PERAN TEKNOLOGI MEDIA INTERNET BAGI PELAKU BISNIS ONLINE (STUDI DESKRIPTIF BISNIS FASHION ONLINE DI WWW.POSSIBLESHOP.INFO)

PERPUSTAKAAN IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S. Sos)
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh :

Ida Fauzia
NIM. B06207049

PERPUSTAKAAN IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA
NO. KLAS : D.2011/Kom/28
NO. REG : D.2011/Kom/28
ASAL BUKU :
TANGGAL :
GADJAH BELANG
8439407-5953789

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JULI 2011

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA
PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim
Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ida Fauzia
NIM : B06207049
Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi mana pun untuk mendapatkan gelar akademik apapun
2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain
3) Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 12 Juli 2011
Yang Menyatakan,

METERAI TEMPEL
79015AAF424589082
ENAM RIBU RUPIAH
6000 DJP

Ida Fauzia
Nim.B06207049

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Ida Fauzia

Nim : B06207049

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Peran Teknologi Media Internet bagi Pelaku Bisnis Online (studi deskriptif di bisnis fashion online "possibleshop.info")

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 22 Juni 2011

Dosen Pembimbing,

Yusuf Amrozi, M.MT
Nip. 19760703 200801 1 014

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Ida Fauzia ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 07 Juli 2011
Mengesahkan,
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel
Fakultas Dakwah

Dekan,

Dr. H. Aswadi, M.Ag
NIP. 196004121994031001

Ketua,

Yusuf Amrozi, M.MT
Nip. 197607032008011014

Sekretaris,

Wahyu Ilaihi, M.A
Nip. 197804022008012026

Penguji I,

Nikmah Hadiati Salisah, S.Ip, M.Si
NIP. 197301141999032004

Penguji II,

Lilik Hamidah, S.Ag, M.Si
NIP. 197312171998032002

ABSTRAK

Ida Fauzia, NIM B06207049, 2011. *Peran Teknologi Media Internet bagi Pelaku Bisnis Online (Studi Deskriptif Bisnis Fashion Online di Possibleshop).* Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata kunci: Teknologi Media Internet, Bisnis Online, di www.possibleshop.info

Di era modernisasi yang serba digital ini, bisnis tidak hanya menjalankan bisnisnya didunia nyata. Dengan kecanggihan internet yang merupakan salah satu landasan berkembangnya bisnis, menjadikan internet sebagai lahan bisnis yang luar biasa. Persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini, adalah: Bagaimakah peran teknologi media internet dalam membantu kinerja pemilik bisnis online di Possibleshop

Adapun tujuan penelitian untuk mengetahui peran teknologi media internet dalam membantu kinerja pemilik bisnis online di Possibleshop, adalah untuk mendeskripsikan peran teknologi media internet dalam membantu kinerja pemilik bisnis online di Possibleshop. Untuk mengungkap tujuan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakanlah *metode deskriptif* dan menggunakan pendekatan *kualitatif*. Sesuai dengan permasalahan tersebut, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara *semi struktur*. Selain itu, untuk menegaskan keabsahan data dilakukan melalui ketentuan pengamatan dan triangulasi data. Triangulasi data yang digunakan oleh peneliti adalah triangulasi sumber (informan), dengan me-*rechek*, mengevaluasi, dan mendiskusikan data kepada informan dan pembimbing. Setelah data terkumpul, kemudian dianalisis secara induktif.

Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa peran teknologi media internet dalam membantu kinerja pemilik bisnis online Possibleshop, dengan cara membuat situs website yang mana website itu sebagai lahan untuk memasarkan produk yang akan di jual. Membangun bisnis di internet spesifikasi khususnya mempunyai computer dan koneksi internet yang memadai. Ketrampilan khusus dalam membangun bisnis di internet adalah dapat memahami internet, karena saat ini internet merupakan suatu hal yang umum di kalangan masyarakat. Pada umumnya membangun bisnis online aktif di setiap forum-forum, agar toko onlinenya dapat di kenal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN TIM PENGUJI iv

MOTTO v

PERSEMBAHAN vi

KATA PENGANTAR vii

ABSTRAK viii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xi

BAB I : PENDAHULUAN 1

A. Konteks Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 4
C. Tujuan Penelitian 4
D. Manfaat Penelitian 4
E. Kajian Hasil Terdahulu 5
F. Definisi Konsep 8
G. Kerangka Pikir Penelitian 14
H. Metode Penelitian 17
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 17
2. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian 17
3. Jenis Data 18
4. Sumber Data 18
5. Teknik Pengumpulan Data 19
6. Tahap-tahap Pengumpulan Data 20
7. Teknik Analisa Data 22
8. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 23
I. Sistematika Pembahasan 24

BAB II : KAJIAN TEORITIS 27

A. Kajian Pustaka 27
1. Pengertian Peran Teknologi 27
2. Pengertian Media Internet 33

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Pengertian Bisnis Online 43
B. Kajian Teori 46
1. Teori Media Baru 46
2. Media Internet dalam Kajian Media Baru 53

BAB III : PENYAJIAN DATA 57

A. Deskripsi Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian 57
1. Subyek Penelitian 57
2. Obyek penelitian 63
3. Lokasi Penelitian 63
B. Deskripsi Data Penelitian 67
1. Sejarah Perkembangan Toko Online Possibleshop.info 68
2. Peran Teknologi Media Internet Dalam Membantu Kinerja Pemilik Bisnis Online Possibleshop 73
3. Peran Teknologi Media Internet Bagi Customer Bisnis Online Possibleshop..... 79

BAB IV : ANALISA DATA 83

A. Temuan Penelitian 83
1. Peran Teknologi Media Internet Dalam Membantu Kinerja Pemilik Bisnis Online Possibleshop 83
2. Peran Teknologi Media Internet Bagi Customer Bisnis Online Possibleshop 87
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori 88

BAB V : PENUTUP 92

A. Simpulan 92
1. Peran Teknologi Media Internet Dalam Membantu Kinerja Pemilik Bisnis Online Possibleshop 92
B. Rekomendasi 92

Daftar Pustaka

Biodata Penulis

Lampiran-lampiran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 7

Tabel 1. 2 20

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. KONTEKS PENELITIAN

Pada saat ini, sebagian besar orang sudah menjadikan internet sebagai bagian dari hidupnya. Perkembangan teknologi media internet saat ini sangat cepat dan mengagumkan. Intenet yang singkatan dari International Networking, yang mana artinya computer yang saling terhubung secara mendunia atau secara international dan memberikan kemudahan dalam membrowsing, mendownload, serta mengupload data. Sehingga tidak heran bahwa internet telah menjadikan dunia yang sangat luas seperti berada dalam genggaman tangan manusia. Melalui internet dapat menjelajahi dunia, mencari segala macam informasi, mendownload, dan mengupload data serta dapat menjalani bisnis lewat internet seperti yang lagi marak saat ini.

Pada beberapa tahun yang lalu menjalankan bisnis di internet hanya dapat dilakukan oleh beberapa orang saja atau bahkan hanya perusahaan besar saja, karena dibutuhkan biaya yang cukup besar untuk mewujudkan bisnis di internet tersebut. Mulai dari biaya setup (pengaturan), server, maintenance (perbaikan), hosting dan biaya-biaya lainnya. Sekarang semakin berkembangnya internet, semua orang dapat menjalankan bisnis lewat internet dengan biaya yang relative murah, mulai dari biaya yang ratusan sampai dengan ribuan saja.[1] Internet telah

[1] W. Imanto, *Rahasia Sukses Bisnis Di Internet,* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), hlm. 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjadikan solusi yang relative murah untuk berjualan. Dengan sekali bayar untuk sewa hosting dan domain selama setahun seharga Rp 150.000,- sampai dengan Rp 200.000,- atau bahkan lebih murah, itupun sudah bisa mempunyai toko online.[2] Toko online dapat diartikan sebagai pasar kecil, yang berisi kegiatan berupa transaksi jual beli antara pedagang atau pembeli. Seiring berjalannya waktu konsep toko selalu berkembang dari waktu ke waktu, mulai dari warung, pasar tradisional, toko kelontong, minimarket, supermarket, hypermart, dan toko online.[3]

Bisnis di internet atau yang sering disebut dengan bisnis online ini, salah satunya yang di kenal oleh masyarakat luas adalah tentang fashion. Mulai dari sepatu, baju, tas, dan lain sebagainya, serta mulai dari yang merk biasa sampai dengan yang branded sekali pun. Harganya pun relative murah dibandingkan dengan harga yang berada di toko serta mall.

Pada bisnis online sering kali memakai Electronic Commerce, yang lazim dikenal sebagai e-commerce atau e-perdagangan, terdiri dari pembelian atau penjualan produk atau layanan melalui system elektronik seperti internet dan jaringan computer lainnya. Perdagangan yang dilakukan secara elektronik telah berkembang luar biasa sejak penyebaran internet.[4] Sedangkan OsCommerce adalah sebuah solusi toko online yang menawarkan berbagai macam fitur yang memungkinkan untuk membuat sebuah toko online dengan mudah. OsCommerce menyediakan secara bebas solusi berbasis Open Source yang dirilis di bawah GNU (General

---

[2] Dede Zulkifli dan Liga Pribadi, *Gampang Membuat Toko Online*, (Bandung: Informatika, 2008), hlm. 1.

[3] Elcom, *Mudah Membuat Toko Online Dengan Os Commerce*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hlm. 2.

[4] "*Ibid*".

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Public License). OsCommerce diluncurkan pada bulan maret 2000 dan telah berkembang sebagai solusi yang digunakan untuk membentuk 14.062 toko online di seluruh dunia.[5]

Saat ini, OsCommerce telah beranjak ke tingkat yang lebih tinggi, bergerak ke arah kerangka solusi e-commerce yang tidak hanya menjaga kemudahan instalasi, tetapi juga mempermudah administrator toko dalam mensosialisasikan toko kepada pelanggan dengan cara yang unik.[6]

Salah satunya bisnis fashion online yang ada di internet adalah *PossibleShop.Info*. Di *PossibleShop.Info* banyak di jumpai baju dan sepatu yang bermerk dan harganya pun relative murah di bandingkan dengan harga yang ada di mall. Kualitasnya pun tidak jauh beda dengan kualitas yang ada di mall-mall. Untuk transaksinya dapat di jumpai pula di page selanjutnya, tidak hanya itu saja, *PossibleShop.Info* juga melayani pembelian secara partai.

Dengan program bisnis online ini merupakan daya tarik serta sarana bagi pelaku bisinis online dalam meraih tujuan yang telah ditetapkan, dengan demikian hal tersebut sangatlah menarik minat peneliti untuk meneliti bagaimanakah peran teknologi media internet bagi pelaku bisnis fashion online di *PossibleShop.Info*. Dimana banyaknya bisnis online di internet saat ini menjual produk yang sama sebagai daya tarik sekaligus pencapaian tujuan pelaku bisnis online.

---

[5] *"Ibid"*.
[6] *"Ibid"*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. FOKUS PENELITIAN

Sesuai dengan latar belakang (konteks penelitian) di atas maka fokus penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimanakah peran teknologi media internet dalam membantu kinerja pemilik bisnis online Possibleshop?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mendeskripsikan tentang peran teknologi media internet dalam membantu kinerja pemilik bisnis online Possibleshop.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

   Menambah wawasan keilmuan dalam bidang kajian ilmu komunikasi khususnya bidang komunikasi bisnis dan media massa. Yang mana terkait dengan media massa yakni internet dan komunikasi bisnis yaitu bisnis online.

2. Manfaat Praktis

   Memberikan kontribusi pemikiran sebagai bahan pelengkap dan penyempurnaan dalam bidang kajian penelitian ilmu komunikasi, baik untuk bisnis khusunya bagi para pemula bisnis online.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. KAJIAN HASIL PENELITIAN TERDAHULU

Dari hasil kajian penelitian terdahulu maka peneliti menjadikan hasil penelitian tersebut sebagai referensi untuk mengkaji topik dalam penelitian ini, dan sebagai perbandingan dari penelitian yang telah peneliti lakukan. Diantaranya beberapa kajian hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh beberapa mahasiswa antara lain:

Pengaruh Media Internet Terhadap Minat Studi Keagamaan Mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh November Di M-Web Internet Center Kampus ITS Sukolilo Surabaya, disusun oleh Nurul Istiqomah (DO. 1398101) tahun 2003, fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Pada penelitian di atas menggunakan metode penelitian kuantitatif serta menggunakan analisa data dengan rumus prosentase. Dalam penelitian ini dapat di simpulkan bahwa ada hubungan yang rendah antara media internet terhadap minat studi keagamaan mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh November di M-Web center kampus ITS Sukolilo Surabaya, sehingga Ha (Hipotesa Alternatif) diterima dan Ho (Hipotesa Nihil) ditolak.

Penelitian di atas mengulas tentang media internet di M-Web center terhadap minat studi keagamaan mahasiswa ITS Sukolilo Surabaya. Dalam penelitian di atas bahwasanya media internet hampir seluruh mahasiswa ITS (95%) mengenal dan menguasai media internet dengan baik serta sebagian dari mahasiswa tersebut (33,75%) sering membuka situs-situs Web Dakwah atau pendidikan agama.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan pada panelitian yang peneliti tulis menjelaskan tentang peran teknologi media internet bagi pelaku bisnis online. Jenis penelitian yang dipakai peneliti yakni deskriptif kualitatif yang berarti menguraikan suatu hal yang apa adanya. Pada peran teknologi media internet bagi pelaku bisnis online yang mendeskripsikan di bisnis online PossibleShop.Info.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 1.1

Matrix Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Jenis Karya	Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Temuan Penelitian	Tujuan Penelitian	Perbedaan
1.	Nurul Istiqomah	Skripsi	2003	Kuantitatif	- Penelitian ini mengulas tentang media internet di M-Web center terhadap minat studi keagamaan mahasiswa ITS Sukolilo Surabaya. Dalam penelitian di atas bahwasanya media internet hampir seluruh mahasiswa ITS (95%) mengenal dan menguasai media internet dengan baik serta sebagian dari mahasiswa tersebut (33,75%) sering membuka situs-situs Web Dakwah atau pendidikan agama. - Hasil temuanya bahwa media internet terhadap studi keagamaan mahasiswa ITS Sukolilo Surabaya berpengaruh atau terdapat korelasi antara keduanya. Korelasi yang terdapat di antara keduanya itu dapat dilihat dengan rumus Chi Kuadrat yang telah penulis analisa dengan besarnya nilai $x^2 = 10,812$. - Adapun untuk mengetahui sejauh mana tinggi rendahnya atau besar kecilnya pengaruhnya tersebut maka penulis kemukakan dengan menggunakan rumus C/KK (koefisien kontingensi) yang kemudian dikategorikan dan dimasukkan ke dalam tabel intrepretasi product moment. Dimana hasil koefisien kontingensi yaitu 0,345 yang terletak antara 0,200-0,400 yang berarti terdapat hubungan atau pengaruh yang rendah	- Untuk mengetahui bagaimana penguasaan media internet mahasiswa ITS November di M-Web Center. - Untuk mengetahui bagaimana minat studi keagamaan (islam) mahasiswa ITS November di M-Web Internet Center. - Untuk mengetahui apakah ada pengaruh media internet terhadap minat studi keagamaa (islam) mahasiswa ITS November di M-Web Internet Center. - Untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh media internet terhadap minat studi keagamaan (islam) mahasiswa ITS November di M-Web Internet Center.	- Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif serta menggunakan analisa data dengan rumus prosentase. Dalam penelitian ini dapat di simpulkan bahwa ada hubungan yang rendah antara media internet terhadap minat studi keagamaan mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh November di M-Web Center kampus ITS Sukolilo Surabaya, sehingga Ha (Hipotesa Alternatif) diterima dan Ho (Hipotesa Nihil) - ditolak.
					antara media internet terhadap studi keagamaan mahasiswa ITS November di internet Center M-Web ITS Sukolilo Surabaya.		
2.	Ida Fauzia	Skripsi	2011	Kualitatif Deskriptif	-	- Untuk mendeskripsikan tentang peran teknologi media internet bagi pelaku bisnis fashion online di PossibleShop.Info. - Untuk mendeskripsikan teknik dan strategi pada peran teknologi media internet bagi pelaku bisnis fashion online di PossibleShop.Info.	- Pada penelitian yang peneliti tulis menjelaskan tentang peran teknologi media internet bagi pelaku bisnis online. Jenis penelitian yang dipakai peneliti yakni deskriptif kualitatif yang berarti menguraikan suatu hal yang apa adanya. Pada peran teknologi media internet bagi pelaku bisnis online yang mendeskripsikan di bisnis online PossibleShop.Info.

