



UNIVERSITAS INDONESIA

***Performative Competence* Penjual Pada Forum Jual Beli Kaskus
Dalam Upaya Membangun Kepercayaan Pengguna Kaskus**

SKRIPSI

Nuruli Khotimah

0906613632

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM SARJANA EKSTENSI
DEPOK
JANUARI 2012**



UNIVERSITAS INDONESIA

***Performative Competence* Penjual Pada Forum Jual Beli Kaskus
Dalam Upaya Membangun Kepercayaan Pengguna Kaskus**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Sosial

Nuruli Khotimah

0906613632

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KEKHUSUSAN KOMUNIKASI MASSA
DEPOK
JANUARI 2012**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.



(Nuruli Khotimah)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Nuruli Khotimah
NPM : 0906613632
Program Studi : Komunikasi Massa
Judul Skripsi : *Performative Competence* Penjual Pada Forum Jual Beli Kaskus Dalam Upaya Membangun Kepercayaan Pengguna Kaskus

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Komunikasi Massa, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si
Penguji Ahli : Prof. Dr. Harsono Suwardi, MA
Ketua Sidang : Drs. H. Harun Sanif
Sekretaris Sidang : Kinkin Yuliaty Subarsa P. S.Sos, M.Si



Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 5 Januari 2012

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial Jurusan Komunikasi Massa pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, ucapan terima kasih yang tak terhingga, wajib saya berikan kepada:

- (1) Dra. Askariani B. Hidayat M.Si, selaku Ketua Program Ekstensi Komunikasi Massa dan Dosen Pembimbing. *U're the best, mba*;
- (2) Dra. Martini B. Mangkoedipoero M.Si, selaku Sekretaris Program Ekstensi Komunikasi Massa;
- (3) Prof. Dr. Harsono Suwardi, MA, Drs. H. Harun Sanif dan Kinkin Yuliaty Subarsa P. S.Sos, M.Si, selaku Penguji, Ketua Sidang, dan Sekretaris Sidang;
- (4) Pihak Kaskus, Moderator, Penjual dan Pembeli di Forum Jual Beli Kaskus, Agan Buraisrowo, Agan Elyudien beserta Istri, Agan Kardonce, Agan MM, dan Agan ML, yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan, *Thank u very much ^-**;
- (5) Keluarga besar penulis yang telah memberikan bantuan material dan moral, *Love u, all*;
- (6) Serta pihak-pihak terkait yang telah memberikan banyak referensi untuk kepentingan penelitian.

Akhir kata, saya memohon kepada Tuhan Yang Maha Esa agar membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu di masa mendatang.

Depok, 5 Januari 2012

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nuruli Khotimah
NPM : 09016613632
Program Studi : Komunikasi Massa
Departemen : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :


***Performative Competence* Penjual Pada Forum Jual Beli Kaskus
Dalam Upaya Membangun Kepercayaan Pengguna Kaskus**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal 5 Januari 2012

Yang menyatakan

Nuruli Khotimah

ABSTRAK

Nama : Nuruli Khotimah
Program Studi : Komunikasi Massa
Judul : *Performative Competence* Penjual Pada Forum Jual Beli Kaskus Dalam Upaya Membangun Kepercayaan Pengguna Kaskus

Saat ini dengan adanya perkembangan teknologi Internet memudahkan sosial media untuk mengekspresikan diri dalam urusan jual beli *online*—khususnya Forum Jual Beli Kaskus. Kurangnya kepercayaan serta maraknya kasus *cybercrime* memang menjadi penghambat terbesar dalam transaksi *online*. Maka penting dibutuhkan *performative competence* penjual dalam melakukan komunikasi dengan pembeli agar dapat membangun *trust* pengguna Kaskus. Dengan membangun *trust* maka dapat mengantisipasi adanya *cybercrime*.

Tujuan penelitian ini adalah menggambarkan *performative competence* yang dimiliki penjual pada Forum Jual Beli kaskus dalam membangun *trust* pengguna Kaskus.

Penelitian ini menggunakan Paradigma Konstruktivis, Pendekatan Kualitatif, Sifat Deskriptif, Strategi Etnografi Virtual, Wawancara Mendalam dan Pengamatan.

Hasil penelitian menemukan bahwa setiap penjual memiliki *performative competence* yang berbeda-beda dalam upaya membangun kepercayaan pengguna Kaskus seperti membangun *relationship*, bersikap jujur, dan mendengarkan serta menjawab apa yang menjadi kebutuhan calon pembeli.

Kata kunci: Internet, *Performative Competence*, *Trust*, Forum Jual Beli Kaskus

ABSTRACT

Nama : Nuruli Khotimah
Program Studi : Komunikasi Massa
Judul : *Performative Competence* Penjual Pada Forum Jual Beli Kaskus Dalam Upaya Membangun Kepercayaan Pengguna Kaskus

Nowadays, the advance of Internet's technology makes the social media easier expressing buying and selling via online—specifically, Forum Jual beli Kaskus. However, the lack of trust and cybercrimes are the main obstacles in online transaction. So, it is very important for the buyers to gain the *performative competences* in communication in order to build Kaskus users' trusts that can anticipate it from cybercrime.

The purpose of this research is to describe the buyers' *performative competences* in Forum Jual Beli Kaskus to get the Kaskus users' trusts.

The methodology in this research uses constructivist paradigm, qualitative approach, the descriptive type of research, virtual ethnography strategic, in depth interview also observing technique.

The finding of the research is that every buyer has different *performative competence* to build the trust of Kaskus users by maintaining the relationship, being honest also listening and answering what the prospective buyers' need.

