

**PERSEPSI FOLLOWERS FACEBOOK LAZADA TERHADAP SITUS
JUAL BELI ONLINE LAZADA.CO.ID**

Perceptions of lazada's followers on facebook to online shopping Lazada.co.id

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh

MITA TASFIMA

20120530242

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

Halaman Persembahan

Bismillahi rahmani rahim,

Assalamu'alaikum wr. wb

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat kesehatan , rezeki serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Persepsi Followers Facebook Lazada Terhadap Situs Jual Beli Online Lazada.co.id”.

Skripsi yang penulis susun ini dipersembahkan untuk orang-orang yang telah mendukung penulis dan senantiasa memberikan semangat serta doa kepada penulis. Tentu penulis sadar, bahwa tanpa dukungan, semangat serta iringan doa, penulis tidak akan mampu untuk menyelesaikan penelitian ini. Berkenaan dengan itu pula pada kesempatan kali ini penulis ingin mempersembahkan karya ini kepada:

1. Kepada yang paling penulis hormati, kedua orang tua, Bapa Nanang dan Mamag Linda, karena berkat perjuangan, semangat, dukungan, dan doa beliau, penulis bisa mencapai titik ini. Perjuangan, kasih sayang serta semangat yang selalu luar biasa, dan juga doa-doa yang tak pernah henti untuk ku, menjadi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sebanyak – banyaknya. Love ya
2. Untuk keluarga besarku, terimakasih banyak selalu memberikan dukungan dan tidak pernah lupa mendoakan ku sampai saat ini.
3. Dosen-dosen Ilmu Komuniasi UMY, terkhusus kepada Ibu Dosen Pembimbing , Sovia Sitta Sari, S. IP., M.Si. yang telah menyalurkan ilmu-ilmunya yang berharga, selalu ramah kepada para mahasiswa, dan telah banyak membantu kami, Terima Kasih Banyak.
4. Kepada Winny, Izza, Angga thankyou for always be there for me, helping me with everything that i struggled with, giving me a company, remind me that i have to finish this study lol. Love ya
5. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2012, terimakasih banyak telah menjadi bagian dari hidupku dimasa-masa perkuliahan. Tawa, tangis, canda,

masalah, semuanya adalah warna dan semangat. Tetap berkarya, be
creative, and keep inspiring people. Sukses untuk kita semua!

Terima kasih

Wassalamu 'alaikum wr. wb

Yogyakarta,

2019

Mita Tasfima

Kata Pengantar

Bismillahirrahmanirahim,

Assalamu'alaikum wr.wb

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat kesehatan, rezeki dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Persepsi Followers Facebook Lazada terhadap situs jual beli online Lazada.co.id”.

Skripsi yang penulis susun ini merupakan skripsi dengan menggambarkan tentang bagaimana Persepsi konsumen lazada terhadap situs jual beli online lazada.co.id. berdasarkan pengalaman mereka selama berbelanja di Lazada.co.id. Penulis juga sadar bahwa karya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu sangat terbuka untuk berdiskusi dan berharap akan ada saran dan kritik yang bermanfaat agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik.

Selama proses penulisan skripsi ini, penulis tentu tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta petunjuk dari berbagai pihak. Berkenaan dengan itu pula pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa meluangkan waktunya, sabar, dan memberikan masukan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M.Si dan ibu Ayu Amalia, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji seminar proposal yang telah memberikan kritik dan saran yang begitu berguna dan bermanfaat. Dan sebagai dosen penguji ujian pendadaran saya yang telah memberikan masukan agar skripsi saya menjadi lebih layak untuk dijadikan karya ilmiah.
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku kapala prodi Ilmu Komunikasi UMY, dan seluruh dosen-dosen di Jurusan Ilmu Komunikasi UMY yang telah banyak berbagi ilmu-ilmu yang bermanfaat dan senantiasa membantu para mahasiswa dalam perjalanan menyelesaikan studinya.

4. Seluruh karyawan dan staff tata usaha di Ilmu Komunikasi UMY, yang telah banyak membantu dalam urusan administrasi.
5. Seluruh Nara Sumber yang telah berpartisipasi dan meluangkan waktu untuk wawancara.
6. Seluruh teman – teman Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2012, selalu semangat dan tetaplah menjadi inspirasi banyak orang diluar sana.
7. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, sekali lagi penulis ucapkan banyak terima kasih atas bantuan, doa dan semangat yang diberikan kepada penulis.

Besar harapan peneliti agar skripsi dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya, meskipun skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Terima Kasih.

