

PERSEPSI KONSUMEN BELANJA ONLINE DI SURABAYA TERHADAP
SITUS BELANJA ONLINE “TOKO BAGUS” DI INTERNET

(Studi Deskriptif Persepsi Konsumen Belanja Online Di Surabaya Terhadap
Situs Belanja Online Toko Bagus Di Internet)

SKRIPSI



Oleh :

ADITYA ARDY YUDHANI FARANDY

0743010094

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2012

PERSEPSI PEMBELI ATAU KONSUMEN DI SURABAYA
TERHADAP SITUS BELANJA ONLINE
“TOKO BAGUS” DI INTERNET

(Studi Deskriptif Persepsi Pembeli atau Konsumen di Surabaya
Terhadap Situs Belanja Online Toko Bagus Di Internet)

Disusun Oleh :

ADITY ARDY YUDHANI FARANDY
0743010094

Telah diseminarkan oleh Tim Penguji
Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal Juni 2013

Menyetujui

Pembimbing Utama :

Tim Penguji :

1. Ketua

Dra. Sumardjijati, M.Si
NIP. 19620323 199309 2001

Ir. Didiek Treggono, M.Si
NIP. 1958 1225 199001 1001

2. Sekretaris

Dra. Sumardjijati, M.Si
NIP. 19620323 199309 2001

3. Anggota

Zainal Abidin, S.Sos, M.Si
NPT. 373059901701

Mengetahui
Dekan

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 19550718 198302 2001

PERSEPSI KONSUMEN BELANJA ONLINE DI SURABAYA TERHADAP
SITUS BELANJA ONLINE “TOKO BAGUS” DI INTERNET

(Studi Deskriptif Persepsi Konsumen Belanja Online Di Surabaya Terhadap
Situs Belanja Online Toko Bagus Di Internet)

Disusun Oleh :

ADITY ARDY YUDHANI FARANDY
0743010094

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
Pembimbing Utama

Dra. Sumardijati, M.Si
NIP. 19620323 199309 2001

Mengetahui

D E K A N

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 19550718 198302 2001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga Skripsi dengan judul PERSEPSI MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP SITUS BELANJA ONLINE “TOKO BAGUS” DI INTERNET (Studi Deskriptif Persepsi Masyarakat Surabaya Terhadap Situs Belanja Online Toko Bagus Di Internet) dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Sumardjijati, M.Si selaku M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Selain itu penulis juga menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual maupun materiil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Ec. Hj. Suparwati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dra. Sumardjijati, M.Si selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Juwito, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, terima kasih untuk segala ilmunya.

5. Kedua Orang Tuaku dan kakak, yang selalu memberikan dukungan pada penyelesaian Skripsi ini.

Surabaya, 10 Juni 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pengertian Persepsi	10
2.1.2 Jenis Persepsi	12
2.1.3 Karakter Persepsi	14
2.1.4 Komponen Persepsi	15
2.1.5 Proses Terjadinya Persepsi	17
2.1.6 Hal-hal yang Mempengaruhi Persepsi	19
2.1.7 Sejarah Perkembangan Internet	22
2.1.8 Pengertian Belanja Online	23
2.1.9 Perkembangan Belanja Online Di Indonesia	25
2.1.10 Sistem Belanja Online	26
2.1.11 Kelebihan dan Kekurangan Belanja Online	27
2.1.12 Toko Bagus	32
2.1.13 Pengertian Pembeli atau Konsumen.....	34
2.1.14 Teori Komunikasi Interpersonal	35

2.2	Kerangka Berpikir	37
BAB III	JENIS PENELITIAN	40
3.1	Jenis Penelitian.....	40
3.2	Definisi Operasional.....	41
3.2.1	Persepsi.....	41
3.2.2	Masyarakat	43
3.2.3	Situs Belanja Online "Toko Bagus" Di Internet	43
3.3	Narasumber Penelitian	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data	45
3.5	Teknik Analisis Data	46
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1	Gambaran Umum Situs Belanja Online Toko Bagus Di Internet.....	48
4.2	Penyajian Data	49
4.2.1	Informant Pertama	51
4.2.2	Informant Kedua	52
4.2.3	Informant Ketiga	52
4.2.4	Informant Keempat	53
4.2.5	Informant Kelima	53
4.3	Analisa Data	54
4.3.1	Persepsi Konsumen Belanja Online Di Surabaya Terhadap Situs Belanja Online Toko Bagus Di Internet	54
4.3.2	Persepsi Konsumen Belanja Online Di Surabaya Terhadap Fasilitas Di Situs Belanja Online Toko Bagus.....	59
4.3.3	Persepsi Konsumen Belanja Online Di Surabaya Terhadap Situs Belanja Online Toko Bagus Di Internet	63
4.4	Pembahasan	66

