

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari keseluruhan pembahasan yang dipaparkan pada bab-bab sebelumnya maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal yang terkait dengan permasalahan yang diangkat dalam skripsi ini, yaitu:

1. Perbedaan karakteristik budaya dalam masyarakat *cyber* dengan masyarakat nyata.
 - a. Karakteristik budaya masyarakat *cyber* dengan masyarakat nyata
 - 1) *Networked communication*: hubungan jaringan komunikasi atau interaksi jarak jauh antara penjual dengan pembeli dan melakukan transaksi dengan cara mentransfer lewat bank beda kalau belanja di dunia nyata kita bisa berinteraksi tatap muka langsung dengan penjualnya, melakukan transaksi langsung ke pada penjual.
 - 2) Simulasi : proses jual beli dan transaksi di toko *online* sangat berbeda dengan proses jual toko *offline*. Toko *online* biasanya menggunakan istilah seperti supplier sama artinya dengan distributor, tempat untuk membeli produk, *reseller*, *ready stock*, ongkir menggunakan jasa pengiriman kita tinggal dian di rumah barang di antar ke rumah. Dalam toko *offline* tidak seperti yang ada di toko *online*.

- 3) *Artificial*: di dalam toko *online* hal yang diperlukan adalah sebuah kepercayaan dari pembeli semakin banyak yang tertarik karena dalam sebuah toko *online* itu dalam menampilkan situsnya harus menarik dan modern, barang-barang yang ditampilkan juga merek-merek yang ternama dan terkenal juga menampilkan life style. Jadi dengan cara seperti itu, toko *online* tersebut banyak peminatnya dan di jadikan rekomendasi para pelanggannya..
- 4) *Telepresence* dan *Immersion* : Belanja *online* bisa membuat orang lupa dalam belanja di offline dengan keasyikan menikmati belanja online seseorang jadi ingin terus-terusan belanja dengan cara *online*, dengan pengalaman yang dirasakan dalam belanja online semakin asyik dengan cara membeli secara *online*.

2. Proses transformasi masyarakat menuju *cyberculture*

Proses transformasi masyarakat menuju *cyberculture* ini benar-benar terjadi di abad ini. Masyarakat sebagian besar bertransformasi ke dunia maya yang di dalamnya banyak budaya yang berbeda dalam kehidupan nyata. Realitas yang benar-benar terjadi dalam kehidupan nyata yang seakan-akan manusia tidak sadar dengan adanya proses transformasi ke dalam dunia maya.

- a. Awalnya dia *searching* di internet mengenai belanja *online*, karena pada saat ini belanja online sudah menjamur dalam masyarakat. Ada

juga yang di toko *offline* tidak ada barang yang di jual dia langsung ke toko online.

- b. Pertama-tama dia coba-coba belanja dengan harga yang murah dulu kalau tertipu tidak rugi banyak-banyak.
- c. Setelah merasakan pengalaman pertama belanja online ia merasakan asyiknya dalam menikmati belanja online dan sudah nyaman dengan pelayan yang diberikan oleh toko online, akhirnya tertarik melakukan *online shopping*.
- d. Dalam belanja online memberikan citra eksklusifitas tersendiri bagi para pembelinya dia merasa dengan belanja online ada perasaan yang berbeda jika belanja di toko *offline*. Karena belanja online itu kan dengan barang yang di paket atau di kemas secara rapi sebelum di kirim kepada pembeli. Kemasannya itu yang memiliki citra eksklusifitas karena ada label situs Lazada merupakan toko online terbesar di Indonesia.
- e. Akhirnya dengan keseringan belanja online dan sudah merasakan puasnya dengan pelayanan online dia membiasakan belanja *online*, karena tidak perlu cape-capek kemana-mana, hemat waktu, tenaga dan ongkos.

Masyarakat di zaman sekarang ini sudah terpengaruh dengan keberadaan online shop yang semakin menjamur di dunia nyata. dunia ini semakin terkalahkan dengan keberadaan *virtual reality* atau dunia maya,

yang kian lama semakin memanjakan manusia untuk lebih menyukai dunia maya.

B. Saran

Adapun saran yang di berikan oleh peneliti antara lain:

1. Bagi pihak penjual sebaiknya dalam bisnis *online* harus bijaksana dalam melakukan transaksi jual beli jangan sampai ada penipuan yang megakibatkan merugikan banyak orang. Toko *online* harus aman nyaman bagi para pembelinya.
2. Bagi pihak pembeli harus pandai-pandai dalam memilih pembelian *online* agar tidak tertipu dan memilih situs *online* yang bisa dipercaya dan situs tersebut benar-benar resmi dan ada ketentuan aturan dan hukum yang ada.