KEMENTERIAN AGAMA PERPUSTAKAAN IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. DEFINISI KONSEP

Judul penelitian ini ialah "Peran Teknologi Media Internet Bagi Pelaku Bisnis Online". Judul tersebut mengandung unsur-unsur pokok kata yang perlu dibatasi artinya supaya lebih spesifik. Oleh karena itu, di bawah ini di uraikan tentang pembatasan makna dari judul dan kaitannya dengan judul tersebut, antara lain sebagai berikut:

1. Peran Teknologi

Peran adalah laku, hal berlaku atau bertindak, pelaku atau pemeran.[7] Dalam kamus besar peran adalah perangkat tingkat yang diharapkan dimiliki oleh berkedudukan dalam masyarakat.[8] Peranan merupakan unsur-unsur baku dalam sistem lapisan,dan mempunyai arti yang penting bagi sistem sosial. Yang diartikan sebagai sistem sosial adalah pola-pola yang mengatur hubungan timbal-balik antar individu dalam masyarakat dan antar individu dengan masyarakatnya, dan tingkah laku individu-individu tersebut.[9] Teknologi berasal dari kata Yunani "Techno" yang artinya keterampilan atau seni, kemudian kata tersebut melahirkan kata teknik dan teknologi. John Neisbit mendefinisikan teknologi sebagai benda, bahan dan wujud yang jelas-jelas berbeda dengan manusia namun ketika menerbitkan edisi revisinya kata teknologi telah meluas artinya yakni sesuatu yang erat dengan kehidupan

---

[7] Susilo Riwayadi dkk, *Kamus Populer Ilmiah Lengkap* (Surabaya: Sinar Terang), hlm. 373.

[8] Pusat Bahasa Dept. Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 854.

[9] Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1982), hlm. 239.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat dengan lingkungan. Teknologi merupakan suatu bentuk ilmu pengetahuan yakni segala sesuatu yang berbentuk teknologis tidak akan berarti tanpa keahlian, menggunakan, memperbaiki, mendisain dan membuatnya, hingga kata teknologi ini mengacu pada apa yang dilakukan orang sebagaimana yang mereka ketahui, kedua teknologi mengacu pada aktivitas manusia.[10] Jadi yang dimaksud dengan peran teknologi adalah suatu aspek kedudukan yang sesuai dengan kedudukan peranan ilmu pengetahuan yang berbentuk teknologis yang merupakan bagian dari manusia.

2. Media Internet

Media dalam kamus ilmiah berarti "perantara (informasi)" dan wahana (wadah).[11] Pada hakikatnya, media adalah perpanjangan lidah dan tangan yang berjasa meningkatkan kapasitas manusia untuk mengembangkan struktur sosial. Namun banyak orang yang tidak menyadari hubungan fundamental (yang paling pokok) antara manusia dan media itu, dan keliru menilai peran media dalam kehidupan mereka. Misalnya, banyak intelektual yang melihat media tidak lebih dari produk sampingan kemajuan teknologi, yang kemudian sering disalahgunakan oleh para agitator (penghasut) dan penipu.[12]

Internet jaringan yang merupakan transmisi (pengiriman) dari banyak orang ke banyak orang, tetapi juga mencakup transmisi

---

[10] Fathurrohman, *Teknologi dan Media Pembelajaran* (Surabaya: Dakwah Digital Press, 2008), hlm. 3-5.

[11] *"Ibid"*.

[12] William L. Rivers Dkk, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, terjemahan Haris Munandar Dkk (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 27.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari satu orang ke satu orang dan dari satu orang kebanyak orang. Sejauh ini, jaringan yang digunakan banyak orang adalah internet.[13] Internet juga di artikan sebagai jaringan computer dunia yang mengembangkan ARPANET, suatu system komunikasi yang terkait dengan pertahanan, keamanan yang dikembangkan pada tahun 1960-an.[14] Jadi media internet adalah suatu wadah yang berjasa meningkatkan kapasitas manusia untuk mengembangkan struktur sosial yang melalui jaringan transmisi dari banyak orang ke banyak orang, dari satu orang ke satu orang, dan dari satu orang ke banyak orang.

3. Pelaku Bisnis Online

Pelaku bisnis online atau toko online diartikan sebagai pasar kecil yang berisi kegiatan berupa transaksi jual beli antara pedagang dan pembeli. Seiring berjalannya waktu konsep toko selalu berkembang dari waktu ke waktu, mulai dari warung, pasar tradisional, toko kelontong, minimarket, supermarket, hypermart dan toko online (PossibleShop.Info). Alasan pendirian toko pada umumnya adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia, dalam hal ini kebutuhan hidup sehari-hari. Namun jika kita melihat dari sudut pandang pedagang tentunya alasan pendirian toko adalah untuk mencari nafkah atau memperoleh keuntungan dari hasil penjualan barang.

---

[13] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), hlm. 134.
[14] Werner J. Severin Dkk, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm. 443.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan semakin padatnya ritme dan gaya hidup orang perkotaan dan dengan semakin berkembangnya teknologi internet, maka aktivitas pergi berbelanja ke toko perlahan-lahan sudah mulai tergantikan dengan aktivitas berbelanja melalui dunia maya. Toko online merupakan sebuah konsep, ide atau gagasan tentang cara bertransaksi yang praktis dan mudah. Dengan memanfaatkan teknologi internet, kita dapat membeli produk yang kita inginkan hanya dengan menggunakan seperangkat computer yang kita kendalikan dari tempat kita berada.[15] Jadi pelaku bisnis online adalah orang yang melakukan penjualan produknya yang melalui internet.

4. E-commerce

Electronic commerce yang lazim dikenal sebagai e-commerce atau e-perdagangan terdiri dari pembelian dan penjualan produk atau layanan melalui system elektronik seperti internet dan jaringan computer lainnya. Perdagangan yang dilakukan secara elektronik telah berkembang luar biasa sejak penyebaran internet. Semua yang melakukan perdagangan secara online akan menggunakan cara spurring atau memacu pembelian produk, yang hasilnya akan digambarkan dalam bentuk grafik perdagangan elektronik yang didalamnya terdapat informasi tentang transfer data elektronik, manajemen rantai suplai, pemasaran internet proses transaksi online, electronic data interchange (EDI), invertarisasi

[15] Elcom, *Mudah Membuat Toko Online Dengan OsCommerce*,.....hlm. 2-3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

system manajemen dan sistem pengumpulan data otomatis. Perdagangan elektronik modern biasanya menggunakan protocol World Wide Web.

Sebagian besar kegiatan e-commerce dilakukan sepenuhnya secara elektronik untuk item virtual seperti premi ataupun untuk mengakses konten pada situs Web, namun sebagian besar elektronik commerce melibatkan transportasi fisik item dalam berbagai cara. Pengecer online kadang-kadang dikenal sebagai e-tail line dan kadang-kadang dikenal sebagai e-tail. Hampir semua pengecer besar telah memanfaatkan elektronik commerce pada World Wide Web.[16]

Sedangkan menurut Abdul Kadir kata lain dari e-commerce digunakan untuk mendukung kegiatan pembelian dan penjualan, pemasaran produk jasa, dan informasi melalui internet atau extranet.[17] Jadi e-commerce ini merupakan yang mendukung suatu kegiatan pembelian dan penjualan, pemasaran produk jasa, dan informasi dalam kegiatan bisnis di internet (bisnis online).

5. PossibleShop.Info

Merupakan toko online yang menjual berbagai kebutuhan untuk membuat penampilan lebih sporty dan fashionable, seperti: sepatu, sandal, celana, kaos, dan lain sebagainya. Dengan produk

---

[16] *"Ibid"*

[17] Abdul Kadir, *Pengenalan Sistem Informasi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), hlm. 381.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang berkualitas dan harga yang kompetitif, PossibleShop berharap memberikan kepuasan dalam berbelanja di PossibleShop.[18]

[18] Possibleshop, "Tentang Kami" dalam *http://possibleshop.info/?Tentang_Kami*

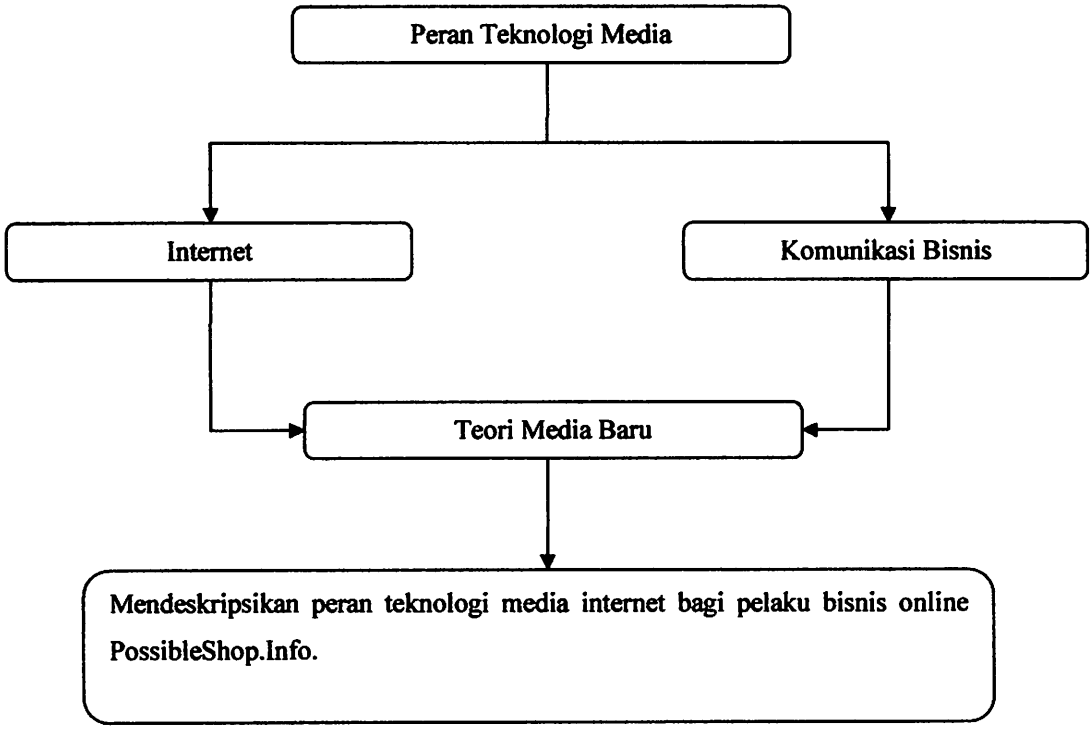
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. KERANGKA PIKIR PENELITIAN

Kerangka pikir penelitian yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah kerangka pikir penelitian "Peran Teknologi Media Internet Bagi Pelaku Bisnis Online" adalah sebagai berikut:

Bagan 1.1

Alur Skematik penelitian



Dari bagan di atas, pada peran teknologi media adalah suatu pelaku teknologi media yang mana media ialah sebagai perantara atas terjadinya komunikasi dari pengirim menuju penerima, pada peran teknologi media ini dapat dilakukan melalui dua cara yaitu internet dan komunikasi bisnis. Seperti yang kita ketahui bahwa internet adalah bentuk konvergensi (perpaduan) dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti computer (dengan berbagai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

varian manfaat), televisi, radio dan telepon.[19] Seperti yang dijelaskan oleh Sayling Wen (2001), sekarang ini yang terpenting dan paling luas adalah internet, yang menguhubungkan computer-computer pribadi yang paling sederhana hingga computer-computer super yang paling canggih, inilah struktur jaringan computer yang saling berhubungan. Layanan yang diberikan oleh internet mencakup e-mail, netnews, telnet, file transfer protocol (FTP) dan world wide web (www), dimana yang paling banyak digunakan adalah e-mail serta www.[20] Sedangkan dengan komunikasi bisnis ditekankan pada komunikasi verbal yaitu berbicara, mendengarkan, menulis dan membaca. Dalam bisnis, komunikasi dilakukan oleh tenaga penjual, teknisi, operator telepon atau dengan surat-surat resmi.[21]

Dari kerangka pikir di atas, dapat peneliti jelaskan bahwa kedua cara melalui internet dan komunikasi bisnis ini saling berkaitan. Yang mana kaitannya bisnis online ini dalam pemasaran dan penjualan produknya mengkomunikasikan melalui media internet. Keuntungan yang di peroleh dari bisnis online (bisnis internet) ini adalah lebih praktis, hemat biaya, dan juga pada saat ini banyak masyarakat yang memakai media internet sehingga peluang bagi pelaku bisnis online semakin besar dalam memasarkan produknya. Sedangkan keterkaitan antara internet dan

---

[19] Burhan Bungin, *sosiologi komunikasi*, ……..hlm. 135.
[20] *"Ibid"*.
[21] Sutrisna Dewi, *Komunikasi Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2007), hlm. 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi bisnis peneliti menggunakan teori media baru karena sesuai dengan penelitian ini.

Teori media baru pada tahun 1990, menurut Mark Poster yang menandai periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat.[22] Pierre Levy memandang Word Wide Web (www) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat. Dunia maya memberikan tempat pertemuan semu yang memperluas dunia social, menciptakan peluang pengetahuan baru, dan menyediakan tempat untuk berbagai pandangan secara luas. Tentu saja, media baru tidak seperti interaksi (saling mempengaruhi satu sama lain) tatap muka, memberikan bentuk interaksi baru yang membawa kita kembali pada hubungan pribadi dalam cara yang tidak bisa dilakukan oleh media sebelumnya.[23]

Oleh karena itu, dari teori media baru inilah bertujuan untuk mendeskripsikan peran teknologi media bagi pelaku bisnis online PossibleShop.Info.

---

[22] Stephen W. Littlejohn Dkk, *Teori Komunikasi,* terjemahan Muhammad Yusuf Hamdan (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), hlm. 413.
[23] *"Ibid"*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

METODE PENELITIAN

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam pembahasan penelitian ini penulis menggunakan penelitian dengan penelitian kualitatif. Menurut Prof. Dr. Suharsimi Arikunto tentang penelitian kualitatif adalah di antara banyak model yang ada dalam penelitian kualitatif, yang dikenal di Indonesia adalah penelitian naturalistic. Istilah naturalistik menunjukkan bahwa pelaksanaan penelitian ini memang terjadi secara ilmiah, apa adanya, dalam situasi normal yang tidak dimanipulasi keadaan dan kondisinya, menekankan pada deskripsi secara alami.[24]

Sedangkan dengan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Yang mana peneliti langsung terjun ke lapangan serta peneliti menggunakan pendekatan pada orang yang dijadikan sumber informasi. Sehingga dengan informasi yang didapat tersebut memperoleh data yang keseluruhan.

2. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, subyeknya adalah pemilik bisnis online PossibleShop.Info, obyeknya adalah teknologi media internet dan komunikasi bisnis yang terjadi pada bisnis online atau bisnis internet PossibleShop. Sedangkan lokasi penelitian di Alur Laut No. 3 10/04 Rawa Badak Selatan Koja Jakarta 14230.

---

[24] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 12.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Jenis Data

Pada penelitian deskripitif kualitatif ini jenis data yang digunakan antara lain:

a. Data primer atau data pokok berasal dari:

1) Peran teknologi media internet dalam membantu kinerja pemilik bisnis online Possibleshop.

b. Data sekunder atau data tambahan yang fungsinya untuk mengumpulkan informasi:

1) Profil bisnis online PossibleShop.Info.

2) Target market bisnis online PossibleShop.Info.

4. Sumber Data

Dalam penelitian ini seorang peneliti telah memilih informannya ialah pada bisnis fashion online PossibleShop.Info. Untuk memberikan tanggapan terhadap peran teknologi media internet bagi pelaku bisnis online.

Disini peneliti menggunakan teknik *snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar.[25] Hal ini dilakukan dalam menentukan siapa informan yang hendak diwawancarai agar tetap fokus dalam penelitian dan sesuai dengan tujuan penelitian.

---

[25] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 219.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Dapat dilakukan dengan pihak yang terkait yakni kepada owner (pemilik) bisnis fashion online PossibleShop.Info. Pada penelitian deskriptif kualitatif ini, seorang peneliti menggunakan wawancara yang semi terstruktur. *Semi terstruktur* merupakan jenis wawancara yang sudah termasuk kategori in-dept interview, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.[26]

b. Dokumentasi

Dalam dokumentasi dapat dilakukan penelitian dari saluran yang terkait seperti buku dan internet.