Key words: Internet, Performative Competence, Trust, Forum Jual Beli Kaskus

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... | ii |
| LEMBAR PENGASAHAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH..... | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| 1. PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Permasalahan..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 2. KERANGKA PEMIKIRAN..... | 11 |
| 2.1 Kompetensi Komunikatif (<i>Communicative Competence</i>)..... | 11 |
| 2.1.1 <i>Interpretive Competence</i> | 12 |
| 2.1.2 <i>Self Competence</i> | 13 |
| 2.1.3 <i>Role Competence</i> | 13 |
| 2.1.4 <i>Goal Competence</i> | 14 |
| 2.1.5 <i>Message Competence</i> | 15 |
| 2.2 <i>Self Presentation</i> | 17 |
| 2.3 Keefektifan Hubungan Antarpribadi..... | 21 |
| 2.4 <i>Trust</i> | 22 |
| 2.5 <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i> | 24 |
| 2.6 Internet..... | 28 |
| 2.7 Keterkaitan Antara Konsep..... | 30 |
| 2.8 Asumsi Teoritis..... | 30 |
| 3. SOSIAL MEDIA..... | 31 |
| 3.1 Sosial Media..... | 32 |
| 3.2 Kaskus..... | 35 |
| 3.2.1 Forum Jual Beli Kaskus..... | 35 |
| 3.2.2 Transaksi pada Forum Jual Beli Kaskus..... | 43 |
| 3.2.3 Peraturan Forum Jual Beli Kaskus..... | 44 |
| 3.2.4 <i>Emoticon</i> dan bahasa-bahasa dalam Forum Jual Beli Kaskus..... | 45 |
| 3.3 <i>Cybercrime dan Cyberfraud</i> | 47 |
| 4. METODOLOGI PENELITIAN..... | 49 |
| 4.1 Paradigma Penelitian..... | 49 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 4.2 | Pendekatan Penelitian | 49 |
| 4.3 | Sifat Penelitian | 50 |
| 4.4 | Strategi Penelitian | 50 |
| 4.5 | Unit Analisis | 51 |
| 4.6 | Metode Pengumpulan Data | 52 |
| | 4.6.1 Wawancara Mendalam | 52 |
| | 4.6.2 Pengamatan | 53 |
| 4.7 | Alasan Pemilihan Unit Analisis | 53 |
| | 4.7.1 Forum Jual Beli Kaskus | 53 |
| | 4.7.2 Anggota Forum Jual Beli Kaskus sebagai informan | 53 |
| 4.8 | Proses Analisis Data | 54 |
| 4.9 | Kualitas Penelitian | 56 |
| 4.10 | Keterbatasan Penelitian | 57 |
| 5. | ANALISIS HASIL TEMUAN DATA | 59 |
| 6. | DISKUSI HASIL PENELITIAN | 109 |
| 7. | PENUTUP | 125 |
| 7.1 | Kesimpulan | 125 |
| 7.2 | Implikasi Penelitian | 126 |
| 7.3 | Rekomendasi Penelitian | 127 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 129 |
| | DAFTAR LAMPIRAN | |

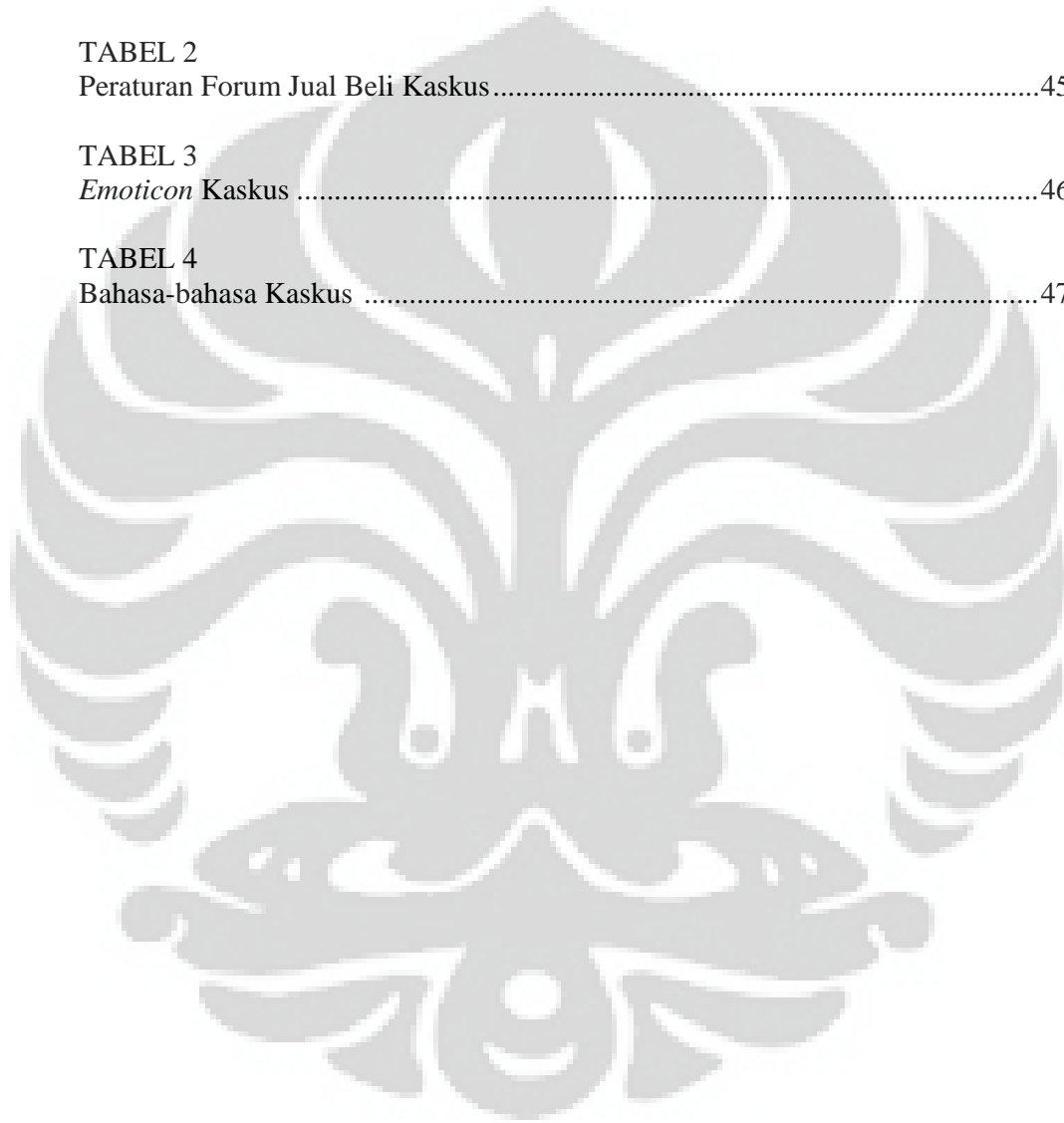
DAFTAR TABEL

TABEL 1
Perbedaan *Computer Mediated Communication* dan.....28
Face to Face Communication

