bekerja seseorang dapat berbuat sesuatu yang bernilai, bermanfaat, memperoleh pengetahuan yang baik tentang suatu hal sehingga lebih mengerti dan akhirnya mempersepsikan sesuatu itu positif (Notoatmodjo, 2010:48).

## 2. Faktor eksternal

Faktor eksternal adalah kebalikan dari faktor internal, yaitu faktor yang berasal dari luar diri seseorang dalam menciptakan dan menemukan sesuatu. Dalam hal ini faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi, yaitu informasi, dan pengalaman.

- a. Informasi Semakin banyak informasi dapat mempengaruhi atau menambah pengetahuan seseorang dan dengan pengetahuan menimbulkan kesadaran yang akhirnya seseorang akan berperilaku sesuai dengan pengetahuan yang dimiliki (Notoatmodjo, 2010:54) Pengalaman Menurut Azwar (2005:125), pengalaman adalah suatu peristiwa yang pernah dialami seseorang. Tidak hanya suatu pengalaman sama sekali dengan suatu obyek cenderung bersifat sosial terhadap obyek tertentu, untuk jadi suatu dasar pembentukan sikap pengalaman pribadi haruslah meninggalkan kesan yang kuat.

Sikap akan lebih mudah terbentuk apabila pengalaman pribadi tersebut terjadi dalam situasi yang melibatkan emosi, penghayatan akan lebih mendalam dan membekas. Menurut Notoatmodjo (2010:68), pengalaman yang dimiliki seseorang merupakan faktor yang sangat berperan dalam menginterpretasikan stimulus yang kita peroleh. Pengalaman masa lalu atau apa yang kita pelajari akan menyebabkan terjadinya perbedaan interpretasi. Pengalaman mempengaruhi kecermatan persepsi. Pengalaman tidak selalu lewat proses belajar formal.

Pengalaman juga dapat bertambah melalui rangkaian peristiwa yang pernah dihadapi (Rachmat Jalaluddin, 2006:129).

## 5. Indikator Persepsi

Menurut Bimo Walgito (2010:78) persepsi memiliki faktor -indikator sebagaiberikut:

- a. Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu.  
Dorongan atau objek tersebut diserap atau diterima oleh panca indera, baik penglihatan, pendengaran, peraba, pencium, dan pengecap secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Dari hasil penyerapan atau penerimaan oleh alat-alat indera tersebut akan mendapatkan gambaran, tanggapan, atau kesan di dalam otak. Gambaran tersebut dapat tunggal maupun jamak, tergantung objek persepsi yang diamati. Didalam otak terkumpul gambaran-gambaran atau kesan-kesan, baik yang lama maupun yang baru saja terbentuk. Jelas tidaknya gambaran tersebut tergantung dari jelas tidaknya rangsang, normalitas alat indera dan waktu, baru saja atau sudah lama.
- b. Pengertian atau pemahaman  
Setelah terjadi gambaran-gambaran atau kesan-kesan didalam otak, maka gambaran tersebut diorganisir, digolong-golongkan (diklasifikasikan), dibandingkan dan diinterpretasi sehingga terbentuk pengertian atau pemahaman. Proses terjadinya pengertian atau pemahaman tersebut sangat unik dan cepat. Pengertian yang Hamka, Pembelajaran Kontekstual dan Aplikasi (Bandung: Rafika Aditama, 2006),h.101-106. Terbentuk tergantung juga pada gambaran-gambaran lama yang telah dimiliki individu sebelumnya (disebut apersepsi).
- c. Penilaian atau evaluasi  
Setelah terbentuk pengertian atau pemahaman, terjadilah penilaian dari individu. Individu membandingkan pengertian atau pemahaman yang baru diperoleh tersebut dengan kriteria atau norma yang dimiliki individu secara subjektif. Penilaian individu berbeda-beda meskipun objeknya sama. Oleh karena itu persepsi bersifat individual.

## D. Aplikasi *Shopee*

### 1. Pengertian Aplikasi

Menurut Abdul Kadir (2019:3) Aplikasi adalah program yang dibuat oleh pemakai yang ditujukan untuk melakukan suatu tugas khusus program aplikasi yang siap pakai atau program yang direka untuk melaksanakan suatu fungsi bagi

pengguna atau aplikasi yang lain. Aplikasi juga diartikan sebagai penggunaan atau penerapan suatu konsep yang menjadi pokok pembahasan atau sebagai program yang dibuat untuk menolong manusia dalam melaksanakan tugas tertentu. Aplikasi *software* yang dirancang untuk penggunaan praktisi khusus, klasifikasi luas ini dapat dibagi menjadi 2 (dua) yaitu:

- a. Aplikasi *software spesialis*, program dengan dokumentasi tergabung yang dirancang untuk menjalankan tugas tertentu.
- b. Aplikasi paket, suatu program dengan dokumentasi tergabung yang dirancang untuk jenis masalah tertentu.

Kedua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa aplikasi adalah sekumpulan perintah atau kode yang disusun secara sistematis untuk menjalankan suatu perintah yang diberikan oleh manusia melalui komponen atau *hardware* yang digunakan oleh manusia dalam menjalankan program aplikasi, dengan demikian bisa membantu manusia untuk memberikan solusi dari apa yang diinginkan.

## 2. Pengertian *Shopee*

*Shopee* merupakan *platform marketplace online* yang menjembatani penjual dan pembeli untuk mempermudah transaksi jual beli *online* melalui perangkat ponsel mereka. *Shopee* menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk *fashion* sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. Sasaran pengguna *Shopee* adalah kalangan muda yang saat ini terbiasa melakukan kegiatan dengan bantuan termasuk kegiatan berbelanja. Untuk itu *Shopee* hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* guna untuk menunjang kegiatan berbelanja yang mudah dan cepat. *Shopee* hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* untuk memudahkan penggunaannya dalam melakukan kegiatan belanja *online* tanpa harus membuka *website* melalui perangkat.

*Shopee* sendiri merupakan perpanjangan tangan dari Garena untuk merambah ke segmen *e-commerce*. Garena adalah penyedia *platform internet* konsumen yang berbasis di Asia yang didirikan di *Singapura* pada tahun 2009. *Shopee* tidak hanya hadir di pasar Indonesia saja, tetapi telah hadir di pasar *Malaysia, Thailand, Singapura, Filipina, Taiwan*, dan juga *Vietnam*. Merujuk pada halaman *Facebook* mereka, *Shopee* masuk ke pasar Indonesia pada bulan Mei 2015 dan mulai beroperasi pada akhir Juni 2015 Priambada, (2015:125). (Diakses Pada tanggal 20 Februari 2022 melalui *internet* <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/>)

Keputusan membuka cabang di Indonesia sendiri tak terlepas dari potensi yang dipunyai ini. (CEO) *Shopee Chris Feng* mengatakan Indonesia memiliki jumlah penduduk yang besar dengan angka lebih dari 250 juta. Selain itu, penetrasi *internet* di Tanah Air makin tinggi dengan lebih dari 100 juta pengguna *internet*. Meski dibuka di tujuh sekaligus, *Shopee* diberikan sentuhan termasuk di Indonesia. Menurut Chris, setiap orang memiliki karakteristik sendiri. Untuk itu, ia lebih banyak merekrut tenaga kerja lokal agar mengerti cita rasa penduduk setempat. *Shopee* memfokuskan sendiri sebagai *marketplace* berbasis *mobile*. Kata Chris, *platform mobile* dirasa lebih mudah dan banyak digunakan.

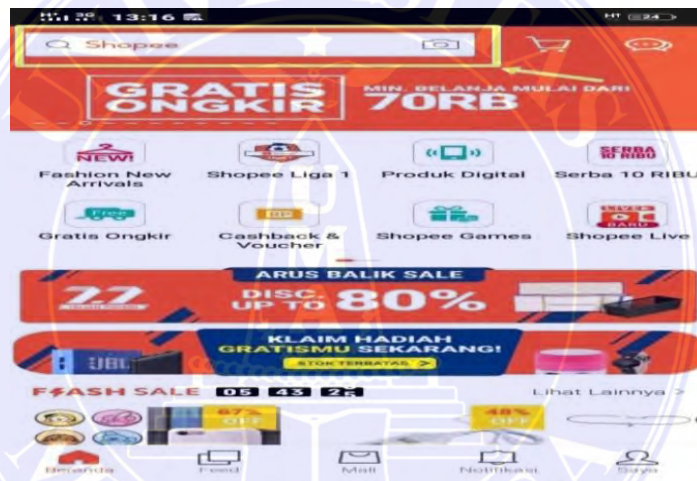
Beberapa keunggulan *Shopee* menurut Chris Feng, CEO *Shopee* dalam acara peluncuran *Shopee* di Jakarta adalah:

1. Menjual barang dengan cukup cepat, dapat dilakukan hanya dalam waktu 30 detik.
2. Memiliki tampilan yang sederhana dan dapat dengan mudah digunakan walaupun oleh pengguna baru.
3. Menawarkan fitur *chatting* dengan penjual sehingga dengan mudah bisa langsung bertransaksi atau tawar menawar. Fitur ini sangat memudahkan pengguna aplikasi *Shopee* mengingat di aplikasi atau situs *e-commerce* lainnya pembeli harus menyimpan nomor telepon terlebih dahulu untuk

berhubungan langsung. Fitur chatting pada aplikasi *Shopee* juga berbeda karena selain bisa mengirim pesan tetapi juga bisa mengirim tautan seperti foto.

4. Memiliki fitur tawar yang memungkinkan pembeli untuk menawar harga yang sudah ditetapkan oleh penjual.
5. Memiliki fitur berbagi yang lengkap sehingga dengan mudah menyebarkan info ke berbagai media *social* atau *messenger*, seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Line*, *Pinterest*, *Whatsapp*, *Buzz*, hingga *Beetalk*. *Shopee* mengintegrasikan fitur media sosial mencakup fungsi hashtag, yang memungkinkan pengguna mencari barang atau produk yang sedang populer atau untuk mengikuti tren produk terbaru dengan mudah. (Reza, 2015:75). (Diakses pada 8 Juni 2021. *W.W.W* : *Independentnetworkindonesia.wordpress.com*)

Gambar 2.1 Aplikasi *Shopee*



Sumber : Hasil Penelitian, 2022

## E. Belanja Online

Menurut Mujiyana & Elissa (2013:12). (Diakses Pada Tanggal 24 September 2021 di *Internet* <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jgti/article/view/5382>) Belanja *online* (*online shopping*) adalah proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain-lain dari seorang penjual secara interaktif dengan media perantara melalui *Internet*. *Online shopping* atau belanja *online* via *internet*, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang

menjual melalui *internet*, atau layanan jual-beli secara *online* tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pihak pembeli secara langsung (Sari, 2015:72). Jadi, belanja *online* adalah proses jual-beli barang, jasa dan lain-lain yang dilakukan secara *online* tanpa bertemu dahulu antara penjual dan pembeli. Toko virtual ini mengubah paradigma proses membeli produk atau jasa dibatasi oleh toko atau *mall*. Proses tanpa batasan ini dinamakan belanja *online Business-to-Consumer* (B2C). Ketika pebisnis membeli dari pebisnis yang lain dinamakan belanja *online Business-to-Business* (B2B). Keduanya adalah bentuk *e-commerce* (*electroniccommerce*). Seiring dengan terjadinya perubahan perekonomian dan globalisasi, membuat perubahan dalam perilaku berbelanja pada masyarakat.