[26] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D,*.....hlm. 233.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 1. 2

Matrix jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data

No.	Jenis Data	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
1	Jenis Data Primer a. peran teknologi media internet dalam membantu kinerja pemilik bisnis online Possibleshop .	a.Informan pemilik PossibleShop.Info. b.Dokumen di website www.possibleshop.info	a. Wawancara b. Dokumentasi
2	Jenis Data Sekunder a. Profil bisnis online PossibleShop.Info. b. Target market bisnis online PossibleShop.Info.	a.Informan pemilik PossibleShop.Info. b.Dokumen di website www.possibleshop.info	a. Wawancara b. Dokumentasi

6. Tahap-tahap Penelitian

Dalam penelitian ini, ada tiga tahapan yang dilakukan peneliti sebelum melakukan pengambilan data yakni dengan prosedur:

a. Tahap pra lapangan antara lain yaitu:

Pada tahap ini peneliti melakukan berbagai persiapan, yang berkaitan dengan konsep penelitian maupun persiapan perlengkapan yang dibutuhkan dilapangan. Diantaranya adalah menyusun rancangan penelitian dan memilih lapangan penelitian. Adapun langkah-langkah yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Menyusun rancangan penelitian yaitu pada tahap ini peneliti membuat usulan judul penelitian yang berbentuk dalam proposal penelitian yang sebelumnya telah didiskusikan dengan dosen pembimbing, kemudian diseminarkan dengan beberapa dosen pendamping dan penguji. Proposal penelitian ini terdiri dari konteks penelitian, focus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian hasil penelitian terdahulu, definisi konsep, kerangka pikir penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.
2) Memilih lapangan penelitian yaitu dalam penelitian ini mengambil judul peran teknologi media internet bagi pelaku bisnis online di PossibleShop.Info.
3) Menjajaki dan menilai lapangan yaitu tahapan ini belum sampai pada titik yang menyikapkan bagaimana penelitian masuk lapangan dalam arti mengumpulkan data yang sebenarnya. Jadi, tahapan ini barulah merupakan orientasi lapangan, namun dalam hal-hal tertentu telah menilai situasi lapangan. Penjajakan dan penilaian lapangan akan terlaksana dengan baik apabila peneliti sudah membaca terlebih dahulu dari kepustakaan atau mengetahui melalui orang dalam tentang situasi dan kondisi tempat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian dilakukan. Peneliti juga menyediakan format pertanyaan yang akan diajukan dalam bentuk pedoman wawancara.

4) Memilih dan memanfaatkan informan, informan adalah orang yang memberikan informasi tentang situasi dan kondisi penelitian.

5) Menyiapkan perlengkapan yaitu peneliti hendaknya menyiapkan tidak hanya perlengkapan fisik, tetapi segala macam perlengkapan penelitian yang diperlukan.

b. Tahap analisis data yaitu tahap ini peneliti mulai menelaah dari hasil data yang terkumpul dengan melalui wawancara.

c. Tahap penulisan laporan adalah melaporkan dari hasil penelitian yang telah dilakuakan, kemudian disusun dalam bentuk analisa data yang ditunjang dengan keabsahan data yang ditulis dalam penulisan yang berbentuk skripsi.

7. Teknik Analisis Data

Dalam hal analisis data kualitatif, Bogdan menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.[27]

Penelitian ini termasuk deskriptif kualitatif yang bertujuan menggambarkan keadaan atau suatu fenomena, maka analisis data yang digunakan adalah analisis data di lapangan *model Miles and Huberman.* Miles dan Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data reduction, data display, dan conclusion drawing/ verification.[28] Oleh karena itu, analisis data merupakan suatu cara yang digunakan untuk menyatakan dan mengelolah data yang terkumpul sehingga dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

8. Teknik Pemeriksaan keabsahan Data

Pada teknik pemeriksaan atau penulisan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Triangulasi*, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain.[29] Triangulasi dapat dilakukan dengan cara berikut :

a. Triangulasi Sumber, digunakan untuk menguji derajat ketepatan dan kelengkapan data.

---

[27] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D,*.....hlm. 244.
[28] *"Ibid"*.
[29] Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif,* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002) hlm. 330.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Triangulasi Personal (informan), digunakan untuk menguji atau mengecek derajat keakuratan dan kesahihan data.

c. Triangulasi Teori, digunakan untuk menguji atau mengecek derajat kepercayaan temuan atau hasil penelitian.

d. Triangulasi Metode digunakan untuk menguji atau mengecek derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian.

Dengan kata lain, bahwa dengan triangulasi, peneliti dapat me-recheck temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode atau teori. Untuk itu, maka peneliti dapat melakukannya dengan jalan:

1) Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan
2) Mengeceknya dengan berbagai sumber data
3) Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.

Triangulasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Triangulasi sumber (informan) yang dilakukan dengan cara mengecek, mengevaluasi, dan mendiskusikan data dengan informan dan pembimbing. Dalam penelitian ini, data sebagai bahan baku yang sangat penting untuk diakui derajat ketepatan dan kelengkapannya.

H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika pembahasan atau penulisan pada penelitian ini terdiri dari V bab, yang terutai sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I: Pada bab pertama berisi pendahuluan yang terdiri enam sub bab, yang meliputi antara lain: konteks penelitian (latar belakang), focus penelitian (rumusan masalah), tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian hasil penelitian terdahulu, definisi konsep, kerangka pikir penelitian, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II: Kajian Teoritis

1. Kajian pustaka: Pada sub bab ini berisi tentang artikel atau buku yang di tulis oleh para ahli memberikan opini atau gagasan yang berkaitan dengan focus penelitian.
2. Kajian teori: Pada bagian ini berisi tentang menjelaskan teori media yang dikaitkan dengan focus penelitian.

BAB III: Penyajian Data

1. Deskripsi subyek, obyek, dan lokasi penelitian: Adapun pada bab tiga ini berisi tentang profil informan (pemilik) PossibleShop.Info, dan obyeknya adalah media massa dalam teknologi internet. Sedangkan dengan lokasinya di Plumpang Jakarta Utara.
2. Deskripsi data penelitian: Pada bagian ini mendeskripsikan data penelitiannya, yang terkait dengan focus penelitian. Seperti apa peran teknologi media internet bagi pelaku bisnis online PossibleShop.Info.

BAB IV: Analisis Data

1. Temuan penelitian: Pada bagian ini berisi tentang analisis data yang telah dipaparkan oleh informan PossibleShop.Info, serta pemunculan hasil temuannya mengacu pada focus penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Konfirmasi temuan dengan teori: Bagian ini seorang peneliti membandingkan hasil temuannya dari analisis datanya di PossibleShop.Info dengan teori-teori yang relevan.

BAB V: Penutup

Pada bagian ini berisi tiga sub bab yang terdiri dari: Pertama kesimpulan yang tentang jawaban langsung atau jawaban yang diringkas dari focus penelitiannya, yang kedua rekomendasi yang mengemukakan beberapa anjuran bagi kemungkinan penelitian lanjutan berdasarkan sesuai dengan simpulan yang dihasilkan dikaitkan dengan manfaat penelitiannya, sedangkan yang ketiga adalah bagian akhir yaitu daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Pengertian Peran Teknologi

Untuk aplikasi praxis, kata teknologi lebih mengarah kepada arti kata teknik yaitu cara atau metode untuk memperoleh ketrampilan dalam bidang tertentu, ia juga mempunyai ciri bahwa teknologi selalu membuat dua faktor penting, yaitu efisien dan tujuan yang jelas. Efisien menyangkut konsepsi yang menunjukkan perbandingan terbaik antara sesuatu kerja dengan hasil yang didapatkan. Teknologi merupakan suatu bentuk ilmu pengetahuan, yakni segala sesuatu yang berbentuk teknologis tidak akan berarti tanpa keahlian, menggunakan, memperbaiki, mendesain dan membuatnya, hingga kata teknologi ini mengacu pada apa yang dilakukan orang sebagaimana yang mereka ketahui, kedua teknologi mengacu pada aktivitas manusia.[30]

Teknologi pada dasarnya memberikan tawaran nilai yaitu bahwa pekerjaan manusia justru semakin terbantu dengan kehadiran teknologi. Dapat dikatakan bahwa teknologi pada suatu titik merupakan usaha manusia untuk membentuk dunia menurut persepsi dan pemahamannya. Dengan demikian, teknologi merupakan bagian dari manusia. Kebudayaan teknik ini lebih merupakan sistem kebudayaan yang membuat "alam kedua" setelah lingkungan dimana manusia berada.[31]

---

[30] Fathurrohman, *Teknologi dan Media* Pembelajaran,....., hlm. 5.
[31] *Ibid* hlm. 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ketika kita ingin menggambarkan zaman ini, kata Jacques Ellul, maka gambaran yang terbaik untuk di jelaskan mengenai suatu realitas masyarakat adalah masyarakat dengan system teknologi, yang baik atau masyarakat teknologi. Untuk mencapai masyarakat teknologi, maka suatu masyarakat harus memiliki sistem teknologi yang baik. Dengan demikian, maka fungsi teknologi adalah kunci utama perubahan di masyarakat.

Teknologi secara fungsional telah menguasai masyarakat, bahkan pada fungsi yang substansial seperti, mengatur beberapa sistem norma di masyarakat, umpamanya sistem lalu lintas di jalan raya, sistem komunikasi, seni pertunjukan dan sebagainya. Dalam dunia pertelevisian, sistem teknologi telah menguasai jalan pikiran masyarakat, televisi menguasai pikiran-pikiran manusia dengan cara membangun teater dalam pikiran manusia (theater of mind), sebagaimana gambaran realitas dalam iklan televisi.[32]

Teknologi merupakan alat, teknik atau cara yang dapat membantu manusia dalam melakukan pekerjaan sehingga pekerjaan menjadi lebih ringan, lebih cepat, lebih baik atau lebih banyak hasilnya. Teknologi telah menyusup ke dalam setiap praktik bisnis serta menciptakan keunggulan dan kemampuan komunikasi yang semakin canggih. Perkembangan teknologi computer yang cukup dramatis telah menyebabkan perubahan dalam teknologi komunikasi tanpa harus mengubah unsur-unsur dasar proses komunikasi.

---

[32] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*,.....hlm, 217.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kemajuan teknologi dalam komunikasi telah memungkinkan terciptanya kerja sama dengan berbagai pihak, kapan pun dan dimana pun berada. Penggunaan internet, e-mail, voice mail dan faks memudahkan para pihak untuk bekerja tidak dalam satu lokasi. Bekerja tidak perlu dilakukan di kantor konvensional, tetapi bisa di rumah, di jalan, atau di berbagai negara. Computer satu dan telepon genggam saat ini sudah cukup dijadikan ruang kerja yang mudah dibawa ke mana saja. Teknologi tidak hanya mengubah cara-cara berkomunikasi, tetapi juga mengubah cara kerja.

Walaupun demikian, ada beberapa kelemahan dari kemajuan teknologi yang mesti di waspadai. Menggunakan teknologi komunikasi ketika berada jauh dari kantor menimbulkan kesulitan untuk memisahkan antara kehidupan di kantor dengan kehidupan di rumah. Lebih lajut lagi, teknologi internet bisa menghasilkan informasi yang berlebihan. Akibatnya, pelaku bisnis di banjiri oleh informasi yang jauh lebih banyak dari pada yang dapat di proses secara efektif.

Teknologi memberikan berbagai pilihan dalam melakukan komunikasi bisnis. Untuk membantu melakukan pemilihan teknologi komunikasi, Bovee dan Thill memberikan pedoman sebagai berikut:

a. Harapan Penerima Pesan

Setelah mengetahui siapa penerima pesan, perlu di pertimbangkan lebih lanjut harapan penerima terhadap teknologi yang di pergunakan untuk mengirim pesan. Ada yang cukup puas menerima pesan melalui

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

telepon dan faks saja, tetapi ada pula yang menghendaki agar pesan dikirim melalui e-mail.

b. Waktu dan Biaya

Waktu menjadi faktor dalam memilih teknologi yang dipergunakan. Pesan yang mendesak biasanya dikirim melalui telepon, faks atau internet dengan biaya yang relatif lebih mahal dari pada pengiriman melalui pos. Sementara itu, pesan yang tidak mendesak dan kurang penting bisa dikirim melalui pos saja.

c. Sifat Pesan

Pesan-pesan tertentu yang memerlukan penjelasan rumit dan kompleks akan lebih baik bila di sampaikan secara langsung melalui tatap muka. Sementara pesan yang memerlukan gambar tentu tidak tepat bila dikirim melalui telepon.

d. Perlunya Penampilan

Teknologi yang dipergunakan dalam berkomunikasi seringkali dijadikan salah satu indikator untuk menilai kemajuan perusahaan. Demikian pula untuk tujuan tertentu, pesan bisnis akan lebih baik bila dicetak dengan printer di atas kertas yang bermutu daripada dicetak di atas continous form dengan printer dotmatrix.

Pelaku bisnis diharapkan memiliki keterampilan dalam memanfaatkan teknologi agar dapat berkomunikasi secara efektif. Kemampuan untuk menangani tantangan teknologi (misalnya, kelebihan informasi dan keamanan data) juga sangat diperlukan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Teknologi hendaknya dipergunakan secara bijaksana, penggunaan teknologi yang membabibuta akan merugikan perusahaan.[33]

Definisi lain dari teknologi Plan 2004-2005 adalah teknologi bisa mencakup, tetapi tidak terbatas untuk komputer, televisi, VCR dan DVD, alat presentasi audio atau visual, sistem satelite broadcast, alat adaptive, infrastruktur networking, intruksional, operasional dan program manajemen.

Dari definisi tersebut, ada beberapa esiensi yang terkandung yaitu:

a. Teknologi terkait dengan ide atau pikiran yang tidak akan pernah berakhir, keberadaan teknologi bersama dengan keberadaan budaya manusia.
b. Teknologi merupakan kreasi manusia sehingga tidak alami dan bersifat buatan (*artificial*).
c. Teknologi merupakan himpunan dari pikiran (*set of means*) sehingga teknologi dapat dibatasi atau bersifat universal, tergantung dari sudut pandang analisis.
d. Teknologi bertujuan memfasilitasi ikhtiar manusia (*human endeavor*) sehingga harus mampu meningkatkan performan kemampuan manusia.

Dari definisi di atas, ada tiga entitas yang terkandung dalam teknologi , yaitu keterampilan (*skill*), logika berpikir (*algorithma*) dan perangkat keras (*hardware*). Dalam pandangan *management of technology*, teknologi dapat digambarkan dalam beragam cara yaitu:

---

[33] Sutrisna Dewi, *Komunikasi Bisnis*,.....hlm, 41-43.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Teknologi sebagai makna untuk memenuhi suatu maksud di dalamnya terkandung apa saja yang dibutuhkan untuk mengubah sumber daya (*resourves*) ke suatu produk atau jasa.

b. Teknologi tidak ubahnya sebagai pengetahuan, sumber daya yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan (*objective*).

c. Teknologi adalah suatu tubuh dari ilmu pengetahuan rekayasa (*engineering*) yang dapat diaplikasikan pada perancangan produk dan atau proses atau pada penelitian untuk medapatkan pengetahuan baru.[34]

Beberapa perangkat teknologi yang sedang atau akan dikembangkan antara lain seperti:

a. Penyimpanan dari pengolahan informasi

Komputer, selain menyimpan informasi dapat pula berfungsi mengolah data dan kata, sehingga mempermudah penyiapan tulisan, berita, dan akses data bagi media massa. Teknologi berkemampuan berkembang, dalam bidang audiovisual seperti pembuatan film video misalnya dalam upacara perayaan perkawinan dan lain-lain.

b. Pengiriman dan penyaluran informasi (telekomunikasi)

Dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang ini, telekomunikasi dapat lebih sempurna, lebih cepat, lebih efisien, lebih murah, dan berkapasitas lebih tinggi. Aneka jenis informasi seperti suara, data, dan gambar dapat disalurkan sekaligus pada saat yang sama sehingga memungkinkan pelayanan komunikasi baru.

---

[34] Janner Simarmata, *Teknologi Computer Dan Informasi,* (Yogyakarta: Andi Offset, 2006)hlm, 2-3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Teknologi jaringan juga makin berkembang sehingga mampu menghubungkan berbagai perangkat informasi dengan komunikasi, umpanya komputer rumah dengan komputer lainnya dihubungkan melalui telepon

d. Penyiaran dan pengiriman komunikasi

Di bidang televisi, peralatan konsumen dan siaran-siaran lebih disempurnakan dan ditingkatkan, memberikan alternatif bagi khalayak. Sehingga meningkatkan tuntutan terhadap mutu yang diinginkannya. Begitu juga dibidang telekomunikasi, seperti radio telepon makin ditingkatkan sesuai dengan kemajuan teknologi. Kesemua ini menambah alternatif jalur dan memperluas jaringan komunikasi yang cepat bagi kepentingan masyarakat.

e. Teknologi terpadu

Penggabungan dan keterkaitan ketiga gugus teknologi 3-K (Komunikasi, Komputer, dan Kendali), memungkinkan pengembangan peralatan interaktif berfungsi ganda. Ini semua menuju ke arah terminal komunikasi, yang sekaligus menjadi komputer, pesawat televisi, telepon, pengirim data, alat kerja, penerima dan pencetak informasi, serta pengendali dari alat-alat lainnya.[35]

2. Pengertian Media Internet

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa

---

[35] H.A.W. Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1988)hlm, 75-76.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indera manusia seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima panca indera selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan.[36]

Kekayaan media adalah nilai dari media dalam situasi komunikasi. Kekayaan ditetapkan oleh kemampuan media untuk menyampaikan pesan dengan memakai lebih dari satu isyarat, memudahkan umpan balik, dan menetapkan focus pribadi.