TABEL 2
Peraturan Forum Jual Beli Kaskus.....45

TABEL 3
Emoticon Kaskus46

TABEL 4
Bahasa-bahasa Kaskus47



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| GAMBAR 1 | |
| Model Kompetensi Komunikasi Interpersonal..... | 12 |
| | |
| GAMBAR 2 | |
| Tampilan Forum Jual Beli Kaskus | 37 |
| | |
| GAMBAR 3 | |
| Statistik Profil Pengguna Kaskus | 38 |
| | |
| GAMBAR 4 | |
| Profil Pengguna Kaskus | 39 |
| | |
| GAMBAR 5 | |
| <i>Thread</i> Kaskus | 40 |
| | |
| GAMBAR 6 | |
| Moderator Kaskus | 41 |
| | |
| GAMBAR 7 | |
| <i>Private Messaging</i> | 42 |
| | |
| GAMBAR 8 | |
| <i>Troll dan Flaming</i> | 43 |
| | |
| GAMBAR 9 | |
| Alur Rekening Bersama (REKBER) | 44 |
| | |
| GAMBAR 10 | |
| <i>Thread</i> Elyudien : Saluran Komunikasi | 62 |
| | |
| GAMBAR 11 | |
| <i>Thread</i> Elyudien: Kategori Barang | 63 |
| | |
| GAMBAR 12 | |
| <i>Thread</i> Elyudien: Rekomendasi | 65 |
| | |
| GAMBAR 13 | |
| <i>Thread</i> Elyudien: Testimoni | 65 |
| | |
| GAMBAR 14 | |
| <i>Thread</i> Elyudien: Konfirmasi Kesalahan | 66 |
| | |
| GAMBAR 15 | |
| <i>Thread</i> Elyudien : Pembeli Yang Menawar | 67 |

| | |
|---|----|
| GAMBAR 16 | |
| <i>Thread Elyudien : Penjelasan Produk dan Harga Produk</i> | 68 |
| GAMBAR 17 | |
| <i>Thread Elyudien : Testimoni Positif</i> | 69 |
| GAMBAR 18 | |
| <i>Thread Elyudien: Testimoni Positif 2</i> | 69 |
| GAMBAR 19 | |
| <i>Thread Elyudien : Garansi</i> | 70 |
| GAMBAR 20 | |
| <i>Thread Elyudien : Product Knowledge</i> | 71 |
| GAMBAR 21 | |
| <i>Thread Elyudien : Product Knowledge 2</i> | 72 |
| GAMBAR 22 | |
| <i>Thread Elyudien: Testimoni positif 3</i> | 73 |
| GAMBAR 23 | |
| <i>Thread Elyudien : Repeat Order</i> | 73 |
| GAMBAR 24 | |
| <i>Thread Elyudien: Garansi resmi</i> | 74 |
| GAMBAR 25 | |
| <i>Thread Elyudien :Long Term Relationship</i> | 75 |
| GAMBAR 26 | |
| <i>Thread Elyudien : Message Competence</i> | 76 |
| GAMBAR 27 | |
| <i>Thread Elyudien : Testimoni-Testimoni</i> | 76 |
| GAMBAR 28 | |
| <i>Thread Elyudien : Relational Competence</i> | 78 |
| GAMBAR 29 | |
| <i>Thread Elyudien :Membangun Relationship</i> | 78 |
| GAMBAR 30 | |
| <i>Thread Kardonce</i> | 81 |
| GAMBAR 31 | |
| <i>Thread Kardonce : Share Penipuan</i> | 82 |

| | |
|--|----|
| GAMBAR 32 | |
| <i>Thread Kardonce : Sundul</i> | 82 |
| GAMBAR 33 | |
| <i>Thread Kardonce : Testimoni</i> | 83 |
| GAMBAR 34 | |
| <i>Thread Kardonce :Testimoni 2</i> | 85 |
| GAMBAR 35 | |
| <i>Thread Kardonce : Self Competence</i> | 86 |
| GAMBAR 36 | |
| <i>Thread Kardonce : Penjual Jujur</i> | 86 |
| GAMBAR 37 | |
| <i>Thread Kardonce : Self Competence 2</i> | 87 |
| GAMBAR 38 | |
| <i>Thread Kardonce : Profil</i> | 88 |
| GAMBAR 39 | |
| <i>Thread Kardonce : Jumlah Thread</i> | 90 |
| GAMBAR 40 | |
| <i>Thread Kardonce: Relational Competence</i> | 93 |
| GAMBAR 41 | |
| <i>Thread Kardonce : Relational Competence 2</i> | 94 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--------------------------------------|-------|
| LAMPIRAN 1 | |
| Pedoman Wawancara Penjual | xv |
| LAMPIRAN 2 | |
| Pedoman Wawancara Pembeli..... | xvi |
| LAMPIRAN 3 | |
| Transkrip Wawancara Informan 1 | xvii |
| LAMPIRAN 4 | |
| Transkrip Wawancara Informan 2 | xviii |
| LAMPIRAN 5 | |
| Transkrip Wawancara Informan 3 | xix |
| LAMPIRAN 6 | |
| Transkrip Wawancara Informan 4 | xx |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini sosial media merupakan sebuah tren baru yang revolusioner, yang menarik bagi siapapun. Awalnya sosial media dikembangkan hanya untuk mengembangkan jejaring sosial tetapi seiring perkembangannya, sosial media mulai digunakan untuk bisnis jual beli *online* atau *e-commerce*. Keuntungan menggunakan sosial media untuk *e-commerce* adalah salurannya yang murah, pesannya disebarakan secara instan, dan yang utama adalah akses komunikasi yang menawarkan bisnis ke ratusan bahkan jutaan konsumen yang begitu cepat. (Tom Hunk, 1965, p. 4). Selain keuntungan, sosial media dalam *e-commerce* juga berdampak negatif bagi masyarakat, produk-produk yang menggiurkan, serta kemudahan mendapatkan produk dapat berujung penipuan.

Berikut adalah salah satu contoh kasus penipuan dalam bisnis jual beli pada sosial media dalam Forum Jual Beli Kaskus.us. Kalamoa2008 adalah pengguna Kaskus selama 3 tahun. Bulan Maret tahun lalu, sudah tertipu melalui Forum Jual Beli Kaskus. Mulanya si pembeli membeli sebuah *camcorder* kepada penjual dengan id: Alviensyah. Alviensyah menawarkan barang dengan kondisi mulus dan siap pakai. Harga yang ditawarkan memang relatif murah. Si pembeli pun tergiur dengan barang yang mulus dengan harga murah. Setelah selesai bertransaksi, maka barang tersebut di antar ke lokasi si pembeli melalui layanan titipan kilat. Barang tersebut kemudian dicek, lalu pada kenyataannya, fisik dari barang tersebut jauh dari kondisi mulus, banyak karat pada *camrecorder*, baterai drop, tombol-tombol tidak bisa diakses dan parahnya ada jamur di lensa. Setelah di komplain kepada si penjual, si penjual seperti lempar batu sembunyi tangan, lepas tanggung jawab. Setelah di komplain, si penjual menyatakan uang pembelian akan dikembalikan 50% saja. Tetapi hingga saat ini, uang belum juga dikembalikan. Inilah contoh dari beberapa kasus penipuan yang sering kita temui pada perdagangan melalui Internet. Bahwa tampak visualisasi gambar yang mulus membuat pembeli percaya terhadap produk tersebut, tetapi kenyataannya fisik

barang berbeda dengan visualisasi gambar.
(<http://www.Kaskus.us/showthread.php?t=3508938>).