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

LAMPIRAN

ABSTRAK

ADITYA ARDY YUDHANI FARANDY, PERSEPSI KONSUMEN BELANJA ONLINE DI SURABAYA TERHADAP SITUS BELANJA ONLINE “TOKO BAGUS” DI INTERNET (Studi Deskriptif Persepsi Konsumen Belanja Online Di Surabaya Terhadap Situs Belanja Online Toko Bagus Di Internet)

Sumber dari penelitian ini berdasarkan fenomena tentang masih banyak kita temui kasus-kasus kejahatan berupa kasus penipuan di dunia maya. Konsumen awalnya selalu diberikan fasilitas kemudahan dalam mengakses barang-barang yang dibutuhkan, namun jika konsumen lengah maka akan terjadilah kasus-kasus penipuan seperti yang telah diberitakan dua media massa yang akan dijelaskan pada bab selanjutnya.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi intrapersonal atau teori intrapribadi. Teori Komunikasi Intrapersonal adalah penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi di dalam diri komunikator sendiri antara self dengan God. Komunikasi intrapersonal merupakan keterlibatan internal secara aktif dari individu dalam pemrosesan simbolik dari pesan-pesan.

Metode yang digunakan dalam penelitian menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Metode ini menggambarkan serta menguraikan atas suatu kejadian sejernih mungkin tanpa adanya perlakuan-perlakuan terhadap objek yang diteliti.

Kesimpulan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden sebenarnya secara pengetahuan mereka memberikan respond yang positif, akan tetapi dua responden yang lainnya memberikan respond yang sebaliknya terhadap situs belanja online Toko Bagus di Internet.

Kata Kunci : Persepsi, konsumen, situs belanja online Toko Bagus, internet

ABSTRACT

ADITYA ARDY YUDHANI FARANDY, CONSUMER PERCEPTION OF ONLINE SHOPPING IN SURABAYA AT ONLINE SHOPPING SITES “TOKO BAGUS” ON INTERNET (Descriptive Study Perception Of Online Shopping Sites “Toko Bagus” On Internet)

The source of this research is based on the phenomenon we see there are many cases of crime of fraud in cyberspace. Consumer initially has always given the cases of access to facilities needed goods, however if the consumer off guard to facilities needed goods, however if the consumer off guard it will pass like a fraud cases that has been in the news by the mass media that will be explained in the next chapter.

Theory that will be used in this research is the theory of interpersonal communication. Interpersonal communication theory is the theory that the language of thoughts that occur within its over between internal actively involve the individual in the process of symbolic messages.

Methods used in this study is a qualitative method that aims to explain the phenomenon with the heathest. This method describes and outlins clear dependence of event without treatment may object under study.

Conclusions from the result of this study indicate that the informant actually the knowledge the give a positive response, but the other informants responded otherwise respond to online shopping sites on the internet.

Keyword : perception, consumer, online shopping sites “Toko Bagus”, internet

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini media komunikasi dan informasi berkembang sangat pesat, bebas tanpa batas. Perkembangan informasi ini bergerak sangat signifikan, dengan adanya perkembangan teknologi informasi serta komunikasi manusia sudah tidak lagi menitik beratkan istilah batas, jarak, ruang maupun waktu. Fenomena lain dari globalisasi media komunikasi dan informasi ditandai dengan adanya internet di kalangan masyarakat. Belakangan ini masyarakat sudah sangat jarang sekali mempermasalahkan cara berkomunikasi tatap muka (face to face) dan bercakap secara lisan namun mereka mulai beralih pada komunikasi berupa tulisan.

Dengan ditunjang media komunikasi yang serba canggih baik berupa telepon genggam atau yang biasa juga disebut dengan istilah handphone ataupun media-media lain yang dilengkapi dengan fasilitas internet didalamnya. Pada dasarnya handphone merupakan media dalam berkomunikasi jarak jauh, namun seiring perkembangan teknologi, fasilitas internet juga memiliki peranan penting sebagai sumber informasi dengan jaringan yang tersebar hingga keseluruhan bagian dunia.