Perilaku yang berubah dalam hal berbelanja pada masyarakat merupakan konsekuensi logis dari tuntutan kehidupan yang dipicu dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Pada awalnya penjualan barang dilakukan secara konvensional (*offline*), yaitu antara penjual dan pembeli bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring dengan kemajuan teknologi *internet* penjualan bisa dilakukan secara *online* (Sari, 2018:45). Toko *online* tersedia selama 24 jam sehari, yang membuat lebih banyak konsumen yang mengakses lewat *internet* kapan dan di mana pun. Toko *online* menjelaskan produk yang dijual dengan baik, melalui teks, foto dan file multimedia. Mereka juga menyediakan informasi produk, prosedur keselamatan, saran, dan cara penggunaannya, fasilitas untuk berkomentar, memberikan nilai pada barangnya, akses meninjau situs lain, fasilitas *real-time* menjawab pertanyaan pelanggan, sehingga mempercepat mendapat kata sepakat pembelian dari berbagai

vendor pemilik toko *online*. Menurut Wicaksono (2008:34) Kelebihan toko *online* di bandingkan toko konvensional adalah:

- 1) Modal untuk membuka toko *online* relatif kecil.
- 2) Tingginya biaya operasional sebuah toko konvensional.
- 3) Toko *online* buka 24 jam dan dapat diakses dimanajaja.
- 4) Konsumen dapat mencari dan melihat katalog produk dengan lebih cepat.
- 5) Konsumen dapat mengakses beberapa toko *online* dalam waktu bersamaan.

## F. Pandemi Covid-19

Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (covid-19)*, kasusnya dimulai dengan *pneumonia* atau radang paru-paru misterius pada Desember 2019, Kasus ini diduga berkaitan dengan pasar hewan di Wuhan yang menjual berbagai jenis daging binatang, termasuk yang tidak biasa dikonsumsi, misalnya ular, kelelawar, dan berbagai jenis tikus. Kasus infeksi misterius ini memang banyak ditemukan di pasar hewan tersebut, *Virus Corona* atau (*Covid-19*) diduga dibawa kelelawar dan hewan lain yang dimakan manusia hingga terjadi penularan, *Corona Virus* sebetulnya tidak asing dalam dunia kesehatan hewan, tapi hanya beberapa jenis yang mampu menginfeksi manusia hingga menjadi penyakit radang paru. Sebelum (*Covid-19*) mewabah, dunia sempat heboh dengan *SARS* dan *MERS*, yang juga berkaitan dengan *Virus Corona*, dengan latar belakang tersebut, *Virus Corona* bukan kali ini saja membuat warga dunia panik, memiliki gejala yang sama mirip flu, *Virus Corona* berkembang cepat hingga mengakibatkan infeksi lebih parah dan gagal organ.

Infeksi *Virus Corona* atau *Covid-19* disebabkan oleh *Corona Virus*, yaitu kelompok virus yang menginfeksi sistem pernapasan, pada sebagian besar kasus *corona virus* hanya menyebabkan infeksi pernapasan ringan sampai sedang,



seperti flu, akan tetapi, virus ini juga bisa menyebabkan infeksi pernapasan berat, seperti Pneumonia, *MiddleEast Respiratory Syndrome (MERS)* dan *Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS)* Pandemi (*Covid-19*). Kelelawar, ular, dan berbagai hewan eksotis lain hingga kini masih dianggap sebagai faktor utama dari virus Corona atau *Covid-19*, terlepas dari benar-tidaknya informasi tersebut, *Covid-19* membuktikan diri mampu menular antar manusia, Penularan sangat cepat hingga Organisasi Kesehatan Dunia (*WHO*) menetapkan pandemi virus Corona atau *Covid-19* pada tanggal (11/3/2020).

*Social Distancing* atau *Physical Distancing* sejauh ini adalah cara efektif dalam menghambat penyebaran virus atau penyakit, yakni dengan mencegah orang sakit melakukan kontak dekat dengan orang-orang lain untuk mencegah penularan. Namun melihat fenomena sekarang, nyatanya *social distancing* masih berbentuk imbauan yang jika tidak dibantu diviralkan di media sosial akan lebih sedikit masyarakat yang mengetahuinya, maka dari itu sebaiknya kebijakan *social distancing* harus dimuat dalam peraturan pemerintah pengganti undang-undang tentang upaya penanganan wabah *Covid-19*, yang salah satunya mengatur *social distancing* adalah kewajiban, jika perlu terdapat penegasan berupa sanksi sesuai hukum positif, agar masyarakat tidak hanya sadar akan pentingnya *social distancing* tetapi juga menerapkan praktiknya. Hal ini dirasa perlu untuk melakukan pembatasan hak individual dalam melakukan *social distancing* karena kondisi yang terjadi adalah kepentingan yang mengancam kesehatan publik. Istilah *social distancing* kemudian mengalami perubahan menjadi *physical distancing* sesuai dengan istilah yang di gunakan *WHO* karena penggunaan istilah

*social distancing* seolah-olah melakukan penghentian interaksi sosial dalam masyarakat sementara, yang sebenarnya diinginkan hanya menjaga jarak fisik.

Berbagai aktivitas yang pada awalnya dilakukan dengan jarak fisik yang dekat kemudian diubah menjadi aktivitas yang menciptakan jarak secara fisik antara lain, pembelajaran *online* (metode *daring*), penggunaan mekanisme WFH (*work from home*), penutupan tempat-tempat perbelanjaan (*Mall*) dan upaya lain yang dapat mencegah penyebaran *Covid-19*. Pencegahan *Covid-19* Kasus infeksi virus Corona ini masih bisa di cegah dengan cara yang sederhana dengan *Social Distancing / Physical Distancing* sebagai berikut:

1. Cuci Tangan. Saat cuci tangan dengan sabun dan air minimal dilakukan selama 20 detik, Jika tak ada air dan sabun bisa dengan hand sanitizer dengan kandungan alkohol minimal 60 persen.
2. Jangan Menyentuh Tempat Umum. Ketika berada di fasilitas umum, sebaiknya jangan menyentuh tombol *lift*, pegangan pintu, pegangan tangga atau escalator, jika harus menyentuh, sebaiknya gunakan tisu atau lengan baju dan segera cuci tangan setelahnya.
3. Hindari Keramaian. Kasus infeksi virus Corona atau *Covid-19* mudah menyerang saat di tempat ramai, karena itu usahakan tidak berada di keramaian apalagi dalam ruangan berventilasi buruk, bila terpaksa berada di keramaian jangan sembarangan menyentuh wajah, hidung, dan mata, apalagi bila belum cuci tangan.
4. Penyemprotan Cairan *Disinfektan*. Menyemprot rumah dan tempat hunian lainnya menggunakan cairan disinfektan menjadi upaya lain mencegah kasus infeksi virus Corona atau *Covid-19*.
5. Menggunakan Masker. Setelah cara-cara pencegahan ini dilakukan, jangan lupa gunakan masker saat beraktivitas di luar rumah ataupun dalam aktivitas lainnya.

## G. Kerangka Berpikir

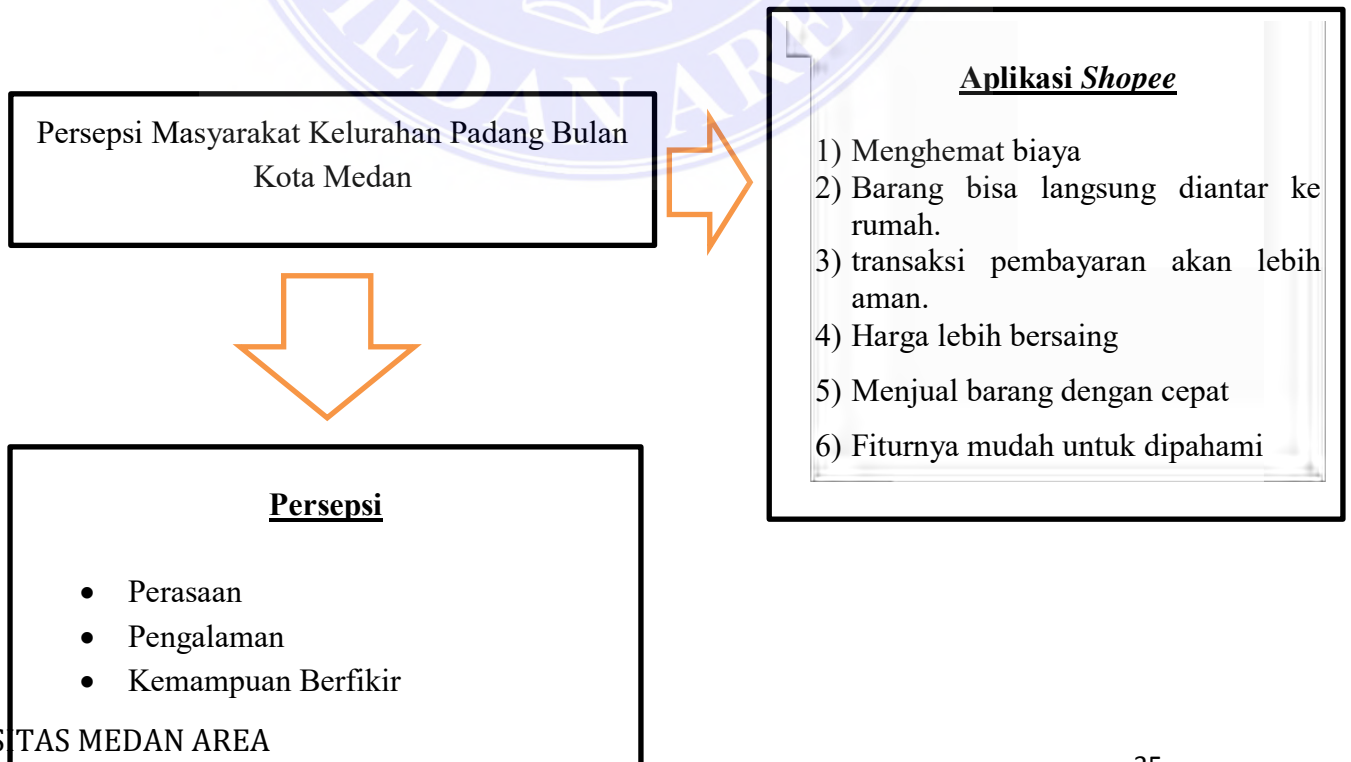
Menurut Romi Satria Wahono (2020:54) (Diakses Pada Tanggal 27 September 2021 di Internet <https://romisatriawahono.net/2006/06/21/aspek-dan-kriteria-penilaian-media-pembelajaran/>) Kerangka berpikir adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian.

Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian (*research question*), dan merepresentasikan suatu himpunan dari beberapa konsep serta hubungan diantara konsep-konsep.

Perilaku yang berubah dalam hal berbelanja pada masyarakat merupakan konsekuensi logis dari tuntutan kehidupan yang dipicu dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Pada awalnya penjualan barang dilakukan secara konvensional (*offline*), yaitu antara penjual dan pembeli bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring dengan kemajuan teknologi internet penjualan bisa dilakukan secara *online* Salah satu yang menjadi acuan dalam menggunakan aplikasi online yaitu:

- 1) Menghemat biaya, apalagi jika barang yang ingin dibeli hanya ada di luar kota.
- 2) Barang bisa langsung diantar ke rumah.
- 3) Pembayaran dilakukan secara transfer, maka transaksi pembayaran akan lebih aman.
- 4) Harga lebih bersaing

Gambar 2.2 Kerangka Berpikir



## H. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan tinjauan kepustakaan yang penulis telusuri, sudah ada beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi *Shopee* Belanja *Online* Di Masa Pandemi *Covid-19* di Kota Medan (Studi Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Baru Kota Medan). Adapun penelitian terdahulu yang penulis gunakan sebagai referensi adalah, sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Judul, Asal Perguruan dan Tahun Jurnal	Teori dan Metode	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan	Hasil Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1	Daharma Astuti. Persepsi Masyarakat Terhadap Akad Jual Beli <i>Online</i> Perspektif Ekonomi Syariah Universitas Islam Riau.2018 (Jurnal)	Penelitian ini menggunakan Teori <i>SOR</i> dan Metode penelitian deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap angka jual beli <i>online</i> di BKMT Kota Pekan baru dapat dikatakan cukup baik	Memiliki perbedaan dalam penelitian dengan menggunakan Metode penelitian yaitu dalam penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian kuantitatif	Tidak ada memiliki persamaan dan perbedaannya penelitian ini menyangkut tentang persepsi akad beli sedangkan penelitian yang diteliti tentang belanja <i>online</i>
2	Dyah Kusumawati, Saifudin. Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli secara <i>Online</i> saat Masa	Penelitian ini Menggunakan teori etnomotodologi dan penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear sederhana	Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, sedangkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Berdasarkan hasil pengujian simultan meskipun lemah, namun secara simultan harga dan kepercayaan	Memiliki persamaan dalam penelitian dengan menggunakan Metode kualitatif	Memiliki persamaan sama-sama melakukan pembahasan dalam melakukan persepsi belanja <i>online</i> perbedaannya hanya dalam mencari pengaruh persepsi sedangkan yang

	<p>Pandemi <i>Covid-19</i> Pada Masyarakat Milenial di Jawa Tengah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Sultan Fatah Demak IAIN Salatiga. 2020 (Jurnal)</p>		<p>berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli <i>online</i>.</p>		<p>diteliti hanya sekedar mencari tentang persepsi</p>
3	<p>Adrian Pratama Afrianto. Eksplorasi Kondisi Masyarakat dalam Memilih Belanja <i>Online</i> Melalui <i>Shopee</i> Selama Masa Pandemi <i>Covid-19</i> di Indonesia. Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Indonesia. 2021 (Jurnal)</p>	<p>Penelitian ini menggunakan teori interaksi simbolik dan penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear sederhana</p>	<p>Berbelanja <i>online</i> sebagai ya hidup baru sudah tidak asing lagi di tengah masa pandemi <i>Covid-19</i>. Munculnya beragam <i>platform e-commerce</i> di tengah masyarakat Indonesia sudah menjadi alternative baru yang memudahkan pola perilaku belanja masyarakat saat ini. Bahkan beberapa tahun terakhir, banyak hasil survei yang menyimpulkan bahwa masyarakat sudah beralih dari belanja secara konvensional atau tatap langsung dengan produsen, menjadi belanja <i>online</i> melalui <i>smartphone</i> mereka</p> <p>Salah satu lembaga yang melakukan survei tersebut adalah <i>iprice.co.id</i>. Situs tersebut ditemukan fakta bahwa sebanyak 175,4 juta penduduk Indonesia merupakan pengguna aktif Internet. Bahkan ada kenaikan sebesar 17 persen atau sebanyak 25 juta yang menjadi pengguna internet jika dibandingkan tahun 2019. Salah satu situs belanja <i>online</i> yang sering diakses oleh masyarakat Indonesia adalah</p>	<p>Memiliki persamaan dalam penelitian dengan menggunakan Metode kualitatif</p>	<p>Memiliki persamaan sama-sama melakukan pembahasan dalam melakukan persepsi belanja <i>online</i> pada aplikasi <i>shopee</i>, dan sama sama melkaukan pembahasan berbelanja online hanya pada saat pandemi <i>covid 19</i>. Perbedaannya pada penelitian ini hanya pada persepsi.</p>

			<i>Shopee.</i>		
4	Chacha Andira sari. Perilaku Berbelanja <i>Online</i> di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga. 2015 (Jurnal)	Penelitian ini menggunakan Teori interaksi simbolik dan penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif	Penelitian ini dideskripsikan bahwa Perilaku konsumtif berbelanja online di kalangan mahasiswi Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga ditunjukkan oleh adanya intensitas belanja mereka yang terhitung tidak wajar yaitu rata-rata sebulan sekali dan menghabiskan dana mulai dari Rp 45.000,-, dimana jenis kosmetik yang dapat diperoleh misalnya eyeliner, lipstik biasa tanpa glow dan lainnya. Persoalan-persoalan yang sering dihadapi oleh mahasiswi ketika berbelanja <i>online</i> adalah kebanyakan terkait dengan produk yang diterima tidak sesuai dengan gambar yang diposting, lamanya waktu pengiriman, repson yang lambat dari online shop dalam menanggapi order konsumen, dan ongkos kirim yang tergolong mahal.	Memiliki persamaan dalam penelitian dengan menggunakan Metode kualitatif	Tidak memiliki persamaan dan tidak memiliki perbedaan
5	Nugroho Hardiyanto Arie Indra Gunawan. Analisis Perilaku Belanja <i>Online</i> Selama masa Pandemi <i>Covid-19</i> . Politeknik Negeri Bandung. 2020 (Jurnal)	Penelitian ini menggunakan teori <i>SOR</i> dan metode analisis regresi linear sederhana	Belanja online saat ini menjadi fenomena yang menarik di Indonesia. Data menunjukkan perkembangan yang sangat pesat terjadi dari segi konsumen <i>online</i> , apalagi ketika masa pandemi <i>covid-19</i> . Mayoritas jumlah konsumen yang tidak bisa melakukan aktifitas sehari-hari atau karantina dirumah, menjadikan peningkatan yang signifikan pada belanja <i>online</i> . Mempelajari perilaku konsumen perlu	Memiliki persamaan dalam penelitian dengan menggunakan Metode kualitatif	Tidak memiliki persamaan dan tidak memiliki perbedaan

		<p>dilakukan karena berkaitan dengan keputusan pembelian. Tentunya hal ini menjadi penting untuk mengetahui perilaku pembeli <i>online</i> selama masa pandemi <i>COVID-19</i>. Penelitian ini menggunakan teknik analisis <i>structure equationl</i> model – <i>Partial least square</i>. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 300 sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku belanja online pada masa Pandemi <i>COVID-19</i> dipengaruhi oleh faktor persepsi pribadi seperti kepercayaan, kenyamanan, kemudahan, dan keamanan. Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan atau toko <i>online</i> dalam menarik konsumen untuk berbelanja selama pandemi <i>Covid-19</i></p>	
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Sumber : Hasil Penelitian 2022

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

Menurut Moloeng (2019:4) Penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dimana penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi. Penelitian deskriptif menekankan pada data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Pengambilan sampel atau sumber data pada penelitian ini dilakukan secara *purposive*. Hasil dari penelitian ini hanya mendeskripsikan atau mengkonstruksikan wawancara-wawancara mendalam terhadap subjek penelitian sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pemahaman pola komunikasi antar pribadi pengguna aplikasi *shopee* belanja *online*.

#### B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan selama 1 bulan, Di mulai dari pertengahan September sampai dengan pertengahan Oktober 2021. Peneliti melakukan penelitian di Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan.

#### C. Informan Penelitian

Informan penelitian yang dibutuhkan peneliti adalah pengguna aplikasi *shoppe* belanja *online* berusia 22 sampai dengan 28 tahun berjenis kelamin



laki-laki dan perempuan yang tinggal di Kota Medan. Peneliti mencari tujuh informan sesuai dengan kriteria penelitian. Subjek penelitian sebanyak 7 (tujuh) orang ini diharapkan dapat mengungkapkan informasi dan data yang lengkap dan terperinci tentang pola komunikasi antar pribadi pengguna aplikasi *shoppe* belanja *online*. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Jumlah Pengguna Aktif Aplikasi *Shopee* sebanyak 7 (tujuh) orang informan.
- b. Berusia 22 sampai dengan 28 Tahun.

#### **D. Sumber Data dan Tehnik Pengumpulan Data**

##### **1. Sumber Data**

Data kualitatif bersifat naratif dan deskriptif. Berdasarkan jenisnya, data dalam penelitian kualitatif terdiri atas kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis dan gambar. sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sumber data yang berkaitan dengan sumber informasi yang menjadi fokus penelitian. Sumber data tersebut terdiri dari :

##### **a. Data Primer**

Sumber data primer adalah yakni data yang diperoleh melalui responden dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dan dipandu melalui pedoman wawancara sesuai dengan indikator-indikator yang penulis teliti.

##### **b. Data Skunder**

Sumber data skunder adalah data yang didapatkan dari jurnal, buku, maupun perpustakaan yang berhubungan dengan masalah penelitian yang dibahas.

## 2. Tehnik Pengumpulan Data

### 1. Observasi

Observasi merupakan aktivitas penelitian dalam rangka mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah penelitian melalui proses pengamatan langsung di lapangan. Peneliti berada ditempat itu, untuk mendapatkan bukti-bukti yang valid dalam laporan yang akan diajukan. Observasi adalah metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian (W. Gulo, 2002: 116). Selain wawancara, observasi juga merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang sangat lazim dalam metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan riset dengan menggunakan metode penelitian observasi tidak terstruktur. Observasi tidak terstruktur ialah pengamatan yang dilakukan tanpa menggunakan pedoman observasi, sehingga peneliti mengembangkan pengamatannya berdasarkan perkembangan yang terjadi di lapangan.