Media yang paling kaya digunakan untuk mengirimkan pesan nonrutin yang bersifat kompleks. Media kaya digunakan untuk menyampaikan kepedulian dan memperoleh komitmen. Gunakan media yang lebih miskin untuk menyampaikan pesan rutin dan sederhana. Media paling miskin digunakan apabila umpan balik tidak terlalu penting.[37]

Komunikasi massa dapat diartikan dalam dua cara yakni, pertama komunikasi oleh media dan kedua komunikasi untuk massa. Namun ini tidak berarti komunikasi massa adalah komunikasi untuk setiap orang. Media tetap cenderung memlilih khalayak, dan demikian pula sebaliknya khalayak pun memilih-milih media.

---

[36] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi,* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998) hlm, 131.

[37] Sutrisna Dewi, *Komunikasi Bisnis,*.....hlm, 61-63.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karakteristik terpenting pertama komunikasi massa adalah sifatnya yang satu arah. Memang ada televisi atau radio yang mengadakan dialog interaktif yang melibatkan khalayak secara langsung, namun itu hanya untuk keperluan terbatas. Kedua, selalu ada proses seleksi. Misalnya, setiap media memilih khalayaknya. Koran New Yorker untuk kalangan menengah keatas saja. Ketiga, karena media mampu menjangkau khalayak secara luas, jumlah media yang diperlukan sebenarnya tidak terlalu banyak sehingga kompetisinya selalu berlangsung ketat. Keempat, untuk meraih khalayak sebanyak mungkin, harus berusaha membidik sasaran tertentu. Kelima, komunikasi dilakukan institusi sosial yang harus peka terhadap kondisi lingkungannya. Ada interaksi tertentu yang berlangsung antara media dan masyarakat. media tidak memengaruhi tatanan politik, sosial dan ekonomi dimana ia berada, namun dipengaruhi olehnya. Oleh sebab itu, untuk memahami media secara baik, kita harus memahami pula lingkungan atau masyarakat dimana media itu berada. Sedangkan untuk memahami sebuah masyarakat, kita harus menelaah latar belakang asumsi-asumsi dan keyakinan-keyakinan dasarnya. Untuk itu, diperlukan penguasaan atas sejarah, sosiologi, ilmu ekonomi dan filsafat, demi memahami media secara benar.[38]

Realitas media adalah realitas yang dikontruksi oleh media dalam dua model, pertama adalah model peta analog dan kedua adalah model refleksi realitas. Model-model itu dapat di jelaskan sebagai berikut:

---

[38] William L. Rivers Dkk, *Media Massa Dan Masyarakat Modern*,.....hlm, 18-20.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Model Peta Analog

Yaitu model dimana realitas sosial dikonstruksikan oleh media berdasarkan sebuah model analogi sebagaimana suatu realitas itu terjadi secara rasional. Sebuah contoh di bawah ini adalah konstruksi realitas media massa menurut model ini yang dibangun oleh media massa untuk menganalogkan sebuah kejadian jatuhnya pesawat terbang Adam Air KI 574 yang melakukan penerbangan pada tanggal 1 Januari 2007 dengan rute Surabaya-Manado.

Berita ini tersebut luas dan terkontruksi sebagai sebuah realitas di temukannya pesawat Adam Air yang beberapa hari yang lalu jatuh. Terkontruksi pula pengetahuan tentang sebuah peristiwa kecelakaan pesawat terbang yang sangat mengerikan dan sedang terjadi. Konstruksi media massa ini bertahan hampir satu hari, sampai beberapa saat kemudian berita itu dibantah setelah tim SAR tiba di lokasi yang dikatakan sebagai tempat jatuhnya pesawat Adam Air, karena tidak terbukti ada pesawat yang jatuh di daerah yang diberitakan itu.

Jadi, realitas peta analog adalah suatu konstruksi realitas yang dibangun berdasarkan konstruksi sosial media massa, seperti sebuah analogi kejadian yang seharusnya terjadi, bersifat rasional, dan dramatis.

b. Model Refleksi Realitas

Yaitu, model yang merefleksikan suatu kehidupan yang terjadi dengan mereflesikan suatu kehidupan yang pernah terjadi didalam masyarakat. Contohnya, adalah sebagaimana cerita-cerita dibawah ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kisah-kisah lain dalam film animasi seperti film-film Word Disney, film-film kartun Micky Mouse dan sebagaimana adalah sebuah hasil konstruksi dari teknologi media yang mampu membangun sebuah realitas kehidupan, seakan-akan memang benar terjadi. Seakan realitas itu benar ada dalam kehidupan di sekeliling kita, bahkan seakan kita hidup bersama mereka.[39]

Masing-masing saluran memiliki beberapa jenis media. Media yang dimaksud di sini adalah alat atau sarana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari pengrim kepada penerima.

a. Saluran Komunikasi Lisan

Komunikasi lisan merupakan saluran yang paling banyak digunakan dalam bisnis. Komunikasi itu antara lain, percakapan antara dua orang secara langsung (tatap muka), melalui telepon, wawancara, pidato, seminar, pelatihan, dan presentasi bisnis. Saluran itu disukai karena sederhana, spontan, nyaman, praktis, ekonomis, dan memiliki kemampuan yang lebih tinggi dalam memberikan umpan balik (feedback).

b. Saluran Komunikasi Tertulis

Pesan-pesan tertulis dalam bisnis dibuat dalam berbagai bentuk, misalnya surat, memo, proposal, laporan. Pilihan kata dalam pesan tertulis dilakukan dengan hati-hati untuk mempertahankan nada sopan dan bersahabat.

---

[39] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*,.....hlm, 212-215.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pesan-pesan tertulis bisa ditulis tangan atau dengan bantuan media elektronik. Media elektronik yang biasanya dipergunakan adalah mesin faks, telegram, dan e-mail.[40]

KEMENTERIAN AGAMA PERPUSTAKAAN IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA

Kunci penggunaan media yang efektif adalah untuk:

a. Memanfaatkan media khusus bagi sector tertentu untuk mengumumkan perkembangan serta menyiarkan kepentingannya.
b. Memanfaatkan publikasi akademis atau teknis untuk memperkuat reputasi staf untuk mengungkap apakah penelitian digandakan di tempat lain yang dapat menyebabkan terjadinya kerja sama.
c. Memanfaatkan media khusus lain untuk menarik minat distributor seperti para agen perjalanan serta pengecer.
d. Memanfaatkan perusahaan nasional untuk mengumumkan investasi-investasi utama, produk-produk baru, jika kepentingan ini dianggap cukup (di mana dalam banyak kasus produsen industri dan konsumen sangatlah jarang), serta mengumumkan hasil yang diperoleh perusahaan jika dikutip di pasar bursa.
e. Surat kabar regional sering kali lebih tertarik jika dapat menyampaikan sudut pandang segi dari regional.
f. Surat kabar lokal akan tertarik dengan kegiatan perusahaan dalam wilayah mereka, setidaknya karena itu mempengaruhi kemakmuran lingkungan sekitar. Perusahaan yang menganggap

[40] Ibid; hlm, 60-61.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perselisihan industri bukan urusan siapa pun, melainkan resiko mereka sendiri, merusak imej mereka di antara komunitas lokal, termasuk calon pegawai serta pelanggan pontesial.[41]

Pada mulanya, internet dikembangkan oleh Petagon, pada tahun 1960-an. Internet merupakan system hubungan jarak jauh dari berbagai jaringan computer, yang di hubungkan melalui modem dan jalur telepon. Keterbatasan internet hanyalah factor lamanya waktu yang di hubungkan untuk me-download informasi ke dalam computer milik seseorang, dimana akan membutuhkan waktu yang lebih lama lagi untuk men-download grafik-grafik, video dan musik.

Internet merupakan suatu sumber informasi yang sangat besar. Namun, hal tersebut tergantung dari apa yang dilihat oleh si pengguna internet dari keaneragaman sumber informasi yang tersedia. Dengan ditemukannya mesin pencari (search-engine) seperti Yahoo dan Altavista maka hal tersebut menjadi semakin lebih mudah dilakukan. Pada tahun 1990, seorang ilmuwan Eropa mengembangkan Word Wide Web (WWW). Halaman-halaman informasi di Web terdiri dari: teks, grafik, dan *hypertext*. Melalui *hypertext*, pengguna dapat menyoroti kata-kata yang diinginkan dengan menggunakan mouse komputer dan berhubungan dengan rangkaian halaman-halaman lain yang berkaitan di internet.[42]

---

[41] Michael Bland Dkk, *Hubungan Media Yang Efektif*, (Jakarta: Erlangga, 2004) hlm, 56-57.

[42] Ibid; hlm, 32-33.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Internet adalah jaringan komunikasi terbesar di dunia yang dapat diakses oleh individu, perusahaan, pengguruan tinggi, pemerintah, dan lembaga-lembaga lain di seluruh dunia. *Word Wide Web* (www) merupakan bagian dari internet yang banyak digunakan untuk mengakomodasi informasi berupa grafik. Informasi biasanya disimpan dalam berbagai situs yang memiliki banyak halaman *web*. Agar dapat membaca halaman web, diperlukan perangkat lunak *web browser* seperti *Netscape Navigator* atau *Internet Explorer*.[43]

Sebagaimana yang telah disinggungkan dalam bahasan di depan, maka internet seperti yang diketahui adalah bentuk konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer (dengan berbagai varian manfaat), televisi, radio, dan telepon.

Setelah penemuan komputer pada tahun 1960-an dan terus berkembang sampai pada tahun 1990-an sehingga melahirkan teknologi internet, para ahli tercengang dengan begitu pesat perkembangan teknologi ini yang oleh mereka disebut "sebagai yang tidak terduga". Internet begitu memukau dan begitu cepat berkembang dengan varian-varian programnya yang menjadikan bumi ini dalam cengkeraman teknologi. Internet telah berkembang menjadi sebuah teknologi yang tidak saja mampu mentranmisikan berbagai informasi, namun juga telah mampu menciptakan dunia baru dalam realitas kehidupan manusia, yaitu sebuah realitas materialistis yang tercipta dalam dunia maya. Realitas ini bukan mistik, bukan khayalan, namun benar-benar realistis.

---

[43] Sutrisna Dewi, Komunikasi BIsnis,.....hlm, 44.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Seperti yang dijelaskan oleh Sayling Wen, sekarang ini yang terpenting dan paling luas adalah internet, yang menghubungkan komputer-komputer pribadi yang paling sederhana hingga komputer-komputer super yang paling canggih inilah struktur jaringan komputer yang saling berhubungan. Layanan yang diberikan oleh internet mencangkup e-mail, Netnews, Telnet, File Transfer Protocol (FTP) dan *word wide web* (www), di mana yang paling banyak digunakan adalah e-mail serta www. Bagi pengguna teratur, www telah hampir menjadi sama dengan internet. Para pengguna dapat memasuki situs yang diinginkannya dan memilih hubungan dengan suatu topik yang spesifik sehingga dapat mengakses muatanya seketika. Kalau kita memiliki akses terhadap situs Seednet di *http://www.seed.net.tw,* kita akan melihat berbagai teks dan grafik. Ketika kita pindahkan kursornya ke *"audio and video center" hyperlink* dan mengkliknya, kita akan dihubungkan dengan situs lainnya di mana ada pusat film, menara CD jaringan, MTV, dan masih banyak lagi. Lewat hubungan-hubungan seperti itu, kita dapat dihubungkan dengan tempat mana pun di dunia internet. Perkembangan lain dari internet adalah mesin pencari dan lacak, seperti *browsers* dan *search angines*.[44]

Internet merupakan contoh jaringan terbesar yang menghubungkan jutaan computer yang tersebar di seluruh penjuru dunia dan tak terikat pada satu organisasipun. Siapa saja yang bergabung pada internet. Dengan menggunakan jaringan ini, sebuah organisasi dapat melakukan

---

[44] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi,*.....hlm, 134-136.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pertukaran informasi secara internal ataupun melakukan pertukaran informasi secara eksternal dengan organisasi-organisasi yang lain. Dalam hal ini, jaringan tersusun atas berbagai jenis computer dan system operasi.

Pada awalnya internet dibangun oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat dalam rangka untuk melakukan hubungan dengan para ilmuwan dan professor universitas di seluruh dunia. Kini, internet dapat digunakan oleh siapa saja untuk melakukan akses informasi apa saja dan bahkan untuk melakukan transaksi bisnis.[45]

Internet terus mengalami pertumbuhan yang sangat pesat baik dalam hal jumlah pemakai, jumlah komputer, maupun jumlah jaringan yang tersambung. Pertumbuhannya tiga tahun terakhir ini maupun meningkatnya komersialisasi telah menciptakan perubahan ekstern di internet.

Tergantung pada data siapa yang anda gunakan dan bagaimana anda mengintepretasikannya, terdapat 30 sampai 60 juta pemakai di seluruh dunia yang terkoneksi ke internet. Berikut trend menarik dan statistiknya:

a. Pertumbuhan jumlah pemakai internet di perkirakan lebih dari 10% per bulan.
b. Pertumbuhan sector komersial telah meningkatkan lebih dari 60% per kuartal.

---

[45] Abdul Kadir, *Pengenalan Sistem Informasi*,.....hlm, 370.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. *Word Wide Web*, bagian dari multimedia, tumbuh lebih cepat daripada bagian lain di internet.

Pertumbuhan internet sangat dramatis tiga tahun terakhir dan sangat fenomental setahum terakhir ini.[46]

3. Pengertian Bisnis Online

Definisi Bisnis online seringkali diasumsikan oleh internet marketer bahwa semua bisnis yang dilakukan secara online dengan menggunakan media internet sebagai media pemasaran produk dan jasa adalah mencakup bagian-bagian dari bisnis online. Jadi dalam hal ini internet hanyalah media karena internet sendiri yang terdiri dari ribuan-ribuan halaman bahkan jutaan halaman WEB mampu menyediakan informasi bagi pengguna internet. Makanya tidak heran jika banyak pelaku bisnis maupun personal menggunakan internet sebagai media yang ampuh untuk mengkomersilkan dan promosi atas produk mereka dengan harapan bahwa pengguna internet dapat melihat dan mengenal hingga akhirnya tertarik menggunakan produknya.[47]

Dengan komersialisme di internet, banyak orang berpendapat dan percaya bahwa seseorang mendapatkan rupiah maupun dollar dengan mudah. Pendapat saya suatu saat banyak orang dengan mudah menemukan ribuan bahkan jutaan rupiah atau dollar internet dengan tidak melakukan banyak aktivitas. Tapi saya tidak percaya, untuk

---

[46] Riyeke Ustadiyanto Dkk, Strategi Serangan Internet Marketing, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007) hlm, 4-5.

[47] Community Metris, *Definisi Bisnis Online*, dalam http://www.metris-community.com/drfinisi-bisnis-online/, 2008.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mendapatkan satu sen pun kita harus bangkit dan memulai aktivitas bisnis di internet.[48]

Pada awalnya mereka yang terjun di bisnis internet ini melakukan dengan semangat yang tinggi, mulai dari menyiapkan konten situs, mendesain situs, menyewa webhosting, melakukan pendaftaran di search engine, membuat banner iklan, melakukan pemasaran di portal iklan baris dan sebagainya. Syarat untuk memulai bisnis internet:

a. Komputer. Sebaiknya anda harus memiliki komputer sendiri sebelum mulai terjun di bisnis internet. Hal ini memang tidak mutlak. Sebagai langkah awal anda bisa menyewa computer di warung-warung internet dengan biaya sekitar Rp. 5.000 – 8.000 rupiah sejam. Untuk jangka panjang lebih baik bila anda memiliki komputer sendiri. Saat ini komputer dapat anda peroleh dengan harga cukup murah, berkisar antara Rp. 2-3 juta untuk komputer baru (rakitan) dengan spesifikasi yang lebih dari cukup untuk memulai bisnis internet.
b. Pengetahuan dasar internet. Bila anda ingin melakukan bisnis di internet maka tentu saja anda harus mengenal terlebih dahulu seluk-beluk internet. Tidak perlu sampai mendalam sekali, tetapi paling tidak anda harus memahami bagaimana menggunakan email, melakukan koneksi internet, mencari informasi yang dibutuhkan di internet lewat Google, Yahoo, dan lain-lain.