Maka berdasarkan kasus di atas, peneliti ingin mengetahui bahwa tidak semua penjual dalam Forum Jual Beli Kaskus menampilkan visualisasi gambar produk sesuai dengan kondisi produk yang dijual. Apalagi Forum Jual Beli Kaskus hanya menampilkan gambar tidak secara real seperti pasar tradisional. Kita tentu sudah *familiar* dengan kondisi di pasar tradisional, begitu cocok dengan suatu barang yang dilihat oleh kita maka kita *confidence* untuk membeli. Kita pasti percaya terhadap barang tersebut karena kita melihat kondisi barang secara *real*. Pada situasi *online*, barang yang kita lihat hanya visualisasi secara virtual yang dapat membuat kita kurang *confidence* untuk membeli. Maka dengan ini dibutuhkan *trust* yang lebih dalam situasi *online*.

Hal pertama yang mendorong munculnya *trust* adalah *familiarity*. Apabila situasi sudah dirasakan *familiar* maka penjual dan pembeli, baik dalam pasar tradisional maupun pasar *online* seharusnya tidak perlu merisaukan transaksi mereka. Apabila situasinya ternyata tidak *se-familiar* yang dibayangkan, seperti pasar *online*, situasinya kompleks karena banyaknya variasi penjual yang masih mengandung kontingensi dan ketidakpastian mengenai produk yang dijual, reputasi, postingan sedikit, hal ini kerap menjadi keraguan akan terpercayanya atau tidaknya penjual tersebut. Maka dengan situasi yang *familiar*, calon pembeli akan memberikan *trust* kepadanya meskipun ia tidak tertarik dengan barang yang dijualnya dan jika tertarik maka pembeli merasa *confidence* untuk membeli barang tersebut.

Seperti kasus penipuan yang dialami Kalamoa2008, peran *trust* menjadi penting dalam komunikasi ruang virtual seperti situs Kaskus. Kaskus adalah salah satu jenis sosial media yang saat ini banyak digunakan oleh pengguna Internet di Indonesia untuk berbelanja *online*. Kaskus merupakan komunitas dunia maya (*cybercommunity*) terbesar di Indonesia. Menurut Alexa.com, pada bulan September 2011, Kaskus berada di peringkat 238 dunia dan menduduki peringkat 7 situs yang paling banyak dikunjungi di Indonesia khususnya forum jual beli. Tidak seperti jenis media sosial lain, dalam forum jual beli kita dapat menemukan ribuan topik populer dan juga dapat menemukan orang yang relevan dengan

bisnis. Tujuan dalam forum jual beli adalah untuk membangun *trust* dalam komunitas tersebut. Sesuai dengan tujuannya, forum ini membangun ikatan komunitas yang kuat, loyalitas, dan benar-benar mencontohkan gagasan dari sebuah jaringan terpercaya. (Lon Safko dan David K. Brake, 2009, p. 145). Walaupun Kaskus telah menjadi situs komunitas yang paling banyak memiliki member dan memiliki jaringan luas hingga keluar negeri, forum jual belinya juga berpeluang adanya penipuan. Hal ini lah yang menyebabkan situasi tidak se-*familiar* yang kita bayangkan.

Dalam proses jual beli, pembeli juga biasanya mempercayai penjual yang memiliki kompetensi terhadap produk yang dijualnya. Kompetensi yang dimiliki termasuk kemampuan serta pengetahuan yang cukup terhadap barang yang dijual dan kompetensi juga dapat menumbuhkan rasa percaya pada pengguna atau calon pembeli. Menurut Bargh dan McKenna (2004) bahwa ada banyak hal yang mempengaruhi ketidakpercayaan terhadap *e-commerce* seperti Forum Jual Beli Kaskus.us, khususnya produk-produk yang dijual. Maka, *trust* secara umum merupakan faktor yang penting dalam interaksi sosial dan inti dari semua transaksi komersial, baik yang dilakukan dalam dunia nyata ataupun Internet. Namun, kepercayaan lebih penting jika dalam situasi *online* (Riegelsberger et al., 2005; Walczuch and Lundgren, 2004 dalam buku *Trust and New Technology* hal 3).

Produk *online* dan layanannya, biasanya tidak dengan segera diverifikasi dan masih ada kekurangan suatu aturan seperti *cyberlaw* dalam pengaturan jual beli *online* (Gefen dan Straub, 2004, dalam buku *Trust and New Technology* hal 4). Selain itu, dalam lingkungan *online* tindak pidana dapat dilakukan pada kecepatan yang sangat tinggi dan tanpa kontak secara fisik, seperti kejadian penipuan pada situs Kaskus.us. (Cheung dan Lee, 2006). Dalam situasi inilah, penjual harus memiliki kemampuan untuk memahami situasi *online* yang tak lagi aman. Kurangnya kepercayaan memang menjadi penghambat terbesar dalam transaksi *online* (Hoffman et al. 1999a). Para peneliti telah membuktikan bahwa kepercayaan mendorong niat beli pelanggan yang potensial (Gefen et al. 2003; Jarvenpaa et al. 2000), mengulangi pembelian (Garbarino dan Johnson, 1999), dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Gefen, 2002). Disisi berlawanan,

kurangnya kepercayaan telah diidentifikasi sebagai alasan utama mengapa orang tidak berbelanja *online* (MacGraw 1999; Lou 2002).

Sosial media seperti Kaskus.us memang dibutuhkan dalam bidang bisnis dengan alasan bahwa hampir semua pelanggan bisnis berpartisipasi dalam sosial media. Sampai saat ini, Kaskus.us memiliki lebih dari 3.5 juta member. Forum Jual Beli Kaskus ini juga diyakini bisa memenuhi kebutuhan masyarakat modern dalam pemilihan dan pembelian produk. Tetapi selain memenuhi kebutuhan, forum jual beli pada Kaskus juga membutuhkan kepercayaan penggunanya dalam memilah milih produk. Hal ini membuat banyak penjual pada forum jual beli ini bersaing agar mendapatkan kepercayaan para pengguna Kaskus. Walaupun produk yang ditampilkan penjual hanya visualisasi saja namun banyak para penjual Kaskus yang telah berhasil dipercaya oleh para pengguna Kaskus. Dalam hal ini kompetensi terhadap pesan sangat kuat dalam keberhasilan proses jual beli *online*. Pesan mengenai spesifikasi produk baik kelemahan dan kekuatan produk harus ditampilkan di thread si penjual dengan tujuan barang yang dijual dapat dipercaya dan akan menghasilkan keputusan pembelian.