### 2. Wawancara

Wawancara ialah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Dengan kemajuan teknologi informasi seperti saat ini, wawancara bisa saja dilakukan tanpa tatap muka, yakni melalui media telekomunikasi. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Atau, merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya. Karena merupakan proses pembuktian, maka bisa saja hasil wawancara sesuai atau berbeda dengan

informasi yang telah diperoleh sebelumnya. Supaya wawancara efektif, maka terdapat berapa tahapan yang harus dilalui, yakni ;

- 1). mengenalkan diri,
- 2). menjelaskan maksud kedatangan,
- 3). menjelaskan materi wawancara, dan
- 4). mengajukan pertanyaan (Abidin, Yunus, 2017: 358).

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang (Sugiyono, 2019:213). Hasil penelitian dari observasi atau wawancara akan lebih kredibel kalau didukung oleh dokumen-dokumen yang bersangkutan. Pada tinjauan literatur, seseorang secara sistematis mencoba membaca semua literatur yang relevan dalam sebuah subjek, kadang-kadang mewawancarai pakar dalam subjek tersebut, kemudian mengorganisasi, mensintesis, dan menilai secara kritis sejumlah julatan (*range*) informasi.

### E. Instrumen Penelitian

Salah satu ciri penelitian kualitatif adalah peneliti bertindak sebagai instrumen sekaligus pengumpul data. Instrumen selain manusia (seperti; angket, pedoman wawancara, pedoman observasi dan sebagainya) dapat pula digunakan, tetapi fungsinya terbatas sebagai pendukung tugas peneliti sebagai instrumen kunci. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif kehadiran peneliti adalah mutlak, karena peneliti harus berinteraksi dengan lingkungan baik manusia dan non manusia yang ada dalam kancah penelitian. Kehadirannya di lapangan peneliti harus dijelaskan, apakah kehadirannya diketahui atau tidak diketahui

oleh subyek penelitian. Ini berkaitan dengan keterlibatan peneliti dalam kancah penelitian, apakah terlibat aktif atau pasif.

Menurut Gulo, Instrumen penelitian adalah pedoman tertulis tentang wawancara, atau pengamatan, atau daftar pertanyaan, yang dipersiapkan untuk mendapatkan informasi. Instrumen itu disebut pedoman pengamatan atau pedoman wawancara atau kuesioner atau pedoman dokumenter, sesuai dengan metode yang dipergunakan (Gulo, 2002:110) . Instrumen adalah alat atau fasilitas yang digunakan penelitian dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, sehingga mudah diolah (Arikunto, 2016:76).

Peneliti sebagai instrumen penelitian serasi untuk penelitian serupa karena memiliki ciri-ciri sebagai berikut (Sugiyono, 2019:76) :

1. Peneliti sebagai alat peka dan bereaksi terhadap segala stimulus dari lingkungan yang harus diperkirakannya bermakna atau tidak bagi penelitian.
2. Penelitian sebagai alat dapat menyesuaikan diri terhadap semua aspek keadaan dan dapat mengumpulkan aneka ragam data sekaligus.
3. Tiap situasi merupakan keseluruhan. Tidak ada suatu instrumen berupa test atau angket yang dapat menangkap keseluruhan situasi, kecuali manusia.
4. Suatu situasi yang melibatkan interaksi manusia, tidak dapat dipahami dengan pengetahuan semata untuk memahaminya kita perlu sering merasakannya, menyelaminya berdasarkan pengetahuan kita.
5. Peneliti sebagai instrumen dapat segera menganalisis data yang diperoleh. Ia dapat menafsirkannya, melahirkan hipotesis dengan segera untuk menentukan arah pengamatan, untuk mentest hipotesis yang timbul seketika.
6. Hanya manusia sebagai instrumen dapat mengambil kesimpulan berdasarkan data yang dikumpulkan pada suatu saat dan menggunakan segera sebagai balikan untuk memperoleh penegasan, perubahan, perbaikan dan pelakan.

## F. Tehnik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah setelah proses pengumpulan data telah selesai dilakukan. Analisis data merupakan bagian terpenting dalam penelitian kualitatif, karena analisis data digunakan untuk memecahkan masalah penelitian. Data mentah yang dikumpulkan tidak berguna jika tidak dianalisis terlebih dahulu. Menurut Sugiyono (2019:274), Dalam sebuah penelitian kualitatif, data dapat diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan pengumpulan data yang bermacam-macam sampai mencapai titik maksimal yang sering dinamakan dengan titik jenuh.

Menurut Sugiyono (2019:274) terdapat tiga model interaktif dalam analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

1. Pengumpulan Data Instrumen pengumpulan data merupakan suatu alat yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data dan supaya pengumpulan tersebut sistematis dan mudah. Instrumen penelitian merupakan sesuatu yang sangat penting dan strategi kedudukannya dalam keseluruhan kegiatan penelitian. Dengan instrumen, akan diperoleh data yang merupakan bahan penting untuk menjawab permasalahan, mencari sesuatu yang akan digunakan untuk mencapai tujuan dan membuktikan hipotesis. Data yang dikumpulkan ditentukan oleh variabel-variabel yang ada dalam hipotesis.
2. Reduksi Data Reduksi data termasuk dalam kategori pekerjaan analisis data. Data yang berupa catatan lapangan (filed notes) jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang penting, dicari tema polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, apabila peneliti dalam melakukan penelitian menemukan segala sesuatu yang di pandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru hal tersebut yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data. Reduksi data merupakan proses berfikir sensitive yang memerlukan kecerdasan dan kedalaman wawasan yang tinggi.
3. Penarikan Kesimpulan Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang mendukung pada

tahap pengumpulan data berikutnya. Dengan demikian, kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

Menurut Sugiyono (2019:274) triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dari luar data untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data. Dan hal ini dapat dicapai dengan jalan :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara;
- b. Membandingkan apa yang dikaitkan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau perguruan tinggi, orang berada, orang pemerintah.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber yaitu menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sedangkan triangulasi teknik yaitu dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

## G. Pengujian Kredibilitas Data

Penghindaran kesalahan atau kekeliruan data yang telah terkumpul, perlu dilakukan pengecekan keabsahan data. Pengecekan keabsahan data didasarkan pada kriteria derajat kepercayaan (*credibility*) dengan teknik triangulasi, ketekunan pengamatan, pengecekan teman sejawat (Moleong, 2019:16).

Keabsahan data merupakan standar kebenaran suatu data hasil penelitian yang lebih menekankan pada data/informasi dari pada sikap dan jumlah orang. Pada dasarnya uji keabsahan data dalam sebuah penelitian, hanya ditekankan pada uji validitas dan realibilitas.

Data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggung jawabkan sebagai peneliti ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan adalah menggunakan *confirmability* objektivitas pengujian kualitatif disebut juga dengan uji *confirmability* penelitian. Penelitian dapat dikatakan objektif apabila hasil penelitian disepakati oleh lebih banyak orang. Penelitian kualitatif uji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan. Apabila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability*. Validasi atau keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh oleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga dapat dipertanggung jawabkan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari proses pemaparan data dan pembahasan, diperoleh kesimpulan tentang proses Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi *Shopee* Belanja *Online* Di Masa Pandemi *Covid-19* Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan, maka peneliti mengambil kesimpulan yaitu:

1. Persepsi Masyarakat Kelurahan Padang Bulan Dalam Menggunakan Aplikasi *Shopee* Belanja *Online* Di Masa Pandemi *Covid-19* Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Baru Kota Medan . Berdasarkan hasil penelitian meunjukkan bahwa Aplikasi *Shopee* sangat berdampak positif dan mampu memenuhi kebutuhan yang sangat mudah dalam mengoperasikan Aplikasi *Shopee* dalam melakukan belanja secara *online*, pihak *shopee* dalam pengantaran paket yang dilakukan oleh kurir selalu menaati Prokes dimasa Pandemi *Covid-19*, disamping itu perbandingan harga dengan aplikasi sangat berbeda dengan dibandingkan dengan aplikasi lain, dalam pengevaluasian dilakukan masyarakat Kelurahan Padang Bulan pada Aplikasi *Shopee* setiap melakukan belanja *online* dengan memberikan tanda bintang sehingga dengan pemeberian bintang tersebut termasuk golongan pembeli telah memiliki tingkat kepuasan belanja secara *online*.
2. Faktor hambatan Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi *Shopee* Belanja *Online* Di Masa Pandemi *Covid-19* Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Baru Kota Medan. Berdasarkan hasil penelitian



menyimpulkan bahwa faktor menghambat persepsi masyarakat dalam menggunakan Aplikasi *Shopee Belanja Online* Di Masa Pandemi *Covid-19* Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan merupakan keterbatasan jaringan internet menyebabkan lambatnya transaksi pada aplikasi *shopee* tidak terlaksana dengan baik dan pemesanan barang menjadi suatu kendala khususnya masyarakat Kelurahan Padang Bulan Kota Medan dan pada masa pandemi *covid-19* ini memiliki hambatan dalam pengiriman barang dikarenakan jalan menuju pengiriman paket terjadi penyekatan-penyekatan jalan yang dilakukan oleh pemerintah di daerah padang bulan sehingga sangat berdampak bagi pengiriman barang ke pelanggan khususnya di Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka Peneliti mencoba memberikan saran yang mungkin akan berguna kepada Peneliti selanjutnya, yang tertarik untuk meneliti mengenai Persepsi Masyarakat Kelurahan Padang Bulan Dalam Menggunakan Aplikasi *Shopee Belanja Online* Di Masa Pandemi *Covid 19* Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Baru Kota Medan. Adapun saran tersebut antara lain :

1. Disarankan pada masyarakat Kelurahan Padang Bulan Dalam Menggunakan Aplikasi *Shopee Belanja Online* Di Masa Pandemi *Covid-19* Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan mengenai belanja *online* di *Shopee* agar selalu menjaga protokol kesehatan khususnya

dalam melakukan berbelanja *online* pada saat kurir melakukan pengantaran pesanan.