---

[48] Riyeke Ustadiyanto, *Strategi Serangan Internet Marketing,* ……..hlm, 16.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Nama domain dan tempat parkir web (webhosting). Layaknya bisnis lain di mana ada alamat dan ruang kantor, bisnis internet juga demikian. Alamat kantor di internet sama dengan nama domain sedangkan ruang kantor sama dengan webhosting. Untuk nama domain dan webhosting, anda dapat memeperolehnya dengan harga mulai dari Rp. 50.000 per bulan. Yang perlu ditekankan di sini, semakin murah suatu layanan maka semakin terbatas fasilitasnya.

d. Buku-buku teknis. Jika anda berniat mendesain sendiri tampilan situs anda, anda harus memiliki pengetahuan HTML, Java Script, PHP, CGI, XML, bagaimana menggunakan software-software seperti Microsoft Front Page, Macromedia, Mambo, dan lainnya. Namun bila tidak mau pusing, anda dapat memesan desain web ke ahlinya. Besarnya biaya bervariasi, mulai dari Rp. 100.000 hingga jutaan rupiah. Untuk mendapatkan layanan terbaik dengan harga terbaik, anda bisa mencarinya di internet.

e. Bahasa Inggris. Ini jamannya internet. Sedangkan besar informasi di internet menggunakan bahasa Inggris. Jadi anda perlu menguasai bahasa Inggris agar bisa mendapatkan informasi yang *up to date*. Memang tidak harus sampai canggih sekali, tetapi paling tidak anda harus bisa memahami informasi yang anda ambil dari internet.[49]

---

[49] W. imanto, *Rahasia Sukses Bisnis di Internet,*.....hlm, 5-12.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Kajian Teori

1. Teori Media Baru

Sebelum memahami apa itu teori digital, sebaiknya kita tahu apa arti digital dalam artian yang sebenarnya. Digital berasal dari bahasa yunani yaitu, kata digitus yang berarti jari jemari. Jumlah jari-jemari kita adalah 10, dan angka 10 terdiri dari angka 1 dan 0, oleh karena itu Digital merupakan penggambaran dari suatu keadaan bilangan yang terdiri dari angka 0 dan 1 atau off dan on (bilangan biner). Semua sistem komputer menggunakan sistem digital sebagai basis datanya. Dapat disebut juga dengan istilah Bit (Binary Digit).

Teori Digital (New Media) adalah sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai Teknologi dan Sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang complex dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Teori Digital selalu berhubungan dengan Media, karena Media adalah sesuatu yang terus berkembang. Mungkin banyak diantara kita masih belum faham yang namanya New Media (Media baru). New media (media baru) adalah media yang terbentuk dari interaksi manusia dengan teknologi.

a. Perbedaan Media Modern Dan Media Lama

Media Modern (New Media) adalah media yang sedang berkembang saat ini dalam konteks teknologi, informasi maupun komunikasi. Media Modern menjadi Payung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kehidupan yang menghubungkan Manusia dengan Manusia, dan Manusia dengan Teknologi pada abad ini.

Contoh Media Modern (New Media) :

1) Internet
2) Mobile Phone
3) Social Network
4) Web

Sedangkan dengan Media Lama adalah Media yang Lama yang berkembang pada beberapa dekade lalu. Old media adalah pelopor yang pertama kali dapat menghubungkan manusia dan memberikan informasi.

Contoh old media :

1) Koran
2) Radio
3) Televisi

Televisi yang termasuk ke dalam Old Media masih tetap mampu bersaing dengan New media seperti Internet. Apapun teori mengenai sudut pandang dari berbagai orang mengenai New Media, tetap saja sulit memperdebatkan bahwa media itu sendiri tidak mudah untuk berkembang walaupun bertahun-tahun lamanya, apapun efeknya yang positif ataupun negatif,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kita harus tetap memberikan apresiasi kepada semua yang telah membuat media terus berkembang dan datangnya Era Digital.[50]

Gagasan tentang era media kedua yang sebenarnya telah dikembangkan sejak tahun 1980-an hingga saat ini menandai perubahan yang penting dalam teori media. Bagi seseorang, hal ini melonggarkan konsep "media" dari komunikasi "massa" hingga berbagai media yang berkisar dari jangkauan yang sangat luas hingga yang sangat pribadi. Kedua, konsep tersebut menarik perhatian kita pada bentuk-bentuk penggunaan media yang baru yang dapat berkisar dari informasi individu dan kepemilikan pengetahuan hingga interaksi. Ketiga, tesis tentang era media kedua membawa teori media dari kesamaran yang relatif pada tahun 1990-an dan seterusnya. Era media yang pertama digambarkan oleh:

1) Sentralisasi produksi (satu menjadi banyak)
2) Komunikasi satu arah
3) Kendali situasi, untuk sebagian besar
4) Reproduksi stratifikasi social dan perbedaan melalui media
5) Audiens massa yang terpecah
6) Pembentukan kesadaran sosial.

Era media kedua, sebaliknya, dapat digambarkan sebagai:

1) Desentralisasi
2) Dua arah
3) Di luar kendali situasi

---

[50] Blogspot, *Teori Media Baru*, dalam http://mowmowpunyablog.blogspot.com/2011/01/digital-theory-teori-media-baru-glen.html. 2011.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Demokratisasi

5) Mengangkatkan kesadaran individu

6) Orientasi individu.

Mungkin ada dua pandangan yang domain tentang perbedaan antara era media pertama, dengan penekanannya pada penyiaran, dan era media yang kedua, dengan penekanannya pada jaringan. Kedua pandangan tersebut adalah pendekatan interaksi sosial (*social interaction*) dan pendekatan integrasi sosial (*social integration*).

Pendekatan interaksi sosial membedakan media menurut seberapa dekat media dengan model interaksi tatap muka. Bentuk media penyiaran yang lebih lama dikatakan lebih menekankan pada penyebaran informasi yang mengurangi peluang adanya interaksi. Media tersebut dianggap sebagai media informasional dan karenanya menjadi mediasi realitas bagi konsumen. Sebaliknya, media baru lebih interaktif dan menciptakan sebuah pemahaman baru tentang komunikasi pribadi.

Mungkin pendukung pandangan ini yang paling terkemuka adalah Piere Levy yang menulis buku terkenal berjudul *Cyberculture*. Levy memandang *Word Wide Web* sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat. Dunia maya memberikan tempat pertemuan semu yang memperluas dunia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sosial, menciptakan peluang pengetahuan baru, dan menyediakan tempat untuk berbagi pandangan secara luas.

Tentu saja, media baru tidak seperti interaksi tatap muka, tetapi memberikan bentuk interaksi baru yang membawa kita kembali pada hubungan pribadi dalam cara yang tidak bisa dilakukan oleh media sebelumnya.

Cara kedua yang membedakan media adalah *integrasi sosial.* Pendekatan ini menggambarkan media bukan dalam bentuk nformasi, interaksi, dan penyebaranya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrument informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.[51]

b. Media elektronik baru

Media telematik (telematic media) banyak di gembar-gemborkan orang sebagai produk terbaru dari peradaban teknologi yang kelak akan menggeser televisi sebagaimana kita kenal dewasa ini. Perangkat telematik mencakup beberapa unit. Pada bagian tengahnya terdapat unit layar gambar (layar televisi) yang dihubungkan dengan jaringan komputer.

Perangkat media elektronik media baru ini mencakup beberapa system teknologi: system transmisi (melalui kabel atau satelit); system miniaturisasi; sistem penyimpanan dan

[51] Sthepen W. Littlejohn Dkk, *Teori Komunikasi,*.....hlm, 413-414.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pencarian informasi; sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur); dan sistem pengendalian (oleh komputer).

Media telematik baru diperkenalkan kepada masyarakat dalam dua bentuk: teleteks (teletext) dan videoteks (videotex). Yang pertama memberi kemungkinan diperolehnya banyak informasi tekstual tambahan melalui siaran udara, yang dipakai untuk melengkapi program televisi biasa dengan cara menyetel pesawat penerima. Lagi pula, informasi tersebut dapat diperoleh setiap saat menurut keinginan penonton. Melalui kabel, bentuk kedua mengantarkan informasi yang disimpan dengan sistem komputer dalam jumlah yang lebih banyak dan lebih bervariasi, serta dapat dikonsultasi atau ditanyai oleh para pemakai yang dilengkapi oleh sebuah terminal dan layar televisi. Videoteks juga memberikan pelayanan timbal-balik (interaktif) yang jangkauannya amat luas, termasuk bentuk komunikasi visual antara pusat dengan sekitarnya atau pada prinsipnya antara semua pemakai yang dihubungkan oleh jaringan yang sama (biasanya oleh telepon). Videoteks juga dapat digunakan pemakai yang menggunakan alat penerima yang cocok untuk memperoleh informasi tercetak yang disediakan.

Secara umum, media baru tidak saja telah menjembatani perbedaan antara batasan kegiatan komunikasi pribadi dengan batasan kegiatan komunikasi publik. Bahan dan kegunaan media

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

semacam itu dapat dipakai secara bergantian untuk kepentingan pribadi dan publik. Di masa mendatang kenyataan tersebut memberikan pengaruh bukan saja terhadap media yang berbeda, tetapi juga batas peran institusi media.[52]

c. Definisi dan citra media baru

Teknologi baru dalam bidang distribusi dan perekaman mengubah dengan cepat banyak unsur definisi yang berlaku. Teknologi baru tersebut terutama mempengaruhi: kemungkinan kontrol yang dilakukan oleh badan pusat; kemungkinan baru untuk memperoleh kebebasan lebih besar dan kemudian mendapatkan fasilitas; kebebasan bagi penerima dalam memilih dan menggunakan media menurut waktu dan tempat yang sesuai dengan keinginannya; kesempatan interaksi antara pengirim dan penerima; definisi terdahulu dan perbedaan antara definisi yang ada; lokalisasi dan pengurungan media sekarang dalam batas-batas wilayah politik dan geogarfis.

Pengaruh teknologi baru tersebut memang benar-benar terasa. Meskipun demikian, kita masih mengalami kesulitan dalam menentukan apakah "media baru" benar-benar sudah memiliki definisi dan citra tersendiri. Hal tersebut sebagian disebabkan oleh kenyataan bahwa media baru memiliki bentuk

[52] Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa,* (Jakarta: Erlangga, 1996) hlm, 16-18.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang beraneka ragam, dan sebagian lagi karena kemunculannya seringkali lambat, serta penyebarannya pun terbatas.[53]

d. Tantangan media baru

Media baru (telematik), memlikin beberapa kekhususan yang dipekirakan oleh sebagian orang akan menimbulkan perubahan hebat dalam dunia media elektronik, sebagaimana hebatnya perubahan yang pernah terjadi dengan ditemukan percetakan. Kekhususan tersebut meliputi: banyaknya penawaran informasi dan budaya yang tersedia dengan harga murah; lebih banyak pilihan nyata; kontrol terhadap penerima/pemakai lebih sempurna; desentralisasi; kegiatan timbal-balik (interaktivitas), bukannya komunikasi satu arah. Media baru tampaknya menawarkan kemungkinan terjadinya pergeseran keseimbangan kekuasaan dari pengirim ke penerima, sehingga para pemakai dan pemilih dapat memperoleh beraneka ragam pilihan isi, tanpa harus tergantung pada sistem mediasi dan pengendalian komunikasi massa.[54]

2. Media Internet Dalam Kajian Media Baru

Dari serangkaian teknologi baru yang memusingkan, Internet muncul di pertengahan 1990-an sebagai medium massa baru yang amat kuat. Apakah Internet itu? ia adalah jaringan kabel dan telepon satelit yang menghubungkan komputer. Hampir semua orang di planet ini yang memiliki komputer bisa masuk ke jaringan. Dengan beberapa kali

---

[53] Ibid; hlm, 26.
[54] Ibid; hlm, 41.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengklik tombol mouse kita akan masuk ke lautan informasi dan hiburan yang ada di seluruh dunia.

Kendati dalam beberapa hal internet mirip dengan medium massa tradisional yang mengirim pesan dari titik transmisi sentral, tetapi Internet lebih dari itu. Penerima pesan bisa mengklik hampir seketika dari satu sumber ke sumber lain dari L. L Bean ke film Disney ke US Today. Perbedaan signifikan lain dari media massa adalah Internet bersifat interaktif. Internet punya kapasitas untuk memampukan orang berkomunikasi, bukan sekedar menerima pesan belaka, dan mereka bisa melakukannya secara real time.

a. Cakupan Internet

Setiap perusahaan media massa besar menempatkan produknya di Internet. Ribuan perusahaan baru membangun jaringan di Internet. Teknologi ini sangat langsung dan aksesnya murah sehingga jutaan individu bisa membuat situs milik sendiri.

Seberapa signifikankah Internet sebagai medium massa? Perkiraan jumlah pengguna (user) di AS melebihi 200 juta-75 persen dari populasi. Dalam beberapa tahun saja Internet sudah menjadi medium utama untuk iklan. Pada 2005 pengiklan mengeluarkan $12,9 miliar untuk membeli space di web site Internet, naik 34 persen dari tahun sebelumnya dan seperlima dari yang dikeluarkan untuk televisi. Studi tahun 2004

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menemukan bahwa lebih dari setengah pembeli mobil baru mendasarkan pilihannya dari informasi melalui Internet.

Signifikan Internet dapat diukur dengan cara lain. Ada orang-orang yang tidak lagi membaca Koran edisi cetak dan lebih memilih membaca melalui edisi Internet. Beberapa situs berita diperbarui secara terus-menerus. Hampir semua majalah dan koran AS punya situs Internet, dari New York Times yang besar dan canggih sampai koran local di daerah pelosok.

b. Terminologi Baru

Istilah Internet dan web sering dipakai bergantian untuk menyebut hal yang sama, dan menyebabkan banyak kebingungan. Jaringan dasar yang membawa pesan adalah Internet. Ia berasal dari sistem komunikasi mliter yang dibuat pada 1969. Internet generasi awal hanya membuat teks.

Web adalah struktur kode-kode yang mengizinkan pertukaran bukan antarteks, tetapi juga grafis, video, dan audio. Kode-kode web mudah dipahami orang awam, yang bahkan tidak perlu tahu kode itu untuk masuk ke isi web. Dasar-dasar kode web diterima secara universal, yang memungkinkan semua orang yang memiliki komputer, modem, dan koneksi Internet untuk masuk ke dalam web global tak peduli dia berada di mana. Istilah web berasal dari sistem hubungan jaringan jutaan komputer yang menyerupai jejaring laba-laba jaringan yang selalu berubah yang bahkan seekor laba-laba tidak bisa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membayangkan keruwetannya. Dan, setiap hari jaringan ini semakin kompleks.[55]

[55] John Vivian, *Teori Komunikasi Massa,* (Jakarta: Prenada Media Group, 2008) hlm, 262-263.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian

1. Subyek Penelitian

Subjek penelitian merupakan bagian yang penting dalam sebuah penelitian. Subyek atau informan ialah seorang yang benar-benar mengetahui serta terlibat dalam subyek penelitian, peneliti memastikan dan memutuskan seorang yang memberikan informasi yang berhubungan dengan penelitian ini serta dapat membantu menjawab pertanyaan penelitian ini.

Pada tahun 2003 pemilik Possibleshop penjualannya dimulai dari perkuliahan karena pemilik Possibleshop hobi sepatu, dari hobi pemilik Possibleshop berinisiatif berjualan di kampus. Pemilik Possibleshop memberi nama Possibleshop sebab produk yang dijual termasuk harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga yang dipasaran, dan kualitasnya pun tidak jauh berbeda.

Tahun 2004 akhir toko online Possibleshop berdiri masih belum mempunyai website. Promosinya melalui forum-forum, terutama forum Kaskus (forum terbesar di Indonesia), dengan memakai ID Kaskus temannya. Pemilik possibleshop mempunyai inisiatif untuk membuat website sendiri dengan ID 50704 dan ini juga tanggal lahirnya toko online Possibleshop tanggal 5 Juli 2004.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Toko online Possibleshop pernah mempunyai dua kali website, pada tahun 2008 nama website toko online Possibleshop www.possible-shop.com, pada tahun 2009 akhir www.possible-shop.com ditutup tanpa sepengetahuan pemilik toko online Possibleshop. Antara rentan waktu 2010 akhir toko online possibleshop mempunyai nama website baru www.possibleshop.info.

Pemilik toko online Possibleshop memilih bisnis melalui internet atau bisnis online, karena menginginkan kebebasan, lebih mudah, tidak membuang banyak waktu, serta menjangkau customer seluruh Indonesia. Toko online Possibleshop memasarkan melalui internet (online) dan secara offline, serta toko online Possibleshop paling utama melayani melalui internet dan melayani offline.

Toko online Possibleshop mengembangkan bisnis onlinenya agar lebih dikenal oleh masyarakat, caranya pemilik toko online Possibleshop aktif di forum-forum, tidak hanya forum online (forum via internet), melainkan forum-forum offline. Pada tahun 2006-2008 pemilik toko online Possibleshop aktif di SAPMA (Satuan Pemuda Mahasiswa), organisasi SAPMA ini dibawah organisasi Pemuda Pancasila, dan ini juga menjadi promosi bisnisnya di internet.

