

ABSTRAK

Ida Wahyu Sulistyaningsih, 2014. *Transformasi Menuju Cyberculture (Studi Kasus Online Shopping di Lazada.co.id)*. Skripsi Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata kunci: Transformasi, *cyberculture*, *online shopping*.

Masyarakat telah mengalami perubahan dalam kehidupannya. Saat ini masyarakat memasuki era postmodern yang dinamakan masyarakat informasi. Seiring dengan itu, perusahaan mayapun bermunculan di antaranya toko *online* seperti Lazada.co.id. Sehingga sebagian masyarakat mengalihkan aktivitas belanja ke dalam dunia maya yang lebih dikenal sebagai *online shopping*.

Ada dua rumusan masalah yang hendak dikaji dalam skripsi, yaitu: (1) Bagaimana perbedaan karakteristik budaya *online shopping* dalam masyarakat *cyber* dengan masyarakat nyata? (2) Bagaimana proses transformasi masyarakat menuju *cyberculture*?

Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian ini dipilih agar diperoleh data penelitian yang bersifat mendalam mengenai transformasi menuju *cyberculture* (studi kasus *online shopping* di Lazada.co.id). Data yang diperoleh kemudian disajikan secara deskriptif dan dianalisis dengan teori Konsumsi Jean Baudrillard.

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa (1) budaya *online shopping* dalam masyarakat *cyber* ada lima yaitu: a) *Networked communication*: hubungan jaringan komunikasi atau interaksi jarak jauh antara penjual dengan pembeli, b) Simulasi: proses jual beli dan transaksi di toko *online* biasanya menggunakan istilah seperti *supplier* sama artinya dengan distributor, *reseller*, *ready stock*, dan ongkir, c) *Artificial*: di dalam toko *online* hal yang diperlukan adalah sebuah kepercayaan kepada pembeli dan juga dalam situsnya ditampilkan barang yang bermerek dan ternama, d) *Telepresence* dan *Immersion*: Belanja *online* bisa membuat orang merasa lebih asyik dan menikmati enakanya *online shopping*.

(2) Proses transformasi menuju *cyberculture* ada empat yaitu: a) Awalnya *searching* di internet mengenai belanja online, karena pada saat ini *online shopping* sudah menjamur dalam masyarakat, b) Setelah merasakan pengalaman pertama belanja online ia merasakan asyiknya dalam menikmati belanja online dan nyaman dengan pelayan yang diberikan oleh toko *online*, akhirnya tertarik melakukan *online shopping*, c) Dalam *online shopping* memberikan citra eksklusifitas tersendiri bagi para pembelinya dia merasa dengan belanja *online* ada perasaan yang berbeda jika belanja di toko *offline*, d) Akhirnya dengan keseringan belanja online dan merasakan puasnya dengan pelayanan *online* akhirnya membiasakan *online shopping*.