2. Disarankan bagi masyarakat Kelurahan Padang Bulan Dalam Menggunakan Aplikasi *Shopee* Belanja *Online* Di Masa Pandemi *Covid-19* Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan mengenai nilai yang dirasakan aplikasi *Shopee*, maka semakin meningkat nilai yang dirasakan pada aplikasi *Shopee* Semakin baik pula persepsi mengenai nilai kenikmatan yang dirasakan pada aplikasi *Shopee*, maka semakin meningkat pula kepuasan masyarakat Kelurahan Padang Bulan dalam menggunakan aplikasi *Shopee*.
3. Diharapkan bagi perusahaan *Shopee* untuk lebih memberikan manfaat yang lebih menguntungkan bagi konsumen agar konsumen tetap menggunakan aplikasi *Shopee*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Yunus. Dkk.2017. Pembelajaran Literasi. Jakarta. Bumi Aksara.
- Abdul kadir, 2019. langkah Mudah Pemrograman R. Penerbit: Airlangga. Jakarta
- Amiruddin. (2016). Perencanaan Pembelajaran. Yogyakarta: Dua Satria Offset.
- Arikunto, S. 2016. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara.
- Azwar, S. (2005). Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Baihaqi (2007). Psikiatri - Konsep Dasar dan Gangguan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Barata. (2014). Dasar- Dasar Pelayanan Prima. Jakarta : Elex Media. Kompetindo.
- Bimo, Walgito. (2017). Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: C.V Andi.
- Cangara, Hafied. 2016. Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua. Jakarta: Rajawali. Pers.
- Chairuddin (1993) Pengantar Ilmu Sosiologi, Penerbit PT. Rineka Cipta: Jakarta.
- Dannerius Sinaga. 1988. Sosiologi dan Antropologi. Klaten: PT. Intan Pariwara.
- Effendy, Onong Uchjana. 2015. Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek. Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.
- Gulo, W. 2002. Metode Penelitian. Jakarta: PT. Grasindo.
- Koentjaraningrat. (2015). Pengantar Ilmu Antropologi. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Moleong, Lexy J. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2014) Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,
- Nasrullah R. (2015). Media sosial (perspektif komunikasi, budaya, dan sosio teknologi). Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Notoatmodjo, S. 2010. Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta : Rineka Cipta.
- Nursalam. (2011). Manajemen Keperawatan.edisi 3. Jakarta : Salemba. Medika.
- Nurudin. (2016). Ilmu Komunikasi Ilmiah Dan Populer. Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada.

- Phil. Astrid S. Susanto. (1999). Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial. Jakarta: Raja Garindo Press.
- Romli, A. S. M. (2018). Jurnalistik online: Panduan mengelola media online. Nuansa Cendekia.
- Sari. 2018. Implementasi Data Mining. Menggunakan Weka. Malang: UB Press.
- Simanjuntak, dkk. (2016). Sejarah Pariwisata Menuju Perkembangan. Pariwisata Indonesia. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor
- Sunaryo. 2004. Psikologi Untuk Pendidikan. Jakarta: EGC. Swanburg,
- Suryani Tatik, (2008) Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Remaja Posdakarya.
- Suranto. (2011). Komunikasi Interpersonal. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.
- Soemardjan, Selo dan Soelaiman Soemardi, 2013. Setangkai Bunga Sosiologi, Jakarta
- Soekanto, Soerjono. 2013. Sosiologi Suatu Pengantar. Rajawali Pers: Jakarta.
- Walgito, B. 2010. Psikologi Sosial : Suatu Pengantar. Yogyakarta : Andi. Offset.
- Wicaksono Yogi. 2008. Membangun Bisnis Online dengan Mambo. Jakarta. PT. Elex. Media Komputindo.

## SUMBER LAIN

### Jurnal

Adrian Pratama Afrianto. Eksplorasi kondisi masyarakat dalam memilih Belanja *online* melalui shopee selama masa pandemic Covid-19 di Indonesia. Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Indonesia. 2021

Andrianto. 2006. Hubungan Antara Pola Pikir Dengan Kecemasan Berbicara Di Depan Umum Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan. Jurnal Islam Indonesia. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia. Jurnal Klinis. 1- 49

Dyah Kusumawati, Saifudin Saifudin. Pengaruh Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi *Covid-19* Pada Masyarakat Millenia Di Jawa Tengah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Sultan Fatah Demak IAIN Salatiga. 2020

Nugroho Hardiyanto Arie Indra Gunawan . Analisis Perilaku Belanja Online Selama Masa Pandemi COVID-19. Politeknik Negeri Bandung. 2020

Priambada, Swasta (2015). Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah, dalam Jurnal Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia.

### Internet

Chacha andira Sari. 2015. Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Airlangga.

Daharmi Astuti ( 2018) Persepsi Masyarakat Terhadap Akad Jualbeli Online Perspektif Ekonomi Syariah.

Elissa, Ingge dan Mujiyana. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi.

Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online. Jurnal Ekonomi Manajemen. Universitas Diponegoro, Semarang.

Ramadhani, Yosi (2015) Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Profesi Guru Dan Minat Menjadi Guru Terhadap Indeks Prestasi Mahasiswa Semester Enam Prodi Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Unimed T.A. 2014/2015.

Reza. (2015). 10 Tahun Independent Network Indonesia Pergerakan Tanpa Henti.

Romi Satria Wahono, 2020, Aspek dan Kriteria Penilaian. Media Pembelajaran » Learn and Research on e-Learning, Software. Engineering. Jakarta : Rineka Cipta.

Shaleh, 2013, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai yang Dirasakan Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Restoran Soalaria di Surabaya.

Wahono, Romi Satria. 2020. “Definisi dan Komponen E-learning”.



## LAMPIRAN I PANDUAN WAWANCARA

### Persepsi Masyarakat Kelurahan Padang Bulan Dalam Menggunakan Aplikasi *Shopee* Belanja *Online* Di Masa Pandemi *Covid-19* Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Baru Kota Medan

1. Bagaimana persepsi saudara/I tentang aplikasi *shopee*?
2. Bagaimana menurut saudara/I tentang persepsi dalam melakukan belanja *online* dimasa pandemi *covid 19*?
3. Bagaimana menurut saudara/i segi tingkat kenyamanan dalam melakukan belanja *online* pada aplikasi si *shopee* dimasa pandemi *covid 19*?
4. Bagaimana menurut saudara/I penilaian saudara dalam menggunakan Aplikasi *Shopee* pada saat melakukan belanja *online*?
5. Bagaimana menurut saudara/I, apakah pada aplikasi *shopee* dalam melakukan belanja *online* mampu menghemat biaya?
6. Bagaimana pelayanan pihak *shopee* dalam melakukan pengantaran paket yang telah di kirim sesuai alamat di saat pandemi *covid-19*?
7. Bagaimana menurut saudara/I tingkat kenyamanan dalam melakukan transaksi pembayaran di saat Pandemi *Covid-19*?
8. Bagaimana tentang harga pada aplikasi *shopee* dibandingkan dengan aplikasi lain?
9. Bagaimana Gangguan Koneksi pada Apolikasi *Shopee*?
10. Bagaimana dalam keterlambatan pengiriman paket dimasa pandemi?

**LAMPIRAN II OBSERVASI PENELITIAN  
TENTANG KARAKTER/PRILAKU INFORMAN**

Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi *Shopee* Belanja *Online* Di Masa Pandemi *Covid-19* Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan

No	Informan	Karakter/Prilaku
1	<p><b>Informan 1</b> <b>Martina</b> <b>doloksaribu</b></p>	<p>Pada saat peneliti melakukan wawancara maka peneliti melihat karakter informan saat diwawancarai sambutannya sangat hangat dan mudah diajak berkomunikasi, Pada saat melakukan wawancara informan juga hanya fokus terhadap wawancara dan tidak melakukan aktivitas lain, informan ini memiliki karakter yang ceria dan mudah akrab dengan orang baru.</p>
2	<p><b>Informan 2</b> <b>Asina</b> <b>Simangunsong</b></p>	<p>Pada saat peneliti hendak melakukan wawancara tentang seputar aplikasi <i>shopee</i>, informan langsung menyambut hangat peneliti, di saat peneliti memberikan beberapa pertanyaan, informan menjawab dengan mudah dan informan langsung memberikan senyuman pada peneliti, informan ini juga sangat banyak dikenal di lingkungan Kelurahan Padang Bulan, informan di lingkungan sekitar dikenal ceria, suka membantu dan mudah akrab</p>



		dengan orang lain.
3	<b>Informan 3</b> <b>Juang</b>	Pada saat peneliti menghampiri informan sebelumnya informan sudah menentukan jadwal wawancara dan tepat waktu, informan menjawab semua pertanyaan yang peneliti ajukan dengan tegas dan singkat, dimana informan ini memiliki karakter yang kritis, namun demikian informan memiliki sifat yang ramah serta ceria. Ketika wawancara berlangsung informan sangat antusias dalam menjawab pertanyaan yang saya ajukan.
4	<b>Informan 4</b> <b>Tumeyo Naibaho</b>	Saat peneliti menghampiri informan melakukan wawancara tentang aplikasi <i>shopee</i> , informan hanya menjawab apa adanya dan informan memiliki karakter pendiam dan tidak banyak bicara, hal ini peneliti merasa enggan memberikan pertanyaan yang lebih, walau demikian karakter informan yang satu ini orangnya sangat ramah dan suka membantu dan berbagi ke sesama teman disekitarnya.
5	<b>Informan 5</b> <b>Hamda Roma</b>	Peneliti melakukan wawancara bersama informan ini seputar aplikasi <i>shopee</i> dan informan memberikan jawaban apa adanya mengingat informan ini memiliki sifat yang keras dan informan hanya memberikan jawaban yang singkat saja, Namun pada saat melakukan wawancara Informan hanya focus

		dengan wawancara. Karakter informan yang satu ini pendiam, tidak banyak tingkah (introvert).
6	<b>Informan 6</b> <b>Irvan Simarmata</b>	Pada Saat penelenti menghampiri informan. Informan langsung tersenyum, dan ketika peneliti memberikan berbagai pertanyaan seputar aplikasi <i>shopee</i> , informan sangat luwes saat karena informan sangat suka berbelanja di <i>shopee</i> , Akan tetapi informan ini memiliki karakter yang pendiam dan tidak menyukai keramaian maka peneliti tidak begitu banyak memberikan pertanyaan terhadap informan.
7	<b>Informan 7</b> <b>Mayang</b>	Pada saat peneliti melakukan wawancara dengan informan yang satu ini tentang aplikasi <i>shopee</i> , infoman langsung memberikan jawaban yang sangat jelas dan memberikan sambutan hangat pada peneliti. Informan ini memiliki karakter yang ramah, serta suka berbagi dan suka menolong.

## LAMPIRAN II OBSERVASI PENELITIAN TENTANG FITUR APLIKASI SHOPPE

Persepsi Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi *Shopee* Belanja *Online* Di Masa Pandemi *Covid-19* Pada Kelurahan Padang Bulan Kecamatan Medan Baru Kota Medan

No	Fitur	Keterangan
1	<b>Gratis Ongkir</b>	Fitur pertama yang dimiliki oleh <i>Shopee</i> adalah fitur yang bernama <i>Shopee</i> Gratis Ongkir. Seperti yang sudah dijelaskan di atas salah satu kelebihan yang dimiliki oleh <i>Shopee</i> adalah adanya program gratis ongkir yang memudahkan penjual dan pembeli di <i>Shopee</i> . Informan bisa mendaftarkan tokonya dengan fitur gratis ongkir di <i>Shopee</i> dengan cara sangat mudah. Biasanya diperlukan beberapa hari untuk mengaktifkan fitur gratis ongkir ini dan jika sudah disetujui, pada postingan produk akan muncul tulisan gratis ongkir.
2	<b><i>Cash on Demand (COD)</i></b>	Fitur kedua yang dimiliki oleh <i>Shopee</i> adalah <i>Cash on Demand</i> atau yang biasanya kita tahu dengan COD. COD atau <i>Cash on Demand</i> merupakan fitur dimana bisa melakukan pembayaran di tempat saat barang sampai. Untuk menggunakan fitur ini, Kawan Kledo harus menggunakan ekspedisi dari JNT dengan cara saat <i>check out</i> pilih Bayar di Tempat pada pilihan pembayaran.