Promosi toko online Possibleshop melalui offline adalah:

a. Himpunan Mahasiswa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Bem

c. SAPMA

d. Forum Billyard se- Indonesia

e. Kumpul-kumpul dengan teman-teman

Promosi Possibleshop melalui teman-teman ke Negara, antara lain:

a. Australia

b. Korea

c. Amerika

d. Mesir

e. Perancis

f. Malaysia

g. Singapore

Untuk memuaskan customer toko online Possibleshop, yaitu:

a. Memenuhi keinginan customer. Misalnya customer menginginkan produk yang tidak dijual oleh toko online Possibleshop, pemilik toko online Possibleshop akan mengusahakan ada untuk customer tersebut. Jadi sebisa mungkin toko online Possibleshop mengusahakan keinginan customer.

b. Ada feedback dalam pembelian di toko online Possibleshop, jika pembeliannya melalui Kaskus.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Customer akan mendapatkan cendol via internet (kredibilitas di Kaskus) dari toko online Poossibleshop.

Cara toko online Possibleshop agar customer tidak berpaling di toko online lainnya, yaitu sebagai berikut:

a. Harus memuaskan customer
b. Dari harga dan pelayanan harus cepat
c. Produk yang dijual memuaskan dan tidak mengecewakan customer
d. Memenuhi keinginan customer agar customer tidak lari

Dalam prospek dunia bisnis, bisnis online untuk masa mendatang sangat bagus, karenanya pengguna internet didunia khususnya di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya. Saat ini sudah mencapai sekitar 30% pengguna internet.[56]

Nama pemilik (PossibleShop)	: MUHAMMAD IKHWAN RUSLI
Nama panggilan	: RUSLI
Tempat, Tanggal lahir	: Jakarta, 17 Januari 1984
Alamat	: Jl. Alur Laut No. 03 10/04 Rawa Badak Selatan Koja Jakarta Utara 14230
Usia	: 27 Tahun
Jenis Kelamin	: Laki-laki

[56] Hasil wawancara pada tanggal 13 Juni 2011 pukul 18.20

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Status	: Belum Kawin
Pekerjaan	: Wiraswasta
Agama	: Islam
Kewarganegaraan	: WNI
Pendidikan	: - SDN 05 Rawa Badak Jakarta Tahun 1991-1997 - SLTPN 151 Jakarta 1997-2000 - Madrasah Aliyah Salafiyah Syafi'iyah Tebuireng 2000-2003 - Universitas Trisakti 2003-2008 (Sarjana Ekonomi- Konsentrasi Manajemen Operasional)
Tlp/Hp	: 081 59 59 59 58 – 08789 1000 100

Informan yang kedua adalah customer atau konsumen yang memakai bisnis online di PossibleShop, antara lain sebagai berikut:

Nama	: M. Ali Mustajib
Usia	: Jln. Tepungrejo Gang 9 No. 5 Surabaya
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Berpelanggan Tahun	: Sejak bulan April 2010
Pekerjaan	: Mahasiswa
Alasan	: Karena transaksinya mudah, bahan, dan kualitasnya terjamin
Facebook	: Ajieb69@yahoo.com

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Twitter	: @Ajieb.Ajieb
E-mail	: Ajieb.Ajieb@yahoo.com
Yahoo Messanger	: Ajieb.Ajieb@yahoo.com

Nama	: Hamdan
Usia	: 23 tahun
Jenis Kelamin	: laki-laki
Berpelanggan Tahun	: 2010
Pekerjaan	: Swasta
Alasan	: Lebih instans gak repot
Facebook	: om_dem@yahoo.com
Twitter	: @Zilan Dan
E-mail	: demtbi@yahoo.co.id
Yahoo Messanger	: demtbi@yahoo.co.id

Nama	: Tri Ahmed
Usia	: 20 tahun
Jenis Kelamin	: Perempuan
Berpelanggan Tahun	: 2010
Pekerjaan	: Midwifery
Alasan	: -
Facebook	: -
Twitter	: -
E-mail	: trisari_1991@yahoo.com

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Yahoo Messanger	: -

Nama	: Rifa'i
Usia	: 22 tahun
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Berpelanggan Tahun	: 2010
Pekerjaan	: Dagang
Alasan	: Nyaman, quickrespond
Facebook	: faysinatra
Twitter	: -
E-mail	: paybarker@gmail.com
Yahoo Messanger	: paybarker@gmail.com

2. Obyek Penelitian

Sedangkan dalam penelitian ini, obyek penelitiannya ialah teknologi media yang di dalamnya terdapat internet dan komunikasi bisnis yang terjadi dalam bisnis internet atau bisnis online PossibleShop.

3. Lokasi penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

www.possibleshop.Info (Gambar 3.1) dan facebook Possibleshop Possibe shop serta ID (Identitas) Kaskus possibleshop 50704, toko online Possibleshop melayani pembelian grosir (partai) di Indonetwork dengan alamat Qorilanbi.indonetwork.co.id. Dapat menghubungi owner (pemilik) toko online possibleshop via:

E-mail	: rusly_vale@yahoo.com
Yahoo Massanger	: rusly_vale
Facebook	: facebook.com/ikhwanrusly
Twitter	: @Rusly_vale
Pin BB	: 209687FA
BBM	: Rusly_Vale

Merupakan toko online yang menjual berbagai kebutuhan untuk membuat penampilan lebih sporty dan fashionable, seperti: sepatu, sandal, celana, kaos, dan lain sebagainya. Dengan produk yang berkualitas dan harga yang kompetitif, PossibleShop berharap memberikan kepuasan dalam berbelanja di PossibleShop (Gambar 3.2).[57] Omsetnya perbulan di toko online Possibleshop rata-rata sekitar Rp. 30.000.000- Rp. 40.000.000 perbulan karena namanya usaha penghasilannya tidak tentu, serta pada produk yang keluar rata-rata perbulan sekitar 300 pasang sepatu atau sandal.[58]

Dengan cara belanja (Gambar 3.3) di bisnis online Possibleshop antara lain sebagai berikut:

---

[57] Possibleshop, "Tentang Kami" dalam *http://possibleshop.info/?Tentang_Kami*
[58] Hasil wawancara pada tanggal 22 Juni 2011 pukul 11.09

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Pilih produk yang dipesan
2. Sms ke 087 89 1000 100
   a. Nama :
   b. Alamat :
   c. No. Hp :
   d. Produk yang dipesan :
3. Kami (possibleshop) akan secepat mungkin membalas sms anda (customer) dan setelah mendapat konfirmasi dari kami (possibleshop) silahkan melakukan pembayaran
4. Pembayaran via transfer Bank BCA, MANDIRI, dan BNI (nomor rekening via sms) dan konfirmasikan via sms bila anda (customer) melakukan pembayaran
5. Kami (possibleshop) akan melakukan kebenaran jumlah pembayaran anda (customer) dan setelah itu kami (possibleshop) akan melakukan pengiriman (pengiriman melalui via JNE)
6. Pengiriman akan kami (possibleshop) lakukan pada hari yang sama (pengiriman setiap senin-jum'at jam 19.00 WIB dan sabtu-minggu jam 13.00). Kami (possibleshop) akan konfirmasi via sms bila pesanan telah dikirim.[59]

[59] Possibleshop, *Cara Belanja* dalam possibleshop.info/?Cara_Belanja.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Daftar harga jasa pengriman JNE (Gambar 3.4)[60] adalah sebagai berikut:

Tujuan	Harga (Rp)
Jakarta	5.000
Surabaya	13.000
Semarang	12.000
Yogyakarta	12.000
Bandung	8.000
Bekasi	6.000
Bogor	6.000
Depok	6.000
Aceh	25.500
Medan	21.000
Batam	18.500
Padang	18.000
Pekan Baru	19.000
Jambi	15.000
Palembang	16.000
Lampung	13.000
Denpasar	15.000
Pontianak	20.000
Banjarmasin	23.000
Palangkaraya	23.000

[60] Possibleshop, *Ongkos Kirim* dalam http://www.possibleshop.info/?Ongkos_Kirim.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Balikpapan	28.000
Samarinda	31.500
Makassar	25.000

B. Deskripsi Data Penelitian

Bagian ini menjelaskan data penelitian yaitu dari proses pengumpulan data di lapangan yang kemudian disajikan dalam bentuk tulisan deskripsi atau pemaparan secara detail dan mendalam.

Dalam deskripsi data, peneliti menjelaskan data diantaranya, hasil wawancara dengan informan yaitu owner (pemilik) possibleshop dan dengan sejumlah customer (konsumen) yang berpelangganan di possibleshop. Hal ini yang telah ditetapkan sebelumnya untuk mengetahui tentang bisnis internet atau bisnis online di possibleshop secara deskripsi maupun memaparkan secara detail dan mandalam. Dari situlah nantinya akan terjawab dari penelitian yang dicari peneliti dalam penelitian ini.

Media baru yang menjelaskan tentang internet ini, dalam bisnis online atau bisnis internet ini baru dapat diketahui jika barawal dari peran teknologi media internet bagi pelaku bisnis online (bisnis internet) dan strategi yang digunakan bagi pelaku bisnis online.

Dari hasil pengamatan peneliti bahwasanya bisnis online saat ini merupakan lahan bisnis yang tidak terbatas. Praktis setiap pengguna atau pelaku bisnis menggunakan media internet, karena setiap hal yang mereka

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lakukan tidak memerlukan usaha yang memeras tenaga dan waktu. Bisnis online dapat dilakukan di mana pun dan kapan pun, tidak terikat oleh waktu dan tanpa batas wilayah. Cakupan wilayah pada media internet dengan melakukan bisnis online tidak hanya cakupan lokal kota atau daerah yang di tempati usaha saja. Bahkan dapat melewati benua, samudra, serta seluruh negara di pelosok dunia yang menggunakan teknologi media internet.

Namun tidak hanya menyimpulkan saja dan membuat keputusan sendiri bahwa fenomena yang di angkat dalam penelitian ini memang benar adanya. Oleh karena itu, peneliti mengadakan wawancara dengan informan yang sudah ditentukan oleh peneliti yakni pemilik bisnis online possibleshop dan cutomer possibleshop. Dari hasil wawancara dengan informan maka didapatkan data-data, antara lain sebagai berikut:

Dalam proses komunikasi yang terjadi dalam pemilik bisnis online possibleshop serta dengan customer possibleshop lancar dan tidak adanya gangguan. Proses bisnis online atau bisnis internet ini menghasilkan yang sesuai dengan peneliti kaji dalam penelitian ini. Untuk mengetahui peran teknologi media internet yang sesuai dengan hasil temuan di lapangan, maka peneliti melakukan wawancara kepada pemilik possibleshop dan beberapa konsumen yang berlanganan di bisnis online possibleshop.

1. **Sejarah perkembangan toko online Possibleshop.info**

   Hasil wawancara dengan informan owner (pemilik) toko online possibleshop, M. Ikhwan Rusli 27 tahun, dengan panggilan akrab

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peneliti dengan pemilik possibleshop yaitu kak Rus, seorang wiraswasta. Dalam wawancara tidak melalui email melainkan peneliti langsung bertemu dengan pemilik possibleshop, dengan pertanyaan pertama, sejak kapan bisnis fashion online PossibleShop.Info didirikan. Peneliti mempertimbangkan narasumber atau informan yang dipilih sebagai berikut:[61]

> "Secara onlinenya 2004 akhir sebenarnya, berdiri nama possibleshop adalah berasal dari 50704 (5 juli 2004) ini tanggal lahirnya Possibleshop, tapi dulu di Kaskus gak memakai ID 50704, awalnya numpang ID teman, akhirnya possibleshop membuat sendiri, tahun 2003 dimulai dari perkuliahan karena gua hobi sepatu, setiap hari bawa dagangan sepatu ke kampus, sampe' di ejek-ejek sama temen-teman kampus. Tahun 2008 Possibleshop punya website www.possible-shop.com, tahun 2009 akhir www.possible-shop.com ditutup tanpa sepengetahuan pemilik Possibleshop, antara rentan waktu tahun 2009 akhir sampe' dengan 2010 akhir punya nama website baru www.possibleshop.info, Possibleshop melayani penjualan partai di Indonetwork alamatnya www.Qorilanbi.indonetwork.co.id".

Dari hasil wawancara dengan Rusli (pemilik toko online Possiblesho), bahwa Tahun 2004 akhir toko online Possibleshop berdiri masih belum mempunyai website. Promosinya melalui forum-forum, terutama forum Kaskus (forum terbesar di Indonesia), dengan memakai ID Kaskus temannya. Pemelik possibleshop mempunyai inisiatif untuk membuat website sendiri dengan ID 50704 dan ini juga tanggal lahirnya toko online Possibleshop tanggal 5 Juli 2004. Toko online Possibleshop pernah mempunyai dua kali website, pada tahun 2008 nama website toko onlinr Possibleshop www.possible-shop.com, pada tahun 2009 akhir www.possible-shop.com ditutup tanpa sepengetahuan pemilik

[61] Hasil wawancara pada tanggal 13 Juni 2011 pukul 18.20

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

toko online Possibleshop. Antara rentan waktu 2010 akhir toko online possibleshop mempunyai nama website baru www.possibleshop.info. Peneliti melanjutkan pertanyaan, Kenapa memilih bisnis melalui internet atau bisnis online.

> "Ingin kebebasan, ingin mengjangkau customer untuk lebih mudah, menjangkau customernya seluruh Indonesia, tidak membuang banyak waktu".

Dari hasil wawancara dengan informan Rusli, bahwa pemilik toko online Possibleshop memilih bisnis melalui internet atau bisnis online, karena menginginkan kebebasan, lebih mudah, tidak membuang banyak waktu, serta menjangkau customer seluruh Indonesia. Pertanyaan selanjutnya, apakah PossibleShop.Info hanya memasarkan dan melayani melalui internet saja.

> "Tidak juga, cuman yang paling utama via internet dan yang kedua via offline dan melayani via online maupun via offline".

Dari hasi wawancara dengan Rusli (owner toko online Possibleshop), bahwa toko online Possibleshop memasarkan melalui internet (online) dan secara offline, serta toko online Possibleshop paling utama melayani melalui internet dan melayani offline. Pertanyaan berikutnya, bagaimana cara mengembangkan bisnis online PossibleShop.info agar lebih di kenal oleh masyarakat.

> "yaitu aktif di forum-forum, gak hanya forum online (forum via internet) tapi juga forum-forum offline seperti halnya nongkrong, kegiatan offline lah, ke kawan-kawan kampus dan tongkrongan disini. Tahun 2006-2008 gua pemilik possibleshop

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> aktif di SAPMA (Satuan Pemuda Mahasiswa), itu organisasi mahasiswa dibawah organisasi Pemuda Pancasila, itu juga jadi bahan promosi dagangan di internet, yang via offline promosinya di kampus: Himpunan Mahasiswa, BEM, SAPMA, nongkrong-nongkrong sana sini, dan forum billyard se- Indonesia, dan promosi lewat teman-teman di Negara Australia, Korea, Amerika, Mesir, Prancis, Malaysia, Singapore, karena punya teman disana".

Dari hasil wawancara dengan informan Rusli, bahwa toko online Possibleshop mengembangkan bisnis onlinenya agar lebih dikenal oleh masyarakat, caranya pemilik toko online Possibleshop aktif di forum-forum, tidak hanya forum online (forum via internet), melainkan forum-forum offline. Pada tahun 2006-2008 pemilik toko online Possibleshop aktif di SAPMA (Satuan Pemuda Mahasiswa), organisasi SAPMA ini dibawah organisasi Pemuda Pancasila, dan ini juga menjadi promosi bisnisnya di internet. Promosi toko online Possibleshop melalui offline adalah: Himpunan Mahasiswa, Bem, SAPMA, Forum Billyard se-Indonesia, dan Kumpul-kumpul dengan teman-teman. Promosi Possibleshop melalui teman-teman ke Negara Australia, Korea, Amerika, Mesir, Perancis, Malaysia, dan Singapore. Pertanyaan selanjutnya, bagaimana cara untuk memuaskan konsumen.

> "Yang pertama memenuhi keinginan konsumen, setiap konsumen menginginkan prooduk apa, possibleshop selalu mengusahakan barang yang diinginkan konsumen ada, itu bakal di usahakan ada untuk konsumen itu. Seperti produk yang tidak pernah dijual di Possibleshop itu, sepatu futsal original Adinova (Adidas Adinova), itu kan tidak ada di Possibleshop, nah itu bakal diadakan untuk dia (konsumen). Jadi sebisa mungkin di penuhi keinginan konsumen, terus ada feedback (timbal baliknya) siapa yang membeli barang di Possibleshop kalau dari Kaskus nanti dikasih cendol, cendol via internet, maksudnya kredibilitas di Kaskus gitu".

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari hasil wawancara dengan Rusli, bahwa cara toko online Possibleshop agar customer tidak berpaling di toko online lainnya, yaitu harus memuaskan customer, dari harga dan pelayanan harus cepat, produk yang dijual memuaskan dan tidak mengecewakan customer, memenuhi keinginan customer agar customer tidak lari. Untuk customer yang pembeliannya melalui Kaskus dapat cendol via internet maksudnya kredibilitas di Kaskus. Pertanyaan selanjutnya, bagaimana cara agar konsumen tidak berpaling dari bisnis online PossibleShop.info.

