

ABSTRAK

Arief Rakhman Saputro
F1C015080

Universitas Jenderal Soedirman
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi

Peran *Online Customer Review* Dalam Mempersuasi Calon Pembeli di Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unsoed)

Adanya e-commerce sebagai toko online yang dapat mempermudah konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau barang yang diinginkan sesuai kebutuhan masing-masing. Dengan menggunakan e-commerce kini setiap konsumen dapat melakukan kegiatan belanja online tanpa harus keluar rumah atau datang ke toko secara langsung. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan Peran *Online Customer Review* dalam Mempersuasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unsoed sebagai media informasi calon pembeli di Marketplace Tokopedia, dan fitur rekomendasi calon pembeli di Marketplace Tokopedia. Salah satu nya yaitu adanya kehadiran e-commerce Tokopedia. Sadar akan adanya e-commerce yang memberikan suatu kemudahan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. E-commerce adalah kegiatan melakukan transaksi bisnis secara online melalui media internet dan perangkat yang terintegrasikan dengan internet.

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah Studi kasus. Metode penelitian ini berkaitan dengan landasan nilai-nilai, asumsi, etika serta norma yang merupakan aturan untuk menafsirkan suatu data penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Elaboration Likelihood Model. Online Customer Review berperan dalam mempersuasi calon pembeli, Dengan adanya media komunikasi Online Customer Review maka para penjual dan konsumen bisa berkomunikasi mengenai seputar detail produk, harga dan kualitas ,serta estimasi pengiriman barang sampai tujuan. Media komunikasi mempermudah informasi yang dibutuhkan oleh para calon pembeli untuk memenuhi kebutuhannya terhadap suatu produk agar tidak bingung dan tidak kecewa saat membeli produk secara online, media komunikasi dalam Online Customer Review banyak dikunjungi oleh pembeli dan calon pembeli untuk melihat ulasan-ulasan tentang produk.

Kata kunci : Peran *Online Customer Review*, *e-commerce*, Media, Komunikasi.

ABSTRACT

Arief Rakhman Saputro
F1C015080

Jenderal Soedirman University
Political Science Faculty
Communication Science Department

The Role of Customer Review Online in Persuading Prospective Buyers in the Tokopedia Marketplace (Case Study of Unsoed Communication Studies Students)

The existence of e-commerce as an online store that can make it easier for consumers to get a product or item they want according to their individual needs. By using e-commerce, every consumer can now do online shopping without having to leave the house or come to the store directly. This research was conducted to describe the Role of Online Customer Review in Persuading Unsoed Communication Studies Students as a media for prospective buyers in the Tokopedia Marketplace, and recommended features for prospective buyers in the Tokopedia Marketplace. One of them is the presence of Tokopedia e-commerce. Aware of the existence of e-commerce that provides an ease in meeting their needs. E-commerce is the activity of conducting business transactions online through internet media and devices integrated with the internet.

The research method used by researchers in this research is a case study. This research method is related to the foundation of values, assumptions, ethics and norms which are the rules for interpreting research data. The theory used in this study uses the Elaboration Likelihood Model. Online Customer Review has a role in persuading prospective buyers. With the Online Customer Review communication media, sellers and consumers can communicate about product details, price and quality, as well as the estimated delivery of goods to their destination. Communication media facilitate the information needed by potential buyers to meet their needs for a product so as not to be confused and not disappointed when buying products online, the communication media in the Online Customer Review is visited by many buyers and prospective buyers to see reviews about the product.

Keywords: Role of Online Customer Review, e-commerce, Media, Communication.