<p><b>3</b></p>	<p><b>Cashback dan Voucher</b></p>	<p>Fitur ketiga yang dimiliki <i>Shopee</i> yang semakin memanjakan penggunanya adalah fitur <i>cashback</i> dan <i>voucher</i> yang akan memberikan potongan saat pembelian. <i>Cashback</i> di <i>Shopee</i> ada dua jenis yaitu dalam bentuk <i>Shopee Pay</i> atau dalam bentuk <i>Shopee Koin</i>.</p> <p>Dua-duanya bisa digunakan untuk pemotongan belanja selanjutnya. Untuk mendapatkan fitur ini cukup dilakukan klaim pada saat penawaran dan saat <i>check out</i> pengguna memasukan <i>voucher</i> tersebut sebelum menyetujui pembayaran.</p>
<p><b>4</b></p>	<p><b>Shopee Koin dan Shopee Pay</b></p>	<p>Fitur selanjutnya yang dimiliki <i>Shopee</i> adalah <i>Shopee Koin</i> dan <i>Shopee Pay</i>. <i>Shopee Koin</i> sering digunakan sebagai <i>reward</i> pada saat mendapatkan <i>voucher cashback</i> atau saat bermain <i>Shopee Game</i>. Sedangkan <i>Shopee Pay</i> merupakan uang elektronik yang dimiliki oleh <i>Shopee</i>.</p> <p>Sama seperti uang yang ada di rekening, <i>Shopee Pay</i> bisa digunakan untuk berbagai transaksi. <i>Shopee Pay</i> juga bisa dikirim dari dan ke rekening. Tidak hanya itu, ada beberapa toko yang uang memberikan diskon khusus dengan pemakaian <i>Shopee Pay</i>. Dengan <i>Shopee Pay</i> pengguna juga bisa belanja dengan lebih mudah dan cepat.</p>

<p>5</p>	<p><b>Shopee Game</b></p>	<p>Fitur kelima yang dimiliki oleh <i>Shopee</i> selanjutnya adalah <i>Shopee Game</i>. Fitur ini hadir di <i>Shopee</i> belum lama ini dan yang menjadikan pengguna makin betah di <i>Shopee</i>.</p> <p>Ada berbagai jenis game yang bisa dimainkan di <i>Shopee</i>, mulai dari <i>Goyang Shopee</i>, <i>Shopee Potong</i>, <i>Shopee Goyang Jari</i>, <i>Shopee Poli</i>, <i>Shopee Tanam</i>, <i>Shopee Candy</i>, <i>Shopee Lempar</i>, dan yang terbaru adalah <i>Shopee Candy</i> dan <i>Shopee Link</i>.</p> <p>Ada banyak reward yang diberikan <i>Shopee Game</i> ini, mulai dari koin <i>Shopee</i>, beragam <i>voucher</i>, sampai hadiah menarik seperti <i>Smartphone</i> bagi pengguna yang telah mencapai target yang ditentukan <i>Shopee</i>.</p>
----------	---------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### LAMPIRAN III TRANSKRIP WAWANCARA

Nama : Martina Doloksaribu

Umur : 24 Tahun

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Alamat : Jl.Jamin Ginting Gg.Rebab Kel.Padang Bulan Kec.Medan Baru Kota Medan

Peneliti	Selamat siang kak, Saya Hanna dari Universitas Medan Area sedang melakukan penelitian skripsi dan ingin mewawancarai mengenai persepsi kakak dalam menggunakan aplikasi <i>shopee</i> .
Informan	Selamat siang, ya silahkan kak.
Peneliti	Bagaimana persepsi kakak tentang aplikasi <i>shopee</i> ?
Informan	Sejauh ini suka dengan aplikasi dan layanan dari <i>shopee</i> . Pengoperasiann aplikasinya mudah untuk dipahami. Barang yang ditawarkan juga super lengkap dan murah jadi tidak perlu capek-capek lagi mencari barang yang kita butuhkan, semua sudah tersedia di <i>Shopee</i> .
Peneliti	Bagaimana menurut kakak tentang persepsi dalam melakukan belanja <i>online</i> dimasa pandemi <i> covid-19</i> ?
Informan	Dimasa pandemi <i> covid-19</i> ini kita dianjurkan untuk melakukan isolasi mandiri demi menjaga kesehatan kita dan teman-teman satu kost sehingga saya terpaksa melakukan belanja <i>online</i> untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.
Peneliti	Bagaimana menurut kakak tingkat kenyamanan dalam melakukan belanja <i>online</i> pada aplikasi <i>shopee</i> dimasa pandemi <i> covid-19</i> ?
Informan	Dalam melakukan belanja <i>online</i> pada aplikasi <i>Shopee</i> saya pribadi sangat nyaman dalam berbelanja secara <i>online</i> karena dalam pengoperasiannya sangat mudah untuk dipahami dan sangat mudah juga untuk melakukan transaksi. Sangat praktis dan membantu

	untuk kehidupan sehari-hari.
Peneliti	Bagaimana menurut penilaian kakak dalam menggunakan Aplikasi <i>Shopee</i> pada saat melakukan belanja <i>online</i> ?
Informan	sangat mudah dalam melakukan pemilihan produk yang ditawarkan pihak <i>Shopee</i> sehingga saya selalu memberikan bintang untuk memberikan penilaian sebagai tanda apresiasi kepuasan saya dalam melakukan belanja di aplikasi <i>Shopee</i> .
Peneliti	Bagaimana menurut kakak, apakah pada aplikasi <i>shopee</i> dalam melakukan belanja online mampu menghemat biaya?
Informan	Sangat menghemat biaya karena harganya lebih murah dibanding belanja di <i>Mall</i> atau di Toko secara langsung, menurut saya lebih praktis dan lebih menghemat waktu dan biaya transportasi juga.
Peneliti	Bagaimana pelayanan pihak <i>shopee</i> dalam melakukan pengantaran paket yang telah di kirim sesuai alamat di saat pandemi <i> covid-19</i> ?
Informan	Bagi saya pribadi sangat nyaman, pesannya juga sesuai apa yang kita pesan, dan pengantarannya juga menerapkan Prokes <i> covid-19</i> sehingga menambah kenyamanan dan keamanan kita dimasa pandemi ini.
Peneliti	Bagaimana menurut kakak tingkat kenyamanan dalam melakukan transaksi pembayaran di saat Pandemi <i> Covid-19</i> ?
Informan	Sangat mudah, apalagi kita dapat melakukan transaksi menggunakan <i> m-banking</i> , indomaret, alfamart dan bisa juga melakukan pembayaran ditempat ( <i>COD</i> ).
Peneliti	Bagaimana harga pada aplikasi <i>shopee</i> dibandingkan dengan aplikasi lain?
Informan	Harga sangat murah dibandingkan dengan aplikasi lain, <i>shopee</i> selalu memberikan promo-promo yang menarik, seperti <i> cashback</i> , <i>diskon</i> , serta gratis ongkir.
Peneliti	Apakah sering terjadi keterlambatan dalam pengiriman paket?
Informan	Ya, kadang dua hari sampai dua minggu tidak sesuai dengan perjanjian saat melakukan pembelian. Tapi melalui aplikasi kita bisa memantau keberadaan paket kita sudah sampai dimana.

Nama : Asina Simangunsong

Umur : 28 Tahun

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Alamat : Jl.Jamin Ginting Gg.Medan Area Kel.Padang Bulan Kec.Medan Baru  
Kota Medan

Peneliti	Selamat siang kak, Saya Hanna dari Universitas Medan Area sedang melakukan penelitian skripsi dan ingin mewawancarai mengenai persepsi kakak dalam menggunakan aplikasi <i>shopee</i> .
Informan	Selamat siang, ya silahkan kak.
Peneliti	Bagaimana persepsi kakak tentang aplikasi <i>shopee</i> ?
Informan	Aplikasinya sangat membantu banget, bagus dan sesuai dengan ekspektasi. Penggunaannya gampang, cara mesannya juga gampang. Sebelum membeli barang kita bisa melihat penilaian dari orang-orang yang sudah membeli sebagai pertimbangan untuk kita untuk membeli barang atau tidak.
Peneliti	Bagaimana menurut kakak tentang persepsi dalam melakukan belanja online dimasa pandemi <i>covid-19</i> ?
Informan	Sangat nyaman, tinggal ketik dan pilih pada aplikasi <i>shopee</i> dan bebas memilih barang yang kita mau, kita bisa memilih sesuai kriteria jenis, harga dan merek yang kita inginkan.
Peneliti	Bagaimana menurut kakak tingkat kenyamanan dalam melakukan belanja online pada aplikasi <i>shopee</i> dimasa pandemi <i>covid-19</i> ?
Informan	Menurut saya cukup nyaman, Tinggal klik produk yang kita inginkan dan melakukan pembayaran dan pesanan langsung dikirim dan tinggal menunggu pesanan kita sampai.
Peneliti	Bagaimana menurut penilaian kakak dalam menggunakan Aplikasi <i>Shopee</i> pada saat melakukan belanja <i>online</i> ?
Informan	Menurut saya sangat membantu berbelanja di Aplikasi <i>Shopee</i> , karena harga sangat terjangkau dan banyak promo serta barang-



	barang yang ditawarkan juga sangat lengkap sehingga memudahkan kita untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.
Peneliti	Bagaimana menurut kakak, apakah pada aplikasi <i>shopee</i> dalam melakukan belanja online mampu menghemat biaya?
Informan	Sangat menghemat dan harganya lebih murah dibanding belanja di <i>Mall</i> atau di Toko dan kita juga bisa memilih barang sesuai harga dan <i>buged</i> yang kita miliki.
Peneliti	Bagaimana pelayanan pihak <i>shopee</i> dalam melakukan pengantaran paket yang telah di kirim sesuai alamat di saat pandemi <i>covid-19</i> ?
Informan	pengantaran paketnya sesuai dengan dijadwalkan pada saat pembelian dan menerapkan prokes untuk menjaga keamanan dan kenyamanan konsumen.
Peneliti	Bagaimana menurut kakak tingkat kenyamanan dalam melakukan transaksi pembayaran di saat Pandemi <i>Covid-19</i> ?
Informan	Sangat nyaman dalam melakukan transaksi dimana pembayaran bisa dilakukan melalui indomaret maupun alfamart, bisa juga dilakukan melalui <i>ATM</i> dan <i>M-banking</i> .
Peneliti	Bagaimana harga pada aplikasi <i>shopee</i> dibandingkan dengan aplikasi lain?
Informan	Harga sangat murah dibandingkan dengan aplikasi lain, <i>shopee</i> dalam hal ini selalu memberikan promo-promo yang menarik, seperti <i>cashback</i> , diskon, serta gratis ongkir.
Peneliti	Apakah sering terjadi keterlambatan dalam pengiriman paket?
Informan	Ya, saya sangat jengkel jika barang yang saya pesan terlambat. Apalagi semenjak adanya penerapan PPKM sering terjadi keterlambatan dalam pengiriman paket.

