



E-COMMERCE

Username
Password
Login



Computer Mediated Communication

dalam Aplikasi E- Commerce

**Interaksi Penjual dan Pembeli dalam
Perspektif Ilmu Komunikasi**



Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A.

COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION DALAM APLIKASI E- COMMERCE: INTERAKSI PENJUAL DAN PEMBELI DALAM PERSPEKTIF ILMU KOMUNIKASI

PENULIS

Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A.



UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan Sifat Hak Cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan fonogram yang telah dilakukan pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Computer Mediated Communication dalam Aplikasi E- Commerce: Interaksi Penjual dan Pembeli dalam Perspektif Ilmu Komunikasi

Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A.

TATA LETAK:
Rachmadiansyah

DESAIN SAMPUL:
Rachmadiansyah

SUMBER:
www.tdipublisher.com

E-ISBN:
978-634-7193-14-8 (PDF)

UKURAN:
iii + 58 Hal; 17,6 cm x 25 cm

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.
Dilarang menggandakan atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi
buku ini dalam bentuk apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit dan
penulis.

ANGGOTA IKAPI: 006/NTT/2022
TANGGUH DENARA JAYA PUBLISHER
Jl. Timor Raya No. 130 B Oesapa Barat, Kelapa Lima
Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur
E-mail: tdj.denarapublisher@gmail.com
Telepon: 0380-8436618/081220051382

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah Bapa, karena oleh kasih karunia dan penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan buku ini, yang disusun sebagai bentuk kontribusi akademik dan refleksi kritis terhadap perkembangan komunikasi digital dalam praktik ekonomi modern, khususnya pada platform *e-commerce*.

Berangkat dari kerangka berpikir *Computer Mediated Communication (CMC)* dalam disiplin ilmu komunikasi, buku ini mengulas secara mendalam bagaimana fitur *chat penjual* pada aplikasi Shopee menjadi medium utama yang mempertemukan kepentingan penjual dan pembeli. Namun, interaksi yang tampak praktis ini menyimpan dinamika yang kompleks-mulai dari kerja emosional, hambatan bahasa, tekanan sistem, hingga relasi kuasa yang timpang.

Melalui pendekatan kualitatif dan pengalaman langsung para pelaku usaha digital dalam aplikasi *e-commerce*, penulis berharap buku ini dapat memperkaya pemahaman kita tentang wajah baru komunikasi manusia dalam ekosistem ekonomi digital.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Suami dan kedua buah hati penulis, Felicia dan Feodora. Terimakasih juga kepada para informan yang telah bersedia membagikan pengalaman, kepada rekan-rekan akademisi dan

komunitas UMKM yang turut memberi inspirasi, serta kepada keluarga dan sahabat yang senantiasa memberi dukungan dan doa.

Jakarta, 2025

Marshelia G.N

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
BAB I E-COMMERCE.....	1
BAB II COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION (CMC).....	6
A. Adanya Lebih Dari Satu Akun.....	7
B. Paralanguage	7
C. Emotikon & Emoji	8
D. Interaksi Ringan (<i>Lightweight Interaction</i>).....	10
E. Interaksi Fatis (<i>Phatic Interaction</i>)	11
F. Informasi ekstraktif (<i>Extracted Information</i>)	12
G. Identifikasi.....	13
H. Nama Samaran	15
I. Anonimitas	15
BAB III <i>USER EXPERIENCE</i> APLIKASI E-COMMERCE	17
A. Usefullenes	23
B. Usability	24
C. Learnability	25
D. Estetika.....	27
E. Emosi.....	28
BAB III <i>COMPUTER MEDIATED COMUNICATION</i> MELALUI FITUR <i>CHAT PENJUAL PADA APLIKASI E-COMMERCE</i>	30
DAFTAR PUSTAKA.....	57
BIOGRAFI PENULIS.....	58