Dengan pesan tersebut, penjual berharap tidak ada lagi ketidakpastian yang dialami pembeli dan pembeli percaya mengenai barang yang ia dijual. Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa kepercayaan adalah penting ketika ada tingkat ketidakpastian (Mayer et al. 1995). Ketidakpastian ini juga perlu mengandur unsur resiko (Deutsch 1962). Tanpa resiko atau kerentanan tidak ada kebutuhan untuk kepercayaan. Para peneliti telah menemukan bahwa orang di Internet mengurangi ketidakpastian dengan mengajukan pertanyaan menyelidik secara langsung. (Tidwell dan Walther 2002). Penggunaan profil, dan khususnya foto, juga dirancang untuk meningkatkan tingkat kepercayaan interpersonal sekaligus mengurangi tingkat ketidakpastian (Tanis dan Postmes 2007; Whitty 2007a, dicetak; Whitty dan Carr 2006a).

Maka penjual dalam Forum Jual Beli Kaskus mempunyai cara untuk mempresentasikan diri, yang nantinya akan menentukan seberapa sukses mereka dalam hubungan bisnis *online*. (Whitty 2007a; Whitty dan Carr 2006a). Dalam Forum Jual Beli Kaskus, penjual menetapkan sebuah gambaran rinci mengenai diri mereka dan produk mereka sebelum berinteraksi (misalnya situs forum jual

beli/pasar *online*). Dalam dimensi sosial media yang dikutip dalam jurnal bisnis, *Users of world unite! The challenges and opportunities of Social Media*, konsep presentasi diri menyatakan bahwa setiap jenis orang dalam interaksi sosial memiliki keinginan untuk mengendalikan orang lain dalam pembentukan kesan positif untuk mereka (Goffman, 1959). Sisi negatif dalam forum jual beli adalah resiko yang cukup tinggi bahwa setiap orang dapat menggunakan banyak identitas (ID) dalam forum jual beli di Kaskus tanpa harus sesuai dengan identitas resmi untuk melakukan proses transaksi. Selain itu, barang yang diperjualbelikan pun tidak dapat terlihat nyata seperti dalam transaksi *face to face* tapi hanya disajikan secara virtual. Hal ini lah yang menyebabkan adanya ketidakpastian pada pengguna Kaskus di forum jual beli.

Kelley dan Thibaut (1978) juga menggaris bawahi pentingnya pengurangan ketidakpastian dalam pembentukan kepercayaan dan mereka berpendapat bahwa orang bisa memiliki kesempatan untuk mencapai beberapa tingkat kepercayaan oleh pertukaran pesan. (dikutip dalam Holmes & Rempel, 1989). Hal ini penting dilakukan oleh penjual pada Forum Jual Beli Kaskus. Kepercayaan juga ditemukan menjadi masalah penting untuk hubungan memuaskan (Mitchell, 1990). Bahwa apabila si penjual sudah bisa memuaskan si pembeli maka kepercayaan kepada si penjualpun meningkat. Ini merupakan tujuan dari kompetensi yang dimiliki penjual. Meskipun media komputer adalah sebuah yang sangat ambigu dan media yang tidak terstruktur, di mana orang tidak perlu mengandalkan orang karena hal tersebut orang cenderung percaya isyarat visual melebihi daripada yang lain. Maka dibutuhkan kompetensi seseorang dalam berkomunikasi agar dapat dipercaya oleh orang lain.

Tidak dipungkiri bahwa Kaskus.us sampai saat ini telah sukses. Namun, hal ini tidak berarti bahwa semua orang merasa benar-benar aman. Seperti yang diungkapkan Cheung dan Lee (2006) dalam buku *Trust and New Technologies* menyarankan penjual yang melakukan bisnis *online* untuk mempromosikan persepsi kompetensi melalui memberikan tata bahasa, ejaan yang benar, informasi yang lengkap dan akurat dan design yang baik. Hal ini nantinya akan memunculkan reputasi sebagai representasi kolektif dari tindakan masalalu yang mencakup kemampuan penjual berdasarkan hasil kinerja masa lalu dengan

pembeli, dan dapat membantu calon pembeli lain untuk menilai kemungkinan perilaku penjual dalam transaksi masa depan. Kaskus dengan komunikasi bermediasi komputer dapat menampilkan kompetensi-kompetensi penjual dan hal ini dapat diterapkan untuk membangun kepercayaan calon pembeli kepada penjual. Pada titik ini, peneliti tertarik untuk meneliti *performative competence* dalam berkomunikasi yang dimiliki penjual pada Forum Jual Beli Kaskus sebagai upaya membangun kepercayaan pengguna Kaskus. Ketertarikan ini dapat didasarkan pada alasan bagaimana seseorang percaya kepada penjual forum jual beli *online*, padahal mereka belum pernah bertatap muka secara langsung. Ketertarikan lainnya adalah karena tingkat pertumbuhan pengguna Kaskus yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal yang lainnya adalah Kaskus merupakan sosial media dengan faktor anonimitas tinggi. Realitas ini merupakan kondisi yang beresiko mengingat bahwa cukup tingginya resiko penipuan dalam Forum Jual Beli Kaskus. Melalui penelitian ini diharapkan peneliti mengetahui bagaimana *performative competence* yang dimiliki penjual pada Forum Jual Beli Kaskus dalam membangun *trust* pengguna Kaskus.

1.2 Permasalahan

Saat ini, orang menggunakan Internet selain sebagai sarana untuk mengembangkan jejaring sosial juga untuk berbagai kegiatan yang memerlukan kepercayaan sebagai faktor utama, seperti perbankan, belanja, menjalankan bisnis, dan terlibat dalam aktivitas kerja. (Monica, 2009, p. 5) Menurut pengamatan Kant yang dikutip dari buku *Trust And Virtual World*, bahwa adanya kejujuran dan penipuan dalam interaksi secara *online*. Pertama, interaksi secara *online* masih berbasis teks, dan kita tidak dipercaya—merupakan petunjuk penting dalam membina hubungan sosial di dunia offline. *Emoticon* adalah pengganti ekspresi wajah dan bahasa tubuh ketika kita berusaha menafsirkan maksud di balik komunikasi verbal. Dari hal ini, berdasarkan perkembangannya maka penting untuk membangun suatu hubungan *online* berdasarkan kepercayaan, termasuk hubungan pengguna dalam sosial media pada Forum Jual Beli Kaskus (Cocking & Matthews, 2000; Nissenbaum, 2001; Weckert, 2005; Briggles, 2008; Myskja, 2008).

Menurut PR Smith & Ze Zook dalam bukunya *Marketing Communications Integrating Offline And Online With Social Media*, kemunculan sosial media saat ini telah membuat era baru untuk mengembangkan bisnis dan memfasilitasi orang banyak untuk berkomunikasi lebih mudah kepada lebih banyak orang kapan pun sesuai dengan yang kita inginkan. Pengguna Internet ini telah menemukan cara baru untuk mengetahui tentang produk dan layanan produk dengan meninjau situs dengan melihat rating, atau bergabung dengan forum *online* seperti Forum Jual Beli Kaskus. Baik dari penjual atau pembeli yang berinteraksi dalam forum memang “saling berbagi” informasi mengenai suatu produk baik kelemahan ataupun kekuatan produk tersebut.