> "Yang pertama harus memuaskan konsumen, yang kedua dari harga dan pelayanan harus cepat dan produk yang dijual itu memuaskan dan tidak mengecewakan konsumen sama sekali, terus memenuhi keinginan konsumen, jadi konsumen itu gak lari".

Dari hasil wawancara dengan Rusli, bahwa pemelik toko online Possibleshop semaksimal mungkin memenuhi atau mengusahakan yang diinginkan customer, pelayanannya cepat, dan produk yang dijual tidak membuat customer kecewa. Peneliti menanyakan pertanyaan terakhir, bagaimana prospek bisnis online untuk masa mendatang.

> "Sangat bagus, karna pengguna internet di dunia khususnya di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya, saat ini sudah mencapai 30% pengguna internet".

Dari hasil wawancara dengan Rusli, bahwa dalam prospek dunia bisnis, bisnis online untuk masa mendatang sangat bagus, karenanya pengguna internet didunia khususnya di Indonesia semakin meningkat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

setiap tahunnya. Saat ini sudah mencapai sekitar 30% pengguna internet.

2. **Peran Teknologi Media Internet Dalam Membantu Kinerja Pemilik Bisnis Online Possibleshop**

Dalam proses penggalian data (wawancara) pada pemilik toko online di possibleshop ini, peneliti menghubungi pemiliknya untuk meminta izin untuk dijadikan penelitian. Setelah pemilik possibleshop menyetujuinya peneliti meminta biodata pemilik possibleshop dengan lengkap. Pemilik possibleshop meminta agar wawancaranya via facebook di kotak masuk, peneliti mengirim semua pertanyaan wawancara yang sesuai dengan dua focus penelitian pada facebook pemilik possibleshop yang sesuai dengan penelitian ini. Karena kesibukkan pemilik possibleshop maka yang di balas tidak semua pertanyaan, namun sesempatnya pemilik possibleshop, setelah dijawab semua oleh pemilik possibleshop, dari hasil wawancara Via Facebook hasilnya belum begitu lengkap, oleh karena itu peneliti wawancara langsung kepada owner (pemilik) bisnis online possibleshop pada tanggal 13 Juni 2011.

Hasil wawancara dengan informan owner (pemilik) toko online possibleshop, M. Ikhwan Rusli 27 tahun, dengan panggilan akrab peneliti dengan pemilik possibleshop yaitu kak Rus, seorang wiraswasta. Wawancara dilakukan via facebook karena hasil penjelasan dari owner Possibleshop masih kurang maka peneliti langsung bertemu dengan owner Possibleshop di Jakarta. Untuk informan pertama dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

owner Possibleshop, sangat terbuka dan santai, sehingga peneliti merasa nyaman, kemudian peneliti memberikan pertanyaan, sejauh mana teknologi media internet menjadi media bisnis bagi possibleshop dan berikut hasil wawancara dengan owner Possibleshop: (Gambar 3.5)[62]

> "Sejauh ini media utama yang digunakan oleh possibleshop 80% melalui internet".

Dari hasil wawancara dengan owner Possibleshop, media yang utama digunakan oleh toko online Possibleshop yaitu internet. Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan kepada owner Possibleshop, apakah teknologi media internet menjadi pasar kedua bagi possibleshop.

> "Tidak, media internet merupakan pasar primer bagi possibleshop ".

Dari jawaban Rusli (owner Possibleshop), maka menarik peneliti untuk melanjutkan wawancara dengan informan, karena menurut pengakuan informan, bahwa teknologi media internet merupakan pasar utama bagi toko online Possibleshop. Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan, adakah aplikasi khusus di media internet untuk membuat bisnis online possibleshop.

> "Posibleshop menyerahkan kepada pihak penyedia jasa untuk aplikasi dan toko online, possibleshop hanya mengelolah webstore tersebut, karena semua pembuatan, pengelolaan, kecuali untuk update stock itu dari pemilik Possibleshop sendiri, dan selebihnya dari pengelolaan internet itu sendiri, dalam pembuatan bisnis online di media internet tidak ada aplikasi

[62] Hasil wawancara pada tanggal 4 juni 2011 pukul 04.04 Via Facebook

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

khusus, cara editnya sama seperti microsoft word tidak jauh beda".

Ketika peneliti mendengar jawaban dari informan, maka peneliti semakin tertarik untuk mengetahui lebih lanjut dari toko online Possiblshop. Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan, adakah ketrampilan khusus untuk mengelolah bisnis online di internet.

> "Tidak ada, karena saat ini internet merupakan suatu hal yang umum dikalangan masyarakat, khususnya kalangan menengah ke atas, pada intinya bisa internetan untuk khusunya, yang umum adalah aktif di forum-forum, karena kalau tidak aktif orang jarang yang mengenal".

Dari hasil wawancara dengan owner Possibleshop, bahwa dalam mengelolah bisnis online tidak ada ketrampilan khusus, yang utama dapat memahami internet dan yang umum aktif di forum agar toko onlinenya dikenal. Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan selanjutnya, bagaimana caranya untuk bertransaksi di toko online possibleshop.

> "Possibleshop mengutamakan order via sms, karena possibleshop merupakan usaha sekunder daripada CV. Qorilanbi Utama, caran belanjanya kan ada di Possibleshop".

Dari hasil wawancara dengan owner Possibleshop, bahwa dengan cara bertransaksi di toko online Possibleshop ada di website Possibleshop dan toko online Possibleshop mengutamakan order via SMS. Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan selanjutnya, apakah pemilik toko online possibleshop bisa mengetahui jika toko online possibleshop telah di kunjungi oleh pembeli atau konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Possibleshop bisa mengetahui hal itu melalui live traffic feed,dapat diketahui dari mana daerah dan kotanya, selain live traffic feed ada lagi yaitu counter hit, cuma yang sering di pake' live traffic feed "

Dari hasil wawancara dengan Rusli (owner Possibleshop), bahwa untuk dapat mengetahui toko onlinenya telah diikunjungi, pemilik toko online Possibleshop dapat mengetahuinya dari live traffic feed, disitu dalam terlihat daerah dan kota mana yang telah mengunjungi toko online Possibleshop. Kemudian peneliti menanyakan pertanyaan selanjutnya, apakah toko online possibleshop bisa dibuka Negara Asing.

> "Bisa, ya itu dari live traffic feed"

Dari hasil wawancara dengan informan pemilik Possibleshop, bahwa toko onlinenya dapat dibuka di negara asing, mengetahuinya melalui live traffic feed. Melanjutkan pertanyaan selanjutnya, apakah possibleshop melayani customer Negara Asing.

> "Iya, sudah dua kali Possibleshop melayani ke Negara Turki, dengan pembelian 10.000 pasang sandal *Ripcurl* melalui beacukai dengan pengurusan lewat pelabuhan, dan yang kedua di Negara Malaysia pengirman via JNE, karena untuk perongan jadi pinter-pinter pemilik agar gak kena beacukai"

Dari hasil wawancara dengan owner Possibleshop, bahwa toko online Possibleshop pernah melayani negara asing, yaitu ke Negara Turki untuk pembelian partai atau grosir maka melalui beacukai dengan pengurusan di pelabuhan dan Negara Malaysia pembeliannya untuk perongan maka tidak melalui beacukai dan pengiriman melalui jasa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

JNE. Peneliti melanjutkan pertanyaan, apakah teknologi media internet menyediakan ruang lingkup yang sederhana bagi pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis online (possibleshop).

> "Iya, ruang lingkupnya melalui target pengguna internet didunia khususnya di Indonesia, tapi yang menggunakan internet di Indonesia 80% menengah ke atas, jadi customer Possibleshop mayoritas kalangan menengah ke atas, dan customer Possibleshop mayoritas cowok 90% dan cewek 10% karena produk yang dijual di Possibleshop mayoritas produk cowok".

Dari hasil wawancara dengan pemilik Possibleshop, bahwa teknologi media internet menyediakan ruang lingkup melalui target pengguna internet, customer toko online Possibleshop mayoritas kalangan menengah ke atas, dengan banyak customer bergender laki-laki 90% dan perempuan 10%, sebab produk yang dijual toko online Possibleshop kebanyakan produk untuk laki-laki. Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan, apakah bisnis di internet itu berbayar.

> "Tidak juga, ada juga yang berbayar dengan caranya melalui jasa pembuat website ada pula yang gratis, yang gratis dengan cara membuat di www.blogspot.com, www.multiply.com, dan www.wordpress.com".

Dari hasil wawancara dengan pemilik Possibleshop, bahwa bisnis di internet ada yang gratis maupun berbayar. Peneliti melanjutkan pertanyaan, jika berbayar berapakah dana yang harus di keluarkan untuk membangun bisnis di internet.

> "Untuk pemula cukup membayar kisaran 100.000-1.000.000, untuk pembuatan website dan kelengkapannya, untuk pembayaran benwith, Possibleshop awalnya membayar Rp. 375.000 sama bayar abonemen perbulan Rp. 100.000

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> tampilannya seperti kapasitas besar kecil foto, desain seperti nama Possibleshop, tulisan dan gambar, kapasitas yang di pake' Possibleshop kisaran 300mb, Possibleshop pembuat websitenya di www.shop7373.com, kalau mau menambah provider dan untuk pembayarannya sebenarnya melalui kartu kredit dan paypal, berhubung gua kenal sama pemilik pembuat jasa website jadi bayarnya melalui transfer, jika ingin nambah provider tinggal informasi di pemilik www.shop737.com dan prosesnya cepat kok".

Dari hasil wawancara peneliti dengan owner Possibleshop (Rusli), bahwa awal mulanya toko online Possibleshop dana yang dikeluarkan oleh pemilik Possibleshop berkisar Rp. 375.000 dan abonemenya Rp. 100.000 perbulan, untuk pemula kisaran Rp. 100.000-Rp. 1.000.000, kapasitas yang dipakai toko online Possibleshop berkisar 300Mb, pembuatan website toko online Possibleshop melalui jasa www.shop737.com, toko online Possibleshop jika ingin menambah provider langsung menghubungi pemilik www.shop737.com dengan prosesnya cepat. Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan berikutnya, adakah kesulitan yang signifikan untuk membangun bisnis online (possibleshop).

> "Ada, untuk possibleshop kesulitannya adalah update stock, hal ini karena kesibukkan pengelolah sekaligus pemilik, hal tersebut kekurangan bagi Possibleshop, namun pada dasarnya tidak ada".

Dari hasil wawancara peneliti dengan informan (owner Possibleshop), maka pada dasarnya tidak ada kesulitan yang signifikan dalam membangun bisnis online, namun bagi toko online Possibleshop kesulitannya adalah update stock, hal tersebut kekurangan bagi toko

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

online Possibleshop. Peneliti melanjutkan pertanyaan selanjutnya, butuh waktu berapa lama untuk membangun bisnis online possibleshop.

"4 tahun ini untuk membangun bisnis online Possibleshop".

Dari hasil wawancara dengan owner Possibleshop (Rusli), bahwa dalam membangun bisnis online Possibleshop butuh waktu empat tahunan. Peneliti melanjutkan pertanyaan selanjutnya, dalam awal membangun bisnis online (possibleshop), adakah spesifikasi khusus untuk perangkat keras computer.

"Tidak ada, yang penting koneksi internet yang memadai, misalnya harus mempunyai modem dan harus online terus".

Dari hasil wawancara dengan owner Possibleshop (Rusli), bahwa pada awal membangun bisnis online Possibleshop tidak ada spesifikasi khusus, terutama mempunyai koneksi internet (modem) dan harus selalu online.

3. Peran Teknologi Media Internet Bagi Customer Bisnis Online Possibleshop

Dari hasil wawancara dengan customer yang telah peneliti minta dari pemilik bisnis online Possibleshop, awalnya peneliti berkenalan dan meminta alamat facebook para customer Possibleshop, kemudian peneliti menambahkan sebagai pertemanan di jejaring pertemanan facebook dan akhirnya beberapa customer Possibleshop mengkonfirm (menerima) pertemanan peneliti, sebagian dari customer Possibleshop sudah peneliti kenal. Setelah sudah terkumpul para customer

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Possibleshop peneliti mengirim pesan di kotak masuk via facebook, yakni sebagai berikut hasil dari wawancara dengan cutomer Possibleshop:

Hasil wawancara dengan M. Ali Mustajib 22 tahun, seorang mahasiswa, berpelanganan dengan bisnis online Possibleshop mulai bulan april 2010. (Gambar 3.7)[63] Dengan Hamdan 23 tahun, dengan pekerjaan swasta, berpelanggan dengan Possibleshop sejak tahun 2010. (Gambar 3.8)[64] Tri Ahmed 20 tahun, seorang mahasiswa, berpelanggan dengan toko online di possibleshop pada tahun 2010.(Gambar 3.9)[65] Dengan Rifa'I 22 tahun, dengan pekerjaan dagang, tahun 2010 berlangganan dengan toko online di possibleshop.(Gambar 3.10)[66] Untuk informan customer Possibleshop peneliti wawancara Via Facebook, menanyakan kenapa anda memilih bisnis fashion online Possibleshop, dengan hasil wawancaranya sebagai berikut:

> "Karena mudah untuk dijangkau tidak perlu susah-susah jalan dan pergi ke tokonya, lebih banyak pihannnya dan bagus-bagus dari barangnya. Karena bisnis fashion online terpercaya. Teman seperti keluarga jadi nyaman belanja di possibleshop".

Dari hasil wawancara dengan informan customer toko online Possibleshop, M. Ali Mustajib, Hamdan, Tri Ahmed, dan Rifa'i, bahwa memilih berbelanja di toko online Possibleshop mudah di jangkau dan tidak perlu pergi ke tokonya, serta selain harganya murah, pilihan produknya banyak dan bagus, sehingga merasa seperti keluarga sendiri.

---

[63] Hasil wawancara pada tanggal 2 juni 2011 pukul 18.52 Via Facebook
[64] Hasul wawancara pada tanggal 3 juni 2011 pukul 10.54 Via Facebook
[65] Hasil wawancara pada tanggal 3 juni 2011 pukul 15.36 Via Facebook
[66] Hasil wawancara pada tanggal 4 juni 2011 pukul 11.48 Via Facebook

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan selanjutnya, menurut anda apakah harga yang di tawarkan sesuai dengan kualitasnya.

> "Harga dan kualitasnya hampir sama namun yang bikin masih meragukan tidak termasuk ongkos kirim dan ya, sesuai lah dengan harga pasaran yang ada. Iya, terjangkau. Sesuai dengan kualitasnya".

Dari hasil wawancara dengan informan customer toko online Possibleshop, M. Ali Mustajib, Hamdan, Tri Ahmed, dan Rifa'i, bahwa terjangkau harganya dan kualitas sesuai, hanya saja masih mengeluhkan tentang harga barangnya yang tidak termasuk ongkos kirim. Dengan pertanyaan selanjutnya, bagaimana cara untuk berinteraksi dengan pemilik atau pelaku bisnis online Possibleshop.

> "Dengan cara mengrim e-mail atau langsung menghubungi pihak possibleshop, tinggal sms ja barang yang kita pesan terus transfer dech setelah ada confirm dari pemilik sekarang banyak teknologi kenapa mesti bingung".

Dari hasil wawancara dengan customer toko oline Possibleshop, M. Ali Mustajib, Hamdan, Tri Ahmed, dan Rifa'i bahwa cara untuk berinteraksi dengan pemilik toko online Possibleshop dengan langsung menghubungi pemilik toko online Possibleshop via SMS. Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan, apakah ada keamanan khusus bagi customer jika membeli barang di Possibleshop.

> "Gak ada sech.....Cuma selalu di kirim kok lagian kalau cuman pesen barang segitu dan uangnya juga gak seberapa besar, so mikir-mikir juga yang mau macem-macem. Saling mempercayai saja jika berfikir ada atau tidak keamanan khusus yang ada malah enggak jadi beli barangnya".

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari hasil wawancara dengan informan customer toko online Possibleshop, M. Ali Mustajib, Hamdan, Tri Ahmed, dan Rifa'i, bahwa tidak ada keamanan khusus dalam membeli produk di toko online Possibleshop. Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan, dengan cara apa customer membayar barang yang akan dibeli.

"melalui ATM".

Dari hasil wawancara dengan ke empat customer toko online Possibleshop M. Ali Mustajib, Hamdan, Tri Ahmed, dan Rifa'i, bahwa cara membayar produk yang telah dibeli melalui via transfer.

Peneliti pun mencukupkan penggalian data dengan informan pemlik Possibleshop serta empat customer di Possibleshop, jawaban dari semua informan customer dan pemilik possibleshop hampir sama, oleh karena itu peneliti menganggap data yang diperlukan telah menemukan titik jenuh.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISA DATA

A. Temuan Penelitian

Merujuk pada hasil penyajian data yang peneliti sajikan pada bab sebelumnya, saat ini secara mendetail dapat peneliti sampaikan temuan-temuan apa saja yang telah diperoleh dari hasil penyajian data tersebut. Dengan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Peran Teknologi Media Internet Dalam Membantu Kinerja Pemilik Bisnis Online Possibleshop

Teknologi media utama yang digunakan oleh toko online Possibleshop 80% melalui media internet. Pada teknologi media internet tidak menjadi pasar kedua bagi toko online Possibleshop, melainkan teknologi media internet merupakan pasar primer bagi bisnis fashion online Possibleshop. Dengan alasan pemilik toko online Possibleshop, menginginkan kebebasan dalam berbisnis, lebih mudah, dan tidak memakan banyak waktu.