Media internet merupakan salah satu alternatif dalam menjalin komunikasi dari sebagian masyarakat yang sadar akan kebutuhan teknologi serta kebutuhan informasi yang tinggi. Hal itu turut serta mempengaruhi

kemajuan yang sangat cepat dalam bidang teknologi. Dan hasilnya seseorang akan dapat dengan mudah mengakses informasi penting tentang fenomena kejadian di belahan dunia lain tanpa harus berada langsung di tempat tersebut. Padahal untuk mencapai tempat tersebut diperlukan biaya serta waktu yang tidak sedikit, namun dengan konektivitas dari sebuah internet itulah yang dapat menjadikan informasi dapat diperoleh dengan murah, singkat, dan pastinya akurat. Dampak dari internet itu sendiri turut mengubah bentuk masyarakat dunia, dari masyarakat dunia lokal menjadi masyarakat dunia global. Sebuah dunia yang sangat transparan terhadap perkembangan teknologi dan informasi yang begitu cepat dan besar dalam mempengaruhi peradaban umat manusia.

Dalam proses pertukaran pesan (informasi) ini internet tidak hanya melibatkan beberapa orang saja, namun juga jutaan manusia dari seluruh belahan dunia. Dari internet inilah kemudian tumbuh interaksi antara manusia satu dengan yang lainnya, hingga timbulah forum atau situs belanja online. Berbicara mengenai internet pasti tidak luput dari dampak-dampak yang ditimbulkan oleh media tersebut. Dilihat dari segi positif, internet memiliki peranan sebagai media penyebaran informasi, sebagai sarana untuk mengembangkan ketrampilan dan sosial, memperluas jaringan pertemanan, media jual beli, dan lain sebagainya. Sedangkan dampak negatif yang terlihat akibat penggunaan media internet antara lain : kecanduan situs jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Myspace yang menjadikan aktivitas keseharian semakin berkurang. Dampak lainnya adalah kerusakan fisik yang juga memungkinkan untuk terjadi, misalkan terlalu lama di depan layar

mengakibatkan lensa mata semakin minus. Dan dampak negatif yang ditimbulkan oleh internet adalah kejahatan dunia maya atau yang biasa disebut dengan cyber crime .(<http://gmild.wordpress.com/2009/11/04/situs-jejaring-sosial-sosialnetworking/>)

Saat ini banyak sekali bermunculan iklan-iklan jual beli online. Berbagai macam barang bisa kita dapatkan secara online. Misalnya baju, mainan anak, sepatu, komputer dan aksesorisnya, kosmetik sampai dengan perhiasan bisa kita beli secara online melalui internet. Dengan adanya toko online, penjual dan pembeli bisa melakukan transaksi tanpa harus bertatap muka secara langsung. Hal ini akan menjadikan transaksi menjadi lebih cepat dan mudah. Tentunya membuat toko online mempunyai kekurangan dan kelebihan masing-masing.

Di Indonesia sendiri sudah banyak sekali bermunculan situs belanja online. Dan sekarang, sepertinya toko-toko online semakin populer dan banyak dikenal oleh masyarakat. Dengan demikian, bisa kita sebut jika belanja secara online sudah mulai menjadi kegiatan yang lazim bagi masyarakat Indonesia. Dan mungkin juga, trendnya akan terus meningkat. Beberapa situs toko online atau online shop ternama seperti Toko Bagus, Dino Market, dan G Market. Ketiga situs online itu hadir sebagai swalayan online. Hampir semua produk tersedia di halaman situs mereka. (<http://ekonomi.kompasiana.com/bisnis/2012/kelebihan-dan-kekurangan-toko-online/>)

Toko Bagus ini merupakan salah satu tempat berbelanja online atau yang biasa dikenal dengan sebutan online shop. Toko Bagus ini adalah pusat jual beli online terbesar di Indonesia. Tempat untuk mencari barang baru maupun barang bekas yang tentunya berkualitas seperti produk handphone, computer, fashion, mobil, motor, rumah, peralatan-peralatan lainnya. Selain itu Toko Bagus juga mempromosikan aneka jasa dan juga lowongan kerja. (www.tokobagus.com)

Toko Bagus memiliki sejumlah kelebihan. Untuk para penjual, pasang iklan gratis adalah salah satu layanan yang disediakan oleh Toko Bagus. Iklan yang akan dilihat oleh ratusan ribu orang setiap harinya. Bertransaksi di Toko Bagus, baik jual maupun beli tidak dikenakan biaya, semua disediakan gratis. Toko Bagus berperan sebagai pihak ketiga dimana pembeli dapat menitipkan barang jualannya berupa gambar-gambar produk yang akan dijual sehingga dapat dilihat oleh calon konsumen. Foto-foto itu bisa diberi keterangan atau informasi mengenai produk dan juga harga jualnya.