Memang sulit membangun *trust* kepada penjual secara langsung karena produk yang dijual tidak dapat dilihat secara nyata. Maka penjual harus memberikan situasi yang *familiarity* kepada pengguna Kaskus agar *confidence* untuk membeli produknya. Bagi penjual, dengan membangun *trust* kepada penggunanya dalam forum jual beli maka si penjual harus lebih dalam mengungkapkan diri baik dalam produk maupun profil mengenai dirinya, dan sediakan foto-foto tentang dirinya untuk membangun kredibilitas. Hal ini juga terlihat bagaimana orang percaya pada *e-commerce* yang sangat beresiko untuk dipercaya. (Monica, 2009, 5). Tanpa resiko atau kerentanan tidak ada kebutuhan untuk *trust*. Maka pembeli di Forum Jual Beli Kaskus biasanya mengajukan banyak pertanyaan kepada si penjual mengenai produk dengan cara *email*, telepon, SMS, *private messaging*, *visitor messaging*, atau langsung di *thread* si penjual.

Berdasarkan hal ini memang pembeli mau tidak mau harus mempunyai *trust* keyakinan terhadap kompetensi penjual yang menjual barangnya, bagaimana barang tersebut akan menyediakan layanan dan visualisasi barang sesuai yang ditampilkan di forum. Pengguna sebagai calon pembeli harus percaya bahwa penjual mengatakan kebenaran mengenai kebenaran barang yang mereka jual, bahwa barang akan tiba tepat waktu dan apa barang tersebut seperti yang dijelaskan di website. *Trust* lain bahwa si penjual dapat menjaga informasi pribadi si pembeli seperti informasi kartu kredit yang kita gunakan beserta informasi mengenai diri kita seperti alamat rumah, kantor dimana barang tersebut dikirim.

Semua ini meliputi *performative competence* yang dimiliki penjual kepada pembeli yang meliputi *interpretive competence*, *role competence*, *self competence*, *goal competence* dan *message competence*. Kesemua harus dimiliki seorang penjual agar dapat membangun *trust* kepada pengguna Kaskus.

Strategi komunikasi yang ampuh juga untuk menanggulangi resiko yang paling berat bagi penjual, jika ada kemungkinan pembeli akan meninggalkan pesan yang tidak layak atau negatif. Dalam Forum Jual Beli Kaskus, dapat dilihat bahwa para penjual, mengelola kesan terhadap pengguna Kaskus tujuannya agar barang yang dijual dapat dipercaya oleh pengguna Kaskus dan pembeli meninggalkan pesan positif terhadap barang yang ia jual. Semua itu bertujuan agar pesan tersebut dapat membangun *trust* si pembeli terhadap si penjual dalam forum jual beli. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti mencoba mengamati hal-hal penting sebagai bentuk rumusan dari pokok permasalahan. Pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *performative competence* penjual pada Forum Jual Beli Kaskus dalam membangun *trust* pengguna Kaskus?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aspek-aspek penting dalam model *performative competence* yang dimiliki penjual dalam situasi *online*. Secara spesifik penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui bagaimana *performative competence* penjual pada Forum Jual Beli Kaskus dalam membangun *trust* pengguna Kaskus.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan memperkaya konsep *performative competence* dalam media *online* pada konteks forum jual beli *online* dalam rangka menunjukkan kemampuan berkomunikasi secara efektif.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terhadap Kaskus sebagai situs komunitas terbesar di Indonesia agar lebih meningkatkan *trust* penggunaannya agar merasa aman untuk terus bertransaksi di Forum Jual Beli Kaskus.

3. Manfaat Sosial

Hasil penelitian ini juga diharapkan agar bisa bermanfaat untuk masyarakat yang ingin mengetahui dan memahami Forum Jual Beli Kaskus.