Pada dasarnya untuk membuat bisnis online Possibleshop tidak ada aplikasi khusus di media internet, mulai dari pembuatan, pengelolahan, dan edit tampilan, untuk edit tampilannya tidak jauh beda dengan microsoft word. Kecuali untuk update stock penjualan, itu dari pemilik toko online Possibleshop. Jadi toko online Possibleshop menyerahkan kepada pihak penyedia jasa untuk aplikasi dan toko online, Possibleshop hanya mengelolah webstore tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam mengelolah bisnis online tidak ada ketrampilan khusus, untuk keahlian khusus intinya bisa internetan, saat ini internet merupakan suatu hal yang umum di kalangan masyarakat khususnya kalangan menengah ke atas. Pada umunya membuka bisnis online aktif di forum-forum, seperti memasng iklan di iklanbaris.com dan membagikan sticker secara gratis, karena kalau tidak orang jarang yang mengenal.

Untuk bertransaksi di toko online Possibleshop dapat dilihat di alamat www.possibleshop.info, toko online Possibleshop mengutamakan order via SMS (Short Message Service), karena Possibleshop merupakan usaha sekunder dari CV. Qorilanbi Utama.

Pemilik toko online Possibleshop dapat mengetahui toko onlinenya dikunjungi oleh customer melalui live traffic feed dapat diketahui secara lengkap dari negara dan daerahnya. Toko online Possibleshop melayani customer dari negara asing, toko online Possibleshop telah dua kali melayani ke negara asing, yakni ke negara:

a. Negara Turki, dengan pembelian 10.000 pasang sandal *Ripcurl*, pengiriman tidak via JNE, karena pembelian partai (grosir) maka melalui beacukai dengan pengurusan lewat pelabuhan.
b. Negara Malaysia, pengriman via JNE karena pembelian untuk perorangan tidak melalui beacukai.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Teknologi media internet menyediakan ruang lingkup sederhana bagi pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis online. Ruang lingkupnya melalui target pengguna internet didunia khususnya di Indonesia, pengguna internet di Indonesia 80% menengah ke atas. Mayoritas customer toko online Possibleshop kalangan siswa SMA, Mahasiswa, dan perkantoran, customer di toko online Possibleshop rata-rata bergender laki-laki 90% dan perempuan 10%, karena produk yang dijual di toko online Possibleshop mayoritas produk untuk laki-laki.

Dana yang dikeluarkan untuk pemula membuat toko online cukup membayar berkisar Rp. 100.000- Rp. 1.000.000, untuk pembuatan website dan kelengkapannya (pembayaran bandwith). Bandwith (kapasitas) yang dimiliki toko online Possibleshop berkisaran 300Mb (1 Mb = 1000Kb). Tiap tampilan rata-rata kurang lebih 20Kb, tampilannya termasuk:

a. Foto produk
b. Desain (nama Possibleshop)
c. Tulisan dan gambar

Toko online Possibleshop awalnya membayar berkisar Rp. 375.000 dan membayar abonemen Rp. 100.000 pertahun. Jika ingin menambah provider langsung informasi ke www.shop737.com prosesnya cepat. Untuk pembayaran via credit card (kartu kredit) dan PAYPAL, yaitu rekening online yang dapat menerima pembayaran dari kartu kredit secara instan melalui koneksi internet. Namun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemlilik toko online Possibleshop kenal dengan pemilik jasa website maka pembayaran via transfer.

Dalam membangun bisnis di internet pada dasarnya tidak ada kesulitan, namun untuk toko online Possibleshop kesulitannya adalah update stock. Dari kesibukkan pemilik sekaligus pengelolah Possibleshop, susah untuk mengupdate stock setiap hari, namun jika ada penjualan setiap hari. Misalnya dengan satu produk merk *Adidas*, size stock produk yang tersedia 40-41-42-43. Sedangkan dengan size 40 sudah terjual, seharusnya size 40 tersebut dihapus atau dihilangkan. Hal tersebut dapat mengecewakan customer, jika customer menginginkan size 40 sedangkan stock barangnya sudah terjual, hal tersebut kekurangan pada toko online Possibleshop.

Membangun bisnis online Possibleshop butuh waktu sekitar empat tahun. Awal membangun bisnis online tidak ada spesifikasi khusus dalam perangkat keras computer. Media utama yang digunakan bisnis online adalah seperangkat hardware (komputer) dan modem (koneksi internet) serta selalu online.

Jadi dari peran teknologi media internet dalam membantu kinerja pemilik bisnis online Possibleshop, dengan cara membuat situs website yang mana website itu sebagai lahan untuk memasarkan produk yang akan di jual. Membangun bisnis di internet spesifikasi khususnya mempunyai computer dan koneksi internet yang memadai. Ketrampilan khusus dalam membangun bisnis di internet adalah dapat memahami internet.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Peran Teknologi Media Internet Bagi Customer Bisnis Online Possibleshop

Pada customer memilih toko online Possibleshop untuk berbelanja, customer tidak perlu pergi ke toko atau mall, dan mudah dijangkau. Produk yang dijual di toko online Possibleshop lebih banyak pilihannya dan produknya tidak jauh berbeda di oulet mall. Toko online Possibleshop melayani customer seperti raja, sehingga customer merasa teman bak keluarga.

Harga dan kualitas yang ditawarkan sesuai dengan harga pasaran yang ada, akan tetapi dari salah satu customer di toko online Possibleshop, menyayangkan karena harga produk tidak termasuk dengan ongkos kirim.

Cara customer bertransaksi dengan pemilik toko online Possibleshop, customer menghubungi melalui via SMS atau lagsung telephone pemilik toko online Possibleshop. Setelah ada konfirmasi dari pemilik toko online Possibleshop, customer mentransfer sejumlah uang yang sesuai dengan produk yang dipesan beserta ongkos kirimnya. Dalam pembelian di toko online Possibleshop, customer tidak ada keamanan khusus. Hanya saling percaya dan customer yakin apabila barang yang dipesan akan dikirim.

Untuk cara membayar produk yang telah dibeli oleh customer, mayoritas melalui transfer di rekening Bank yang telah tertera di toko

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

online Possibleshop. Dengan alasan customer berbelanja di toko online Possibleshop beragam, antara lain sebagai berikut:

a. Transaksinya mudah
b. Kualitas dan bahan terjamin
c. Harganya murah
d. Lebih instan.

B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori

Sub bab ini akan membahas temuan-temuan yang telah didapatkan dari lapangan. Dalam pemabahasan ini hasil temuan yang didapat dilapangan mengkonfirmasikan dengan teori yang digunakan oleh peneliti.

Pada penelitian ini berdasarkan hasil temuan peneliti dilapangan, peneliti setuju bahwa bisnis di internet (bisnis online) sesuai dengan teori yang digunakan peneliti sebagai pijakan, yaitu dibuku Teori Komunikasi dengan pengarang Setephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, bahwa Teori Media Baru (New Digital) oleh Mark Poster, disesuaikan dengan konteks dilapangan dan pendukung pandangan ini yang paling terkemuka ialah Pierre Levy.

Mark Poster yang menandai teori media baru, dimana teknologi interaktif dan jaringan komunikasi, khususnya dunia maya (internet) akan mengubah masyarakat. Gagasan tentang media baru sebenarnya telah dikembangkan sejak tahun 1980-an sampai saat ini menandai perubahan yang penting dalam teori media. Bagi masyarakat hal ini dapat melonggarkan konsep media dari komunikasi massa, media yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jangkauannya sangat luas sampai yang sangat pribadi. Konsep tersebut menarik perhatian masyarakat pada bentuk pengguna media baru yang dapat menjangkau informasi, pengetahuan, dan interaksi. Tesisi tentang media baru membawa teori media yang relatif pada tahun 1960-an pada populeritas yang baru pada tahun 1990-an sampai dengan saat ini.

Sedangkan dengan pendukung pandangan ini yang terkemuka yaitu Pirre Levy, Levy menandai Word Wide Web sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis. Masyarakat dapat mengembangkan pengetahuan yang baru serta terlibat pada dunia demokratis tentang pembagian mutual dan memberikan kuasa yang lebih interaktif bagi masyarakat. Dunia maya memberikan tempat pertemuan semu yang memperluas dunia sosial, menciptakan peluang pengetahuan baru, dan menyediakan tempat untuk berbagai pendangan secara luas. Tentu saja, media baru tidak seperti interaksi tatap muka, akan tetapi memberikan interaksi baru yang membawa masyarakat pada hubungan pribadi dalam cara yang tidak dapat dilakukan oleh media sebelumnya.

Menurut John Vivian dalam buku Teori Komunikasi Massa, teknologi baru adalah internet muncul dipertengahan tahun 1990-an sebagai media massa baru yang sangat kuat. Internet adalah jaringan kabel, telepon, dan satelit yang menghubungkan komputer. Hampir dari semua masyarakat didunia ini yang memiliki komputer dan dapat masuk ke jaringan internet. Perbedaan yang signifikan dari media massa adalah internet bersifat interaktif. Internet mempunyai kapasitas untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memampukan seorang berkomunikasi, bukan hanya menerima pesan belaka, serta dapat melakukannya secara real time.

Jadi teori Media Baru (New Digital) oleh Mark Poster dan Pirre Levy dalam buku Teori Komunikasi, teori Media Baru (New Digital) yang sebagai pijakan peneliti dengan peran teknologi media internet bagi pelaku bisnis online (bisnis internet) sesuai dengan hasil temuan penelitian ini, bahwa Media Baru yang sedang berkembang saat ini dalam konteks teknologi, informasi, maupun komunikasi, menjadi payung kehidupan yang menghubungkan manusia dengan manusia dan manusia dengan teknologi pada abad ini salah satunya Media Baru yaitu internet yang didalamnya salah satunya adalah bisnis online atau bisnis di internet .

Sedangkan menurut John Vivian dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, sesuai juga dengan hasil temuan penelitian ini yaitu peran teknologi media internet bagi pelaku bisnis online. Bahwa media massa baru yaitu internet yang didalamnya banyak halaman web yang salah satunya adalah tentang bisnis online, sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains. Dari yang semuannya bersifat manual menjadi otomatis, dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Teknologi media baru (internet) merupakan sebuah metode yang fleksibel dalam membuat kehidupan manusia menjadi sesuatu yang pokok.

Oleh karena itu, dalam hal internet hanyalah sebuah media, karena internet sendiri yang terdiri dari ribuan halaman bahkan jutaan halaman Web mampu menyediakan informasi bagi pengguna internet. Maka tidak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

heran jika banyak pelaku bisnis maupun personal menggunakan internet sebagai media yang ampuh untuk mengkomersilkan dan mempromosikan produknya dengan harapan bahwa pengguna internet dapat melihat maupun mengenal. Sehingga akhirnya pengguna internet tersebut tertarik menggunakan produknya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari keseluruhan uraian dalam skripsi ini, peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai intisari dari subtansi penelitian yang mengenai peran teknologi media internet bagi pelaku bisnis fashion online Possibleshop dan strategi yang digunakan bagi pelaku bisnis fashion online Possibleshop.

1. Peran Teknologi Media Internet Dalam Membantu Kinerja Pemilik Bisnis Online Possibleshop

Peran teknologi media internet dalam membantu kinerja pemilik bisnis online Possibleshop, dengan cara membuat situs website yang mana website itu sebagai lahan untuk memasarkan produk yang akan di jual. Membangun bisnis di internet spesifikasi khususnya mempunyai computer dan koneksi internet yang memadai. Sedangkan dengan ketrampilan khusus dalam membangun bisnis di internet adalah dapat memahami internet, karena saat ini internet merupakan suatu hal yang umum di kalangan masyarakat. Pada umumnya membangun bisnis online aktif di setiap forum-forum, agar toko onlinenya dapat di kenal.

B. Rekomendasi

Agar penelitian dapat membarikan kontribusi bagi para pemula bisnis di internet dan customer yang berbelanja melalui online (internet), maka saran dari peneliti antara lain:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Bagi pemula bisnis online untuk mengelolah dan membangun bisnis di internet, keahlian khususnya dapat memahami internet, mempunyai komputer dan koneksi internet (modem). Agar toko onlinenya dapat dikenal, harus aktif di setipa forum-forum. Serta produk yang dijual harus bervariasi dan harus berbeda dengan pemilik bisnis online lainnya agar customer tertarik.
2. Bagi customer yang belanja di internet, perhatikan bahwa barang yang dijual memang ada dan terjamin dalam sisi keamanan pengiriman, sisi produk, dan keaslian foto sama dengan produk yang diinginkan agar tidak tertipu dalam memilih dan membeli suatu produk di toko online. Awas Penipuan! Jangan terlalu percaya pada toko online yang melalui blog gratis, meskipun tidak semuanya pemakai blog gratis memanfaatkan keadaan untuk modus penipuan. Jangan terperdaya dengan iming-iming harga murah, namun kualitas dan kuantitas produk tersebut tidak terjamin. Pastikan customer setelah memesan produk yang sudah dibeli meminta nomor resi pengiriman, agar dapat mengkroschek barang tersebut sudah masuk ke daftar jasa pengiriman yang telah dipilih.
3. Mengenai kelemahan dari penelitian ini adalah hanya mendeskripsikan satu subyek, yaitu bisnis fashion online Possibleshop. Padahal setiap pemilik bisnis online memiliki strategi, kredibilitas, dan cara yang berbeda-beda dalam membangun bisnis online. Saran untuk peneliti sesudahnya, agar dalam subyek penelitiannya lebih dari satu subyek. Dan tidak hanya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mendeskripsikan pemilik bisnis online saja, maupun dapat mendeskripsikan awal pembuatan website yang digunakan untuk berbisnis atau mendeskripsikan juga pada pembuat jasa pembuatan website.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Bungin, Burhan. 2006.*Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.

Bland, Michael Dkk. 2004. *Hubungan Media Yang Efektif*. Jakarta: Erlangga.

Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Dewi, Sutrisna. 2007. *Komunikasi Bisnis*. Yogayakarta: Andi Offset.

Elcom. 2010. *Mudah Membuat Toko Online Dengan Os Commerce*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.

Fathurrohman. 2008. *Teknologi dan Media Pembelajaran*. Surabaya: Dakwah Digital Press.

Imanto, W. 2007. *Rahasia Sukses Bisnis Di Internet*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.

J Moleong, Lexy. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Kadir Abdul. 2003. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Littlejohn, W Stephen Dkk. 2009. *Teori Komunikasi*. Terjemahan Muhammad Yusuf Hamdan. Jakarta: Salemba Humanika.

McQuail, Denis. 1996. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.

Nasional, Dept. Pendidikan. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Rivers, L. William Dkk. 2004. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Prenada Media.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Riwayadi, Susilo Dkk. *Kamus Populer Ilmiah Lengkap*. Surabaya: Sinar Terang.

Severin, J. Werner Dkk. 2005. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Setiabudi, Budi. 2008. *The Power Of Kepepet*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Simarmata, Janner. 2006. *Teknologi Komputer dan Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Soekanto, Soerjono. 1982. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Ustadiyanto, Riyeke Dkk. 2007. *Strategi Serangan Internet Marketing*. Yogyakarta: Andi Offset.

Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.

Widjaja, H.A.W. 1988. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Zulkifli, Dede Dkk. 2008. *Gampang Membuat Toko Online*. Bandung: INFORMATIKA.

Blogspot.2011.*TeoriMediaBaru*.Dalamhttp://mowmowpunyablog.blogspot.com/2011/01/digital-theory-teori-media-baru-glen.html.

Metris,Community.2008.*DefinisiBisnisOnline*.Dalamhttp://www.metris-community.com/drfinisi-bisnis-online .

Possibleshop. *Tentang Kami*. Dalam http://possibleshop.info/?Tentang_Kami.

----------. *Cara Belanja*. Dalam possibleshop.info/?Cara_Belanja.

.*OngkosKirim*.Dalamhttp://www.possibleshop.info/?Ongkos_Kirim.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil Wawancara Pada Tanggal 2 Juni 2011 Pukul 18.52 Via Facebook.

---------- 3 Juni 2011 Pukul 10.54 Via Facebook.

---------- 3 Juni 2011 Pukul 15.36 Via Facebook.

---------- 4 Juni 2011 Pukul 04.04 Via Facebook.

---------- 6 Juni 2011 Pukul 19.38 Via Facebook.

---------- 4 Juni 2011 Pukul 11.48.

---------- 13 Juni 2011 Pukul 18.20.

---------- 22 Juni 2011 Pukul 11.09.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id