Belanja online memang lebih menggiurkan, kita tidak lagi harus meninggalkan kenyamanan rumah untuk pergi ke toko untuk merek pakaian favorit atau bahkan toko untuk belanja. Selain itu kita tidak perlu membuang tenaga dan membuang waktu untuk menempuh jarak jauh yang kita mau. Disamping itu kita juga bebas dari tenaga penjualan yang agresif mencoba untuk memaksa agar mau membeli sesuatu. Di sebuah toko online, itu hanya konsumen dan katalog produk, bebas dari kerumunan menjengkelkan.

Selain kelebihan, tentu saja situs belanja online seperti Toko Bagus ini memiliki kekurangan yang bisa dijadikan acuan untuk kita agar lebih waspada lagi dalam memilih situs belanja online yang akurat dan dapat dipercaya. Kekurangan pertama adalah unable cash and carry. Barang yang dibeli melalui toko online biasanya tidak langsung sampai ke tangan si pelanggan karena harus menunggu beberapa jam atau beberapa hari tergantung letak toko online tersebut karena adanya proses pengiriman. Si pembeli juga cenderung merasa was was jika melakukan proses pembayaran terlebih dahulu dan juga kadang dibebani ongkos kirim. Kelemahan kedua adalah informasi tentang produk hanya berupa teks dan gambar. Toko online biasanya hanya memasang text (penjelasan) dan gambar saja atau kadang juga berupa animasi. Hal ini juga menjadi kekurangan toko online karena di toko konvensional kita bisa memperhatikan detail daripada produk yang dijual secara detail. (<http://infoonline.com/kelebihan-dan-kekurangan-penjualan-online>)

Adapun kelemahan yang ada pada situs belanja online adalah privasi konsumen yang tidak terjaga. Konsumen tidak merasa aman memasukkan informasi pribadi mereka di kartu kredit mereka online dengan rasa takut itu mendapatkan dicuri. Salah satu pemilik sebuah forum belanja online, memaparkan bahwa sistem shopping cart akan dienkripsi dengan algoritma yang mengkodekan informasi Konsumen. Bahkan jika hacker terus mendapatkan kode ini, mereka tidak bisa memecahkan kode itu. Seolah-olah mereka membaca bahasa asing. Namun sangat sulit untuk hack situs dienkripsi. Konsumen dituntut agar dapat melihat apakah sistem shopping cart

aman jika memiliki "https" pada URL dan ikon gembok pada browser (bagian kanan bawah untuk pengguna Firefox). (<http://onbonsai.com/keuntungan-dan-kerugian-belanja-online.html>)

Berdasarkan data tersebut diatas dapat diambil kesimpulan bahwa tidak semua situs belanja online dapat memberikan dampak yang positif, karena dari karakteristik yang dimiliki situs belanja online itulah tidak sedikit pula kasus kejahatan seperti penipuan sering terjadi. Salah satu contoh kasus yang terjadi di Jawa Timur, berita yang bersumber dari Republika Online menyatakan :

“REPublika.CO.ID,SURABAYA--Polda Jatim mencatat kasus kejahatan dunia maya atau kejahatan siber ("cyber crime") akhir-akhir ini meningkat dengan kasus menonjol berupa penipuan belanja lewat toko "online" (dalam jaringan). "Hingga Mei ini ada 15 kasus kejahatan dunia maya di seluruh jajaran Polda Jatim," kata Kasubdit Mondev (Unit Cyber Crime) Ditreskrimsus Polda Jatim AKBP Indarto di Surabaya, Jumat. Sejumlah 15 kasus kejahatan dunia maya itu meliputi penipuan belanja di situs "online". Modus penipuan belanja online ada dua cara yakni tidak mengirim barang yang dipesan setelah korban membayar uang dan spesifikasi atau kualitas barang tidak sesuai dengan promosi barang yang ditawarkan, paparnya. Ia mengaku pihaknya mengalami kesulitan melacak pelaku penipuan belanja "online" karena penyedia toko "online" umumnya tidak memiliki data valid tentang pengiklan atau pelanggannya. Hal itu seharusnya diperhatikan pemilik toko online untuk meminimalkan tindak pidana yang merugikan nama baiknya, karena tokonya tidak akan dipercaya lagi.” (www.republika.co.id)

Selain dari Republika Online, peneliti juga menemukan kasus penipuan lainnya yang terjadi di daerah Surabaya baru-baru ini. Dan menyikapi banyaknya kasus penipuan di situs belanja online inilah. Aparat

kepolisianpun akhirnya dikerahkan untuk patroli di dunia maya, seperti yang diberitakan oleh Kompas.com berikut ini:

“KOMPAS.COM-SURABAYA Terkait dengan rencana itu, puluhan polisi dari 39 Polres di Jawa Timur yang disiapkan untuk berpatroli di dunia maya, sejak hari ini, menerima pelatihan demi peningkatan kapasitas untuk mengoperasikan teknologi informasi di kantor Telkom Jatim, Jalan Ketintang, Surabaya. Kepala Bidang Teknologi Informasi Polda Jatim Kombes Jawari mengatakan, puluhan petugas itu disiapkan untuk menularkan pengetahuannya kepada 647 petugas polsek se-Jatim. "Bersama PT Telkom, kami sudah sediakan infrastruktur online yang siap terpasang," katanya, Jumat (6/7/2012). Patroli dunia maya dilakukan untuk menekan angka kejahatan dunia maya (cyber crime) yang terus meningkat. Berdasarkan data Dir Reskrimsus Subdit Mondev Unit Cyber Crime Polda Jatim, hingga Mei 2012 tercatat 15 kasus yang diproses. Dari 15 kasus itu, yang menonjol kasus penipuan belanja onlinedan penghinaan lewat jejaring sosial Facebook. Sementara kasus lainnya berupa kesusilaan, pengancaman, serta hacker.” (www.kompas.com)

Adapun ketertarikan peneliti dalam memilih situs belanja online “Toko Bagus” di Internet karena masih banyak kita temui kasus-kasus kejahatan berupa kasus penipuan di dunia maya. Konsumen awalnya selalu diberikan fasilitas kemudahan dalam mengakses barang-barang yang dibutuhkan, namun jika konsumen lengah maka akan terjadilah kasus-kasus penipuan seperti yang telah diberitakan dua media massa diatas. Kemungkinan-kemungkinan buruk tersebut dapat terjadi karena konsumen tidak selalu bisa menebak keakuratan dari para pemasang iklan, dan Toko Bagus juga merupakan salah satu situs belanja oline yang masih banyak dikunjungi baik para pemasang iklan maupun masyarakat yang ingin menjadi konsumen.

Penentuan masyarakat sebagai responden dalam penelitian ini dikarenakan dari awal adanya situs belanja online ini masyarakat seolah-olah dilibatkan untuk menjadi pemasang iklan maupun konsumen buyer. Masyarakat pengguna internet tersebut dituntut sebagai pihak yang paling berperan aktif dalam proses jual beli baik barang maupun jasa, selain itu masyarakat yang bersifat konsumtif inilah cenderung lebih mudah untuk dipengaruhi para pemasang iklan.

Sedangkan pemilihan kota Surabaya sebagai lokasi penelitian dikarenakan Surabaya merupakan kota metropolitan kedua di Indonesia dengan jumlah penduduk yang cukup padat. Jawa Timur dalam hal ini khususnya Surabaya juga merupakan salah satu kota basis pengguna Internet yang cukup banyak. Seperti yang kita semua ketahui bahwa perkembangan Internet sangat pesat dan sangat cepat tersebut tidak lain dan tidak bukan karena kemudahan dan terjangkaunya harga internet Indonesia, meskipun beberapa pengguna masih mengeluhkan masih mahal dan tidak sesuai dengan kualitasnya. Selain hal tersebut, peningkatan pengguna Internet ini juga disebabkan kemudahan yang ditawarkan oleh internet untuk keperluan komunikasi, akses informasi, hingga jual beli. (www.bps.go.id)

Berdasarkan hal tersebut diatas maka peneliti ingin mengetahui persepsi masyarakat Surabaya terhadap situs belanja online “Toko Bagus” Di Internet.

1.2 Perumusan Masalah

Dari uraian diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yakni mengenai bagaimana persepsi dari konsumen belanja online di Surabaya terhadap situs belanja online “Toko Bagus” Di Internet ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimanakah persepsi dari konsumen belanja online di Surabaya terhadap situs belanja online “Toko Bagus” Di Internet ?

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan guna baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Kegunaan teoritis yakni untuk dapat menambah wacana serta memberikan informasi dan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi sebagai bahan masukan maupun referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Kegunaan praktis yakni untuk dapat memberikan masukan pada masyarakat terutama penikmat situs belanja online seperti Toko Bagus untuk lebih waspada dalam mengkonsumsi barang maupun jasa yang ditawarkan dalam situs tersebut. Dan untuk masukan bagi Toko Bagus sebagai salah satu situs belanja online yang cukup besar agar lebih bertanggungjawab dalam menyampaikan iklan maupun informasi yang dipasang melalui medianya.