BAB 2

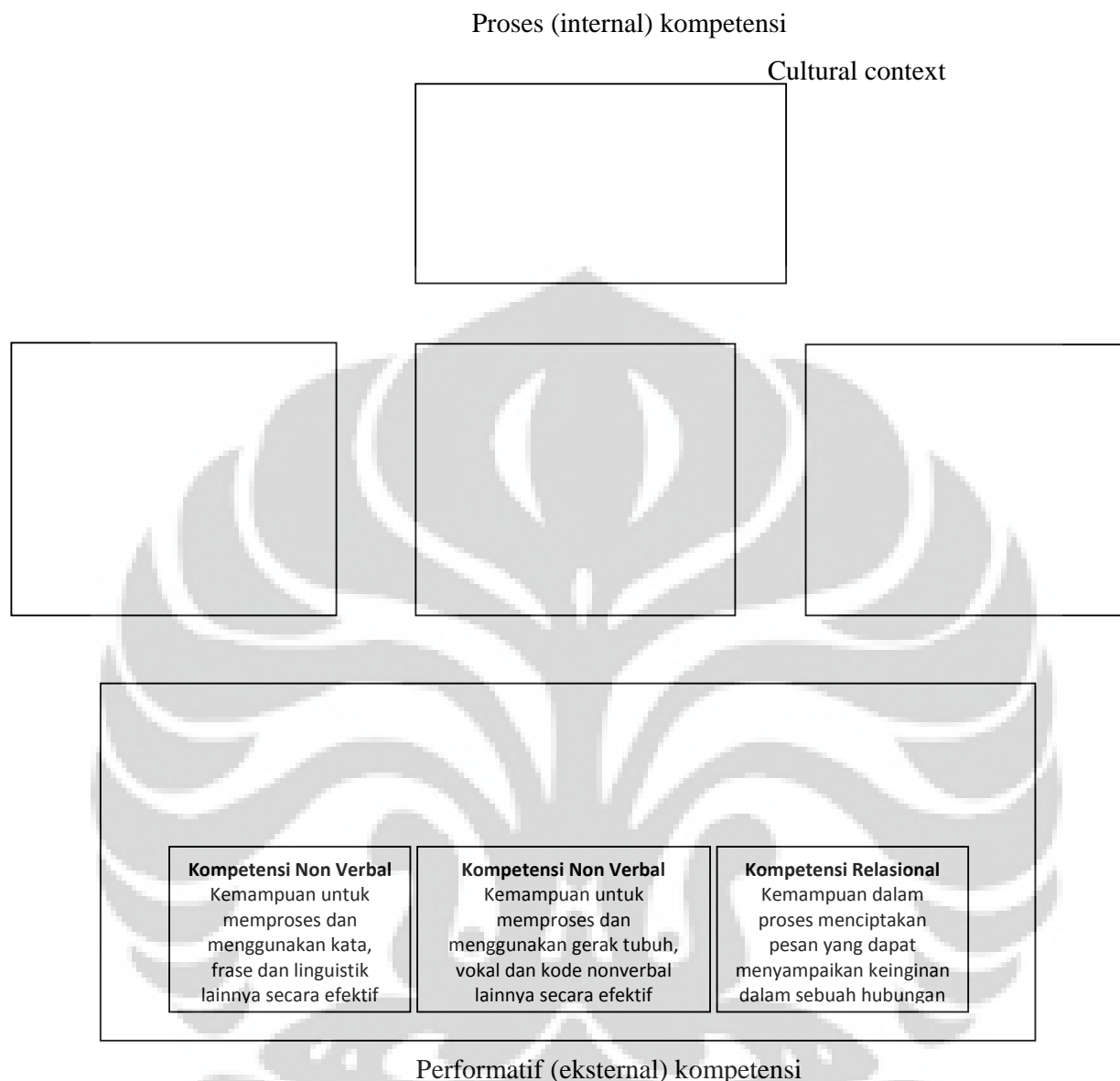
KERANGKA PEMIKIRAN

Terkait dengan topik yang diteliti tentang *performative competence* yang dimiliki penjual pada Forum Jual Beli Kaskus dalam upaya membangun *trust* pengguna Kaskus. Maka pada bagian ini peneliti akan memaparkan mengenai Kompetensi Komunikatif (*Communicative Competence*), *Self Presentation*, *Trust*, dan *Computer Mediated Communication* (CMC) dan *Internet*.

2.1 Kompetensi Komunikatif (*Communicative Competence*)

Kompetensi komunikatif adalah kemampuan untuk berkomunikasi dalam tata krama yang secara pribadi efektif dan sesuai dengan lingkungan sosialnya (Trenholm & Arthur, 1999, p. 10). Kompetensi komunikatif seseorang dipengaruhi oleh kompetensi-kompetensi yang terdiri dari *interpretive competence*, *self competence*, *role competence*, *goal competence*, dan *message competence*. Seseorang dapat menjadi komunikator yang kompeten harus mengetahui bagaimana melakukan hal-hal tersebut secara benar.

Kompetensi komunikasi merupakan kemampuan untuk berkomunikasi dengan tata cara yang efektif secara personal dan layak secara sosial. Kadar dari kompetensi komunikasi merupakan kadar dimana perilaku kita dianggap layak dalam situasi tertentu dan membantu kita mencapai tujuan pribadi dan relasional. Kelima proses dalam kompetensi komunikasi diatas penting untuk mendukung performa yang baik. Sayangnya, orang yang tahu bagaimana berkomunikasi belum tentu menjamin akan mengatakan atau melakukan sesuatu yang benar. Seseorang mengetahui apa yang diperlukan pada situasi tertentu dan belum melakukannya dengan tepat. Beberapa faktor dapat menyebabkan kegagalan komunikasi, diantaranya keadaan fisik individu seperti kelelahan atau kegelisahan, sikap yang bertentangan, keyakinan dan nilai, kurangnya motivasi dan sedikit keraskepala. Pada akhirnya, kurangnya latihan dalam berkomunikasi dapat menyebabkan kekakuan dan terlihat seperti dibuat-buat. (Sarah Trenholm, p.12-17). Di bawah ini merupakan bagan dari kompetensi komunikasi interpersonal.



Gambar 1
Model Kompetensi Komunikasi Interpersonal

2.1.1 Interpretive Competence

Kompetensi interpretif merupakan kemampuan atau keterampilan untuk menentukan, mengorganisir, dan menginterpretasikan keadaan sekitar interaksi. Kita hidup dan berkomunikasi di dunia dengan beragam rangsangan. Karena kita tidak dapat memberikan respon kepada semua rangsangan, kita harus belajar memilih informasi yang penting dan mengabaikan informasi yang tidak relevan.

Agar dapat berkomunikasi secara efektif, kita harus memahami situasi kita dan lawan bicara kita. Kita juga harus dapat mengidentifikasi perasaan dan kebutuhan kita. Kompetensi interpretif membantu kita mengevaluasi situasi dan orang-orang, menamai mereka, mengidentifikasi karakteristik mereka, dan memutuskan perilaku mana yang akan ditunjukkan kepada mereka.

2.1.2 *Self Competence*

Individu yang terlalu terpaku pada kompetensi peran akan menjadi robot sosial. Untuk mengimbangnya maka kompetensi diri diperlukan. Kompetensi diri adalah kemampuan atau keterampilan untuk memilih dan mempresentasikan citra diri. Individu dengan kompetensi diri yang baik mampu memahami siapa mereka dan apa yang mereka inginkan serta mampu mengekspresikan diri mereka kepada orang lain. Konsep diri merujuk kepada cara kita memandang diri sendiri. Jika konsep diri kita negatif, kita akan cenderung menghindari situasi komunikasi tertentu dan berkomunikasi dengan ragu serta waspada. Sementara jika konsep diri kita positif atau kepercayaan diri kita tinggi, maka kita mampu berkomunikasi dalam setiap situasi komunikasi. Individu yang kompetensi perannya kurang memiliki gaya komunikasi yang konsisten. Hal ini disebabkan karena mereka tidak yakin dengan diri mereka. Mereka mengalami kesulitan dalam mengekspresikan pikiran dan perasaan.

2.1.3 *Role Competence*

Kompetensi peran adalah kemampuan menempati sebuah peran sosial dan memahami perilaku yang sesuai dengan peran tersebut. Agar dapat berkomunikasi dengan efektif, kita harus mengetahui peran apa yang aman dalam setiap situasi. Kita juga harus mengetahui perilaku mana yang layak dan mana yang tidak layak. Walaupun telah mempelajari norma dari kelompok kita, namun kadang kita kesulitan berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki latar belakang berbeda dengan kita. Individu yang dipindahkan dari lingkungannya dan ditempatkan di lingkungan baru yang berbeda akan mengalami kesulitan menjalankan kompetensi peran. Sebuah peran bukanlah perilaku palsu, peranan menunjukkan bahwa setiap orang berperilaku berbeda pada setiap situasi yang berbeda pula. Kita harus

mengetahui nilai-nilai perilaku mana yang pantas dan mana yang tidak. Mereka yang tidak memiliki kompetensi peran seringkali dianggap kasar atau tidak.

Kita juga memiliki banyak peran, namun menurut McCall dan Simmon, peran yang kita pilih untuk ditampilkan pada situasi tertentu dipengaruhi oleh tiga faktor:

1. Dukungan yang diterima ketika menjalankan suatu peran

Apabila orang-orang sekitar kita memberikan dukungan terhadap hal-hal yang kita lakukan maka kita lebih leluasa untuk menjalankan peran kita. Menurut Charles Horton Cooley, pegangan orang lain terhadap kita merefleksikan siapa diri kita dan apa yang kita lakukan (*looking-glass self*) cermin diri. Jadi walaupun kita mempunyai kemauan kuat dan kepercayaan diri, tetapi bila orang lain menganggap kita sebagai orang yang tidak kompeten maka kita akan mempertanyakan kemampuan kita sendiri.