Nama : Juang

Umur : 22 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Jl.Jamin Ginting Gg.Senina Kel.Padang Bulan Kec.Medan Baru Kota Medan

Peneliti	Selamat siang bang, Saya Hanna dari Universitas Medan Area sedang melakukan penelitian skripsi dan ingin mewawancarai mengenai persepsi kakak dalam menggunakan aplikasi <i>shopee</i> .
Informan	Selamat siang, ya silahkan kak.
Peneliti	Bagaimana persepsi abang tentang aplikasi <i>shopee</i> ?
Informan	Aplikasi <i>Shopee</i> sangat pantas disebut menjadi aplikasi <i>e-commerce</i> no 1 di Indonesia, karena lebih mudah untuk melakukan transaksi berbelanja dan prosesnya juga cepat dan mudah untuk dipahami.
Peneliti	Bagaimana menurut abang tentang persepsi dalam melakukan belanja <i>online</i> dimasa pandemi <i>covid-19</i> ?
Informan	Dari dulu saya selalu belanja melalui <i>online</i> , lebih mudah dan praktis. Selain itu kita juga bisa menikmati penawaran-penawaran spesial dan banyak promo yang bisa kita dapatkan.
Peneliti	Bagaimana menurut abang tingkat kenyamanan dalam melakukan belanja online pada aplikasi <i>shopee</i> dimasa pandemi <i>covid-19</i> ?
Informan	Saya pribadi mengatakan sangat nyaman, hal ini dapat dilihat bahwa aplikasi <i>Shopee</i> pada saat pandemi ini banyak diminati dan banyak penawaran murah dan promo-promo yang ditawarkan.
Peneliti	Bagaimana menurut penilaian abang dalam menggunakan Aplikasi <i>Shopee</i> pada saat melakukan belanja <i>online</i> ?
Informan	sangat mudah dalam melakukan pemilihan produk yang ditawarkan pihak <i>Shopee</i> sehingga saya selalu memberikan bintang untuk memberikan penilaian sebagai tanda apresiasi kepuasan saya dalam

	melakukan belanja di <i>Shopee</i> .
Peneliti	Bagaimana menurut abang, apakah pada aplikasi <i>shopee</i> dalam melakukan belanja online mampu menghemat biaya?
Informan	Dimasa pandemi ini sangat menghemat biaya dalam melakukan belanja <i>online</i> di aplikasi <i>shopee</i> karena banyak penawaran murah dan promo-promo yang bisa kita dapatkan, disamping itu harga sangat murah dibanding aplikasi lainnya.
Peneliti	Bagaimana pelayanan pihak <i>shopee</i> dalam melakukan pengantaran paket yang telah di kirim sesuai alamat di saat pandemi <i>covid-19</i> ?
Informan	Sesuai dengan alamat kita, dan pada saat pengantaran kurir selalu menaati prokes <i>covid-19</i> sehingga meningkatkan kenyamanan dan kenyamanan bagi konsumen. Kurirnya juga ramah dan sopan.
Peneliti	Bagaimana menurut abang tingkat kenyamanan dalam melakukan transaksi pembayaran di saat Pandemi <i>Covid-19</i> ?
Informan	sangat mudah, apalagi kita dapat melakukan transaksi menggunakan <i>m-banking</i> , indomaret, alfamart dan bisa juga melakukan pembayaran ditempat ( <i>COD</i> ).
Peneliti	Bagaimana harga pada aplikasi <i>shopee</i> dibandingkan dengan aplikasi lain?
Informan	Harga sangat murah dibandingkan dengan aplikasi lain, <i>shopee</i> dalam hal ini selalu memberikan promo-promo yang menarik, seperti <i>cashback</i> , diskon, serta gratis ongkir. Kita juga dapat memilih barang sesuai dengan buged yang kita miliki.
Peneliti	Apakah sering terjadi keterlambatan dalam pengiriman paket?
Informan	Ya, saya sering juga mengalami keterlambatan pengiriman barang yang saya pesan apalagi dimasa pandemik <i>covid-19</i> hampir setiap paket saya mengalami keterlambatan dalam pengiriman.

Nama : Tumeyo Naibaho

Umur : 28 Tahun

Pekerjaan : PNS

Alamat : Jl.Jamin Ginting Gg.Kamboja Kel.Padang Bulan Kec.Medan Baru Kota Medan

Peneliti	Selamat siang kak, Saya Hanna dari Universitas Medan Area sedang melakukan penelitian skripsi dan ingin mewawancarai mengenai persepsi kakak dalam menggunakan aplikasi <i>shopee</i> .
Informan	Selamat siang, ya silahkan kak.
Peneliti	Bagaimana persepsi kakak tentang aplikasi <i>shopee</i> ?
Informan	Aplikasi <i>shopee</i> merupakan aplikasi yang sangat nyaman dan terpercaya. Mudah untuk di akses dan gampang untuk dipahami. Pemrogramannya sangat rapi dan mudah untuk melakukan transaksi.
Peneliti	Bagaimana menurut kakak tentang persepsi dalam melakukan belanja online dimasa pandemi <i>covid-19</i> ?
Informan	Dimasa pandemi <i>covid-19</i> ini saya melakukan belanja <i>online</i> , demi memenuhi kebutuhan dan saya cenderung memilih berbelanja menggunakan Aplikasi <i>Shopee</i> . Karena barang yang ditawarkan murah dan lengkap, lebih memudahkan kita untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.
Peneliti	Bagaimana menurut kakak tingkat kenyamanan dalam melakukan belanja <i>online</i> pada aplikasi <i>shopee</i> dimasa pandemik <i>covid-19</i> ?
Informan	Dalam melakukan belanja <i>online</i> sangat nyaman menggunakan aplikai <i>shopee</i> .
Peneliti	Bagaimana menurut penilaian kakak dalam menggunakan Aplikasi <i>Shopee</i> pada saat melakukan belanja <i>online</i> ?
Informan	Sangat mudah melakukan belanja <i>online</i> sehingga dalam memberikan penilaian saya selalu memberikan bintang.

Peneliti	Bagaimana menurut kakak, apakah pada aplikasi <i>shopee</i> dalam melakukan belanja online mampu menghemat biaya?
Informan	Sangat menghemat biaya.
Peneliti	Bagaimana pelayanan pihak <i>shopee</i> dalam melakukan pengantaran paket yang telah di kirim sesuai alamat di saat pandemi <i> covid-19</i> ?
Informan	Kadang tidak sesuai dengan alamat, namun demikian pihak <i>shopee</i> melakukan konfirmasi melalui kurir, dan pihak <i>shopee</i> selalu melakukan prokes <i> covid-19</i> .
Peneliti	Bagaimana menurut kakak tingkat kenyamanan dalam melakukan transaksi pembayaran di saat Pandemi <i> Covid-19</i> ?
Informan	sangat nyaman dalam melakukan transaksi dimana pembayaran bisa dilakukan melalui indomaret, alfamart maupun COD.
Peneliti	Bagaimana harga pada aplikasi <i>shopee</i> dibandingkan dengan aplikasi lain?
Informan	Harga sangat murah dibandingkan dengan aplikasi lain, <i>shopee</i> dalam hal ini selalu memberikan promo-promo yang menarik, seperti <i> cashback</i> , <i> diskon</i> , serta gratis ongkir.
Peneliti	Apakah sering terjadi keterlambatan dalam pengiriman paket?
Informan	Saya sering mengalami keterlambatan paket di saat <i> covid-19</i> ini, namun pihak <i>shopee</i> tetap melkaukan pemberitahuan dari awal jika pengiriman terjadi kendala.

Nama : Hamda Roma

Umur : 22 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Jl.Jamin Ginting Gg.Ganefo Kel.Padang Bulan Kec.Medan Baru Kota Medan

Peneliti	Selamat siang kak, Saya Hanna dari Universitas Medan Area sedang melakukan penelitian skripsi dan ingin mewawancarai mengenai persepsi kakak dalam menggunakan aplikasi <i>shopee</i> .
Informan	Selamat siang, ya silahkan kak.
Peneliti	Bagaimana persepsi kakak tentang aplikasi <i>shopee</i> ?
Informan	Menurut saya aplikasinya bagus, apalagi dimasa pandemik mempermudah dalam melakukan belanja <i>online</i> . Aplikasinya juga gampang untuk dimengerti dan mudah untuk melakukan transaksi jual beli secara online. Barang yang ditawarkan juga lengkap.
Peneliti	Bagaimana menurut kakak tentang persepsi dalam melakukan belanja online dimasa pandemi <i>covid-19</i> ?
Informan	Sangat mudah dalam melakukan belanja online. Kita tidak perlu bingung dalam pengoperasian aplikasinya karena programnya lengkap dan barang yang dijual dibagi berdasarkan kategori harga dan merek.
Peneliti	Bagaimana menurut kakak tingkat kenyamanan dalam melakukan belanja online pada aplikasi <i>shopee</i> dimasa pandemi <i>covid-19</i> ?
Informan	Sangat nyaman dalam melakukan belanja online di aplikasi <i>shopee</i> . Karena admin penjualnya <i>fast respon</i> jadi lebih memudahkan kita untuk mencari dan membeli barang sesuai dengan apa yang kita mau.
Peneliti	Bagaimana menurut penilaian kakak dalam menggunakan Aplikasi <i>Shopee</i> pada saat melakukan belanja <i>online</i> ?
Informan	Sangat mudah dalam menggunakannya, tinggal klik apa yang kita

	pilih, barang dipesan langsung dan langsung dikemas dan langsung dilanjutkan ke proses pengiriman, jadi kita tidak perlu menunggu lama.
Peneliti	Bagaimana menurut kakak, apakah pada aplikasi <i>shopee</i> dalam melakukan belanja online mampu menghemat biaya?
Informan	Sangat menghemat biaya karena di <i>Shopee</i> kita bisa mendapatkan penawaran yang lebih murah dibanding aplikasi belanja online lainnya. Kita juga bisa mendapat promo-promo, diskon, voucher belanja dan gratis ongkir.
Peneliti	Bagaimana pelayanan pihak <i>shopee</i> dalam melakukan pengantaran paket yang telah di kirim sesuai alamat di saat pandemi <i>covi- 19</i> ?
Informan	Pada saat pengiriman paket sangat sesuai dengan apa yang saya cantumkan pada akun saya. Jadi kita tinggal menunggu maka paket belanjaan kita akan diantar sampai ke depan tempat tinggal kita.
Peneliti	Bagaimana menurut kakak tingkat kenyamanan dalam melakukan transaksi pembayaran di saat Pandemi <i>Covid-19</i> ?
Informan	Saya pribadi lebih sering melakukan pembayaran ditempat atau COD karena saya mematuhi peraturan pemerintah untuk tetap dirumah agar tidak terpapar <i>Covid-19</i> dan demi keselamatan bersama juga.
Peneliti	Bagaimana harga pada aplikasi <i>shopee</i> dibandingkan dengan aplikasi lain?
Informan	Harga <i>shopee</i> dibandingkan dengan harga di aplikasi lain lebih murah dan barangnya juga lebih lengkap.
Peneliti	Apakah sering terjadi keterlambatan dalam pengiriman paket?
Informan	Kadang mengalami keterlambatan dan kadang tidak sama sekali, tapi tidak begitu bermasalah karena kita bisa pantau melalui aplikasi barang kita sudah sampai mana dan apa penyebab terlambat nya paket belanjaan kita sampai.