Wassalamu 'alaikum wr.wb

Yogyakarta, 2019

Mita Tasfima

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRCT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kerangka Teori.....	8
1. Persepsi	8
2.Kualitas Persepsi	14
3.Promosi Online.....	15
4.Kepuasan Konsumen.....	17
5. Dimensi Kualitas e-service.....	18
F. Metode Penelitian.....	20
1. Jenis Penelitian.....	20
2. Teknik Pengambilan Informan	21

3. Kriteria Informan	21
4. Teknik Pengumpulan Data.....	22
5. Objek Penelitian.....	23
6. Teknik Analisis Data.....	23
G. Penelitian Terdahulu.....	25
H.Sistematika Penulisan	26
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	28
A. Sejarah Lazada.co.id	29
B. Penghargaan	29
C. Logo	30
D.Visi dan Misi Lazada.co.id	30
E. Produk.....	30
F. Sosial Media.....	34
BAB III SAJIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Sajian Data.....	38
B. Pembahasan.....	52
BAB IV PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Online Shop yang sering dikunjungi	5
Gambar 1.2 Data Pengunjung Lazada.co.id.....	6
Gambar 2.1 Logo Lazada.....	30
Gambar 2.2 Produk-Produk Lazada.....	31
Gambar 2.3 Produk yang dijual di lazada.co.id	32
Gambar 2.4 Produk Lazada kategori TV& Elektronik	33
Gambar 2.5 Daftar produk populer di Lazada	34
Gambar 2.6 Tampilan facebook Lazada	35
Gambar 2.7 Tampilan halaman depan web. lazada.....	36
Gambar 2.8 Tampilan Twitter Lazada	36
Gambar 2.9 Tampilan Instagram lazada	37

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Bentuk persepsi informan	53
Tabel 3.2 Faktor yang menentukan persepsi.....	58

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Nama : Mita Tasfima

NIM : 2012053242

**Judul Skripsi : Persepsi Followers Facebook Lazada Terhadap Situs
Jual Beli Online Lazada.co.id**

Tahun Skripsi: 2019, 199 halaman, 12 buku, 6 lampiran, 10 jurnal, 5 website

Situs jual beli online di Indonesia berkembang dan bermunculan setiap tahunnya dengan keunggulan yang di tawarkan masing-masing. Lazada adalah perintis e-commerce di beberapa negara termasuk Indonesia, Lazada.co.id launching pada maret 2012 dan mendapatkan 1000 pelanggan pada bulan pertama, ini disebabkan karena kelengkapan produk dan kualitas yang di berikan. Subjek penelitian ini adalah followers di Facebook Lazada bertujuan untuk mengetahui persepsi followers Lazada terhadap situs jual beli online di Lazada.co.id. penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan pada april 2017 - april 2019. Data penelitian diperoleh melalui teknik wawancara kepada followers facebook lazada yang memenuhi kriteria –kriteria tujuan penelitian. berdasarkan proses yang menentukan persepsi, dipengaruhi beberapa faktor, yaitu pengalaman, kebutuhan, pengetahuan dan motivasi yang membangun kepercayaan informan serta harapan-harapan untuk situs lazada.co.id kedepannya. Hasil penelitian diperoleh gambaran persepsi konsumen terhadap situs jual beli online lazada ialah salah satu situs yang memiliki citra positif dengan pelayanan yang diberikan, menarik karena menyediakan berbagai fasilitas yang mendukung transaksi, dan lazada.co.id ialah situs jual beli online yang dapat di percaya, pelanggan tidak mengalami kekecewaan maupun penipuan selama proses jual beli. konsumen/informan merasa lebih mudah dalam berbelanja, dan mendapatkan keuntungan lebih dari belanja online.

Kata kunci: persepsi, lazada, online shopping

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Department of Communication Science

The Concentration of Advertising

Name : Mita Tasfima

NIM : 20120530242

Title of thesis : Perceptions of lazada's followers on facebook to online shopping Lazada.co.id

Year: 2019, 199 pages, 12 books, 6 Drafts, 10 Journals, 5 websites

Online shopping/ e-commers in Indonesia is showing a good progress for past couple years, with alot of benefits they offered. Lazada is one of the pioneer in online shopping/ e-commers around South East Asia including Indonesia. Lazada.co.id launch in March 212 and already got 1000 customers in the first month, its because of a complete product and quality lazada's gave. The subject of this study is followers lazada on facebook aims to find out perception of e-commers lazada.co.id. the reseaech used qualitative descriptive method. This study was conducted on April 2017 and finish on april 2019. Research data obtained through interview technique to criteria for purpose to meet the perception. Based on the process that determine perceptions influenced several factor, namely, the need for experience, knowlegde, and motivation to build a trust of informants. The research result obtained is lazada has a positive image because of the service they give, interesting because provide a few facility that can support a shopping process, trustworthy customer never have a bad experiences or a fraud. Customer find an easier way and got more benefits from online shopping.

Key words: Perception, Lazada, Online shopping