2. Komitmen yang dirasakan terhadap peran tersebut

Jumlah dari materi maupun nonmateri yang dikeluarkan untuk menampilkan suatu peran juga menunjukkan seberapa pentingnya peran yang dijalankan tersebut. Contohnya sejak kecil kita kagum dengan seseorang pelari, dan ingin menjadi pelari tersebut. Maka dengan gigih kita menjalankan komitmen tersebut dengan membeli sepatu lari yang mahal dan menyewa seorang pelatih.

3. Imbalan yang diterima dari peran yang ditampilkan

Keuntungan dan kerugian yang diperoleh melalui suatu peran juga menentukan seberapa pentingnya peran tersebut. Contohnya perasaan seorang pelari ketika berhasil melakukan sesuatu yang tidak dapat dilakukan oleh orang lain. Namun jika seseorang pelari gagal menyelesaikan pertandingan, mengalami cedera serta akan menjadi bangkrut karena membayar pendaftaran, maka ia akan mempertimbangkan untuk menjadi seorang pelari.

2.1.4 Goal Competence

Kompetensi tujuan adalah kemampuan atau keterampilan untuk menetapkan tujuan, mengantisipasi konsekuensi yang mungkin muncul, dan memilih tindakan-tindakan yang efektif. Walaupun tidak semua komunikasi direncanakan, namun tetap melibatkan pemilihan strategi verbal. Agar dapat memilih pesan yang sesuai,

komunikator harus mengetahui apa yang ingin dicapai, menentukan hambatan yang akan ditemui, dan menentukan tindakan untuk mengatasi hambatan tersebut. Kompetensi tujuan tidak dapat dicapai mudah. Individu yang tidak memiliki kompetensi tujuan tidak mampu membayangkan dunia seperti yang dilihat orang lain, dan pilihan perilaku mereka sangat terbatas. Mereka tidak tahu bagaimana menyusun sebuah argumen atau mempresentasikan penampilan yang efektif. Mereka juga tidak mampu memilih strategi dengan baik. Orang lain akan sulit mengerti pesan mereka dan menilai mereka sebagai orang yang dingin dan canggung.

2.1.5 Message Competence

Kompetensi pesan adalah kemampuan atau keterampilan untuk memilih pesan yang dapat dimengerti oleh orang lain dan juga memilih pesan yang dipilih sebagai respon kepada orang lain.

A. Kompetensi Verbal

Kompetensi verbal adalah proses komunikasi dengan menggunakan pesan verbal (lisan dan tulisan) atau proses penyampaian pesan menggunakan kata-kata (bahasa). Untuk memahami dan menggunakan bahasa yang tepat, ada tiga tahapan makna bahasa yang harus dipahami dengan baik :

a. Makna Semantik

Pada tahap ini setiap komunikator yang kompeten harus memiliki kemampuan untuk memilih kata-kata yang tepat ketika berkomunikasi. Kesalahan dalam pemilihan kata-kata dapat berakibat kepada pengucilan dan penolakan oleh anggota kelompok.

b. Makna Sintatik

Sintatik merupakan produk dari pembelajaran sosial, karena sintatik seringkali dianggap sebagai penanda status sosial ekonomi dan sosial dan juga penanda kemampuan intelektual dan tingkat moralitas seseorang. Seorang yang kompeten harus mampu menyusun kata-kata sesuai dengan tata bahasa yang benar. Kesalahan dalam tahap ini dapat menimbulkan persepsi negatif komunikasi terhadap komunikator.

c. Makna Pragmatik

Untuk menjadi kompeten secara pragmatik maka komunikator harus dapat mengidentifikasi konteks dimana komunikasi terjadi. Kesalahan dalam tahap ini juga sangat mempengaruhi persepsi komunikan terhadap komunikator

B. Kompetensi Nonverbal

Kompetensi nonverbal menurut DeVitto dalam buku *Human Communication Basic Course* adalah kemampuan untuk memproses dan menggunakan kode-kode nonverbal untuk menyampaikan makna dengan cara yang efektif. Kode-kode nonverbal berfungsi sebagai ekspresi makna, modifikasi pesan verbal, dan sebagai pengatur alur interaksi. Perilaku nonverbal harus sadar dirasakan baik oleh pengirim atau penerima, dimaksudkan sebagai pesan oleh pengirim dan ditafsirkan oleh penerima sebagaimana yang dimaksud pengirim.

Ada tiga fungsi yang sangat penting dalam sebuah pesan non verbal (Sarah Trenholm, 1996, p. 58-60) yaitu :

a. Mengekspresikan Makna

Pesan nonverbal sering digunakan untuk menyampaikan bagaimana perasaan kita tentang orang lain dan bagaimana kita melihat hubungan kita dengan mereka. Menurut Albert Mehrabian bahwa ada tiga dimensi mendasar dari perasaan yang diungkapkan melalui komunikasi nonverbal: suka, status, dan responsif. Ekspresi nonverbal suka atau tidak suka adalah ketika orang senyum atau menaikan hidung mereka pada satu sama lain. Status adalah isyarat-isyarat nonverbal yang disampaikan dengan menunjukkan seberapa penting atau berpengaruh hubungan kita dengan orang lain. Responsive menunjukkan bagaimana kita menyadari orang lain dan apa yang membuat keterlibatan kita terhadap orang lain. Menangis atau tertawa akan menunjukkan respon yang tinggi terhadap orang lain.

b. Memodifikasi Pesan Verbal

Pesan nonverbal dapat melengkapi, aksen, dapat diulang, dapat menggantikan atau bertentangan dengan pesan verbal. Melengkapi pesan verbal dengan nonverbal seperti seseorang yang sedang sakit maka dengan muka memerah, dan terlihat lunglai maka itu memperlihatkan kita bahwa ia sedang

sakit. Aksentu pada pesan nonverbal menunjukkan kita bahwa nonverbal yang menggarisbawahi atau fokus perhatiannya pada kata tertentu. Misalnya kita duduk dimeja dengan mengepal tangan dan pada saat itu anda berkata “Ya, kita dapat melakukannya”. Terkadang kita memberikan pesan verbal dengan mengulang pesan nonverbal yang dapat membantu orang lain mengerti secara keseluruhan pesan. Contoh bahwa seseorang mengatakan “Ya” terhadap sesuatu maka ia akan menambahkan pesan non verbal dengan menganggukan kepalanya. Pesan nonverbal dapat menggantikan pesan verbal bahwa menatap dingin seseorang lebih baik daripada berkata tidak.

c. Mengatur alur interaksi

Ketika dua orang berbicara, nonverbal terutama yang bekerja untuk kelancaran