Nama : Irvan Simarmata

Umur : 23 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Jl.Jamin Ginting Gg.Rukun Kel.Padang Bulan Kec.Medan Baru Kota Medan

Peneliti	Selamat siang bang, Saya Hanna dari Universitas Medan Area sedang melakukan penelitian skripsi dan ingin mewawancarai mengenai persepsi kakak dalam menggunakan aplikasi <i>shopee</i> .
Informan	Selamat siang, ya silahkan kak.
Peneliti	Bagaimana persepsi saudara tentang aplikasi <i>shopee</i> ?
Informan	Menurut saya Aplikasi <i>shopee</i> merupakan aplikasi belanja <i>online</i> yang sangat bagus, mudah untuk dipahami dan gampang pengoperasiannya dalam melakukan belanja <i>online</i> . Apalagi dimasa pandemi seperti sekarang ini, aplikasi <i>shopee</i> sangat membantu dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari.
Peneliti	Bagaimana menurut saudara tentang persepsi dalam melakukan belanja <i>online</i> dimasa pandemi <i>covid-19</i> ?
Informan	Menurut saya aplikasi <i>shopee</i> sangat membantu dalam pemenuhan kebutuhan dan Saya sudah dari dulu menggunakan belanja <i>online</i> di <i>shopee</i> bukan masa pandemik saja. Sebagus itu sih aplikasi dan pelayanannya makanya saya susah berpindah ke aplikasi belanja lain.
Peneliti	Bagaimana menurut saudara tingkat kenyamanan dalam melakukan belanja online pada aplikasi <i>shopee</i> dimasa pandemi <i>covid-19</i> ?
Informan	Sangat nyaman dalam melakukan belanja <i>online</i> di aplikai <i>shopee</i> karena ada jaminan uang dan barang bisa dikembalikan jika tidak sesuai dengan pesanan kita.
Peneliti	Bagaimana menurut penilaian saudara dalam menggunakan Aplikasi <i>Shopee</i> pada saat melakukan belanja <i>online</i> ?



Informan	Dalam menggunakan aplikasi <i>shopee</i> dalam belanja kita bisa lebih mudah untuk mendapatkan barang yang kita mau sesuai yang kita butuhkan, semua produk tersedia di <i>Shopee</i> jadi kita tidak perlu lagi repot-repot mencari-cari ke aplikasi lainnya.
Peneliti	Bagaimana menurut saudara, apakah pada aplikasi <i>shopee</i> dalam melakukan belanja online mampu menghemat biaya?
Informan	Sangat menghemat biaya, apalagi barang yang ditawarkan sangat murah dan banyak penawaran promo dan <i>voucer</i> belanja dan <i>voucer gratis ongkir</i> jadi kita bisa menghemat biaya.
Peneliti	Bagaimana pelayanan pihak <i>shopee</i> dalam melakukan pengantaran paket yang telah di kirim sesuai alamat di saat pandemi <i>covid 19</i> ?
Informan	Sampai saat ini pengiriman paket yang di lakukan pada aplikasi <i>shopee</i> sesuai dengan alamat pengirimannya. Setelah tiba di alamat kurir akan menghubungi kita dan menyerahkan paket belanjaan.
Peneliti	Bagaimana menurut kakak tingkat kenyamanan dalam melakukan transaksi pembayaran di saat Pandemi <i>Covid 19</i> ?
Informan	Saya pribadi lebih senang melakukan bayar ditempat atau COD, kadang saya juga melakukan pembayaran melalui <i>m-banking</i> agar lebih cepat dan praktis.
Peneliti	Bagaimana harga pada aplikasi <i>shopee</i> dibandingkan dengan aplikasi lain?
Informan	Di <i>shopee</i> banyak diskonnya dan bukan iklan semata, dibandingkan dengan di aplikasi lain <i>shopee</i> lebih terjangkau dikalangan masyarakat.
Peneliti	Apakah sering terjadi keterlambatan dalam pengiriman paket?
Informan	Ya, Kadang terjadi keterlambatan paket sehingga saya kesal dan rasa kesal saya itu kadang saya limpahkan sama kurirnya.

Nama : Mayang Sari

Umur : 27 Tahun

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Alamat : Jl.Jamin Ginting Gg.Sehati Kel.Padang Bulan Kec.Medan Baru Kota Medan

Peneliti	Selamat siang kak, Saya Hanna dari Universitas Medan Area sedang melakukan penelitian skripsi dan ingin mewawancarai mengenai persepsi kakak dalam menggunakan aplikasi <i>shopee</i>
Informan	Selamat siang, ya silahkan kak.
Peneliti	Bagaimana persepsi kakak tentang aplikasi <i>shopee</i> ?
Informan	Menurut saya aplikasinya sangat membantu, bagus dan sesuai dengan ekspektasi. Penggunaannya gampang, cara mesannya juga gampang. Sebelum membeli barang kita bisa melihat penilaian dari orang-orang yang sudah membeli sebagai pertimbangan untuk kita untuk membeli barang atau tidak.
Peneliti	Bagaimana menurut kakak tentang persepsi dalam melakukan belanja online dimasa pandemi <i>covid-19</i> ?
Informan	Bagus, apalagi tidak mudah untuk keluar rumah saat pandemik jadi belanjanya secara <i>online</i> saja. Karena dimasa pandemi <i>covid-19</i> ini kita dianjurkan untuk melakukan isolasi mandiri demi menjaga kesehatan dan keselamatan kita.
Peneliti	Bagaimana menurut kakak tingkat kenyamanan dalam melakukan belanja online pada aplikasi <i>shopee</i> dimasa pandemi <i>covid-19</i> ?
Informan	Bagi saya sangat nyaman dalam melakukan belanja online di aplikasi <i>shopee</i> . Tinggal pilih produk yang kita inginkan dan melakukan pembayaran dan pesanan langsung dikirim dan tinggal menunggu pesanan kita sampai.
Peneliti	Bagaimana menurut penilaian kakak dalam menggunakan Aplikasi <i>Shopee</i> pada saat melakukan belanja <i>online</i> ?

Informan	Penilaian saya sangat mudah dalam melakukan pemilihan produk yang ditawarkan pihak <i>Shopee</i> sehingga saya selalu memberikan bintang untuk memberikan penilaian sebagai tanda apresiasi kepuasan saya dalam melakukan belanja di <i>Shopee</i> .
Peneliti	Bagaimana menurut kakak, apakah pada aplikasi <i>shopee</i> dalam melakukan belanja <i>online</i> mampu menghemat biaya?
Informan	Sangat menghemat biaya karena harganya lebih murah dibanding belanja di <i>Mall</i> atau di Toko secara langsung, menurut saya lebih praktis dan lebih menghemat waktu dan biaya transportasi juga.
Peneliti	Bagaimana pelayanan pihak <i>shopee</i> dalam melakukan pengantaran paket yang telah di kirim sesuai alamat di saat pandemi <i>covid-19</i> ?
Informan	Kurir dalam melakukan pengantaran barang yang saya pesan sesuai alamat yang saya buat, jadi tidak pernah kesasar ke alamat lain.
Peneliti	Bagaimana menurut kakak tingkat kenyamanan dalam melakukan transaksi pembayaran di saat Pandemi <i>Covid-19</i> ?
Informan	Sangat nyaman dalam melakukan transaksi dimana pembayaran bisa dilakukan melalui indomaret, alfamart maupun COD.
Peneliti	Bagaimana harga pada aplikasi <i>shopee</i> dibandingkan dengan aplikasi lain?
Informan	Harga di <i>shopee</i> lebih murah dibandingkan dengan aplikasi lain, disamping itu belanja di <i>shopee</i> ongkos kirim gratis dan terbukti.
Peneliti	Apakah sering terjadi keterlambatan dalam pengiriman paket?
Informan	Ya, saya sering juga mengalami keterlambatan pengiriman barang yang saya pesan apalagi dimasa pandemi <i>covid-19</i> hampir setiap paket saya mengalami keterlambatan dalam pengiriman.

## LAMPIRAN IV DOKUMENTASI FOTO WAWANCARA



Wawancara Bersama

Nama : Irvan Simarmata

Umur : 23 Tahun

Tanggal : 6 Oktober 2022

Alamat : Jl. Jamin Ginting Gg. Rukun



Wawancara Bersama

Nama : Tumeyo Naibaho

Usia : 28 Tahun

Tanggal : 21 September 2022

Alamat : Jl. J.Ginting Gg.Kamboja



Wawancara Bersama

Nama : Mayang sari

Usia : 28 Tahun

Tanggal : 21 September 2022

Alamat : Jl. Jamin Ginting Gg. Sehati



Wawancara Bersama  
Nama : Hamda Roma  
Usia : 22 Tahun  
Tanggal : 6 Oktober 2022  
Alamat : Jl. J.Ginting Gg.Ganefo



Wawancara Bersama  
Nama : Juang  
Usia : 22 Tahun  
Tanggal : 21 September 22  
Alamat : Jl. J.Ginting Gg. Senina



Wawancara Bersama  
Nama : Martina Doloksaribu  
Usia : 24 Tahun  
Tanggal : 21 September 2022  
Alamat : Jl. J.Ginting Gg.Rebab



Wawancara Bersama  
Nama : Asina Simangunsong  
Usia : 28 Tahun  
Tanggal : 21 September 2022  
Alamat : Jl. J.Ginting Gg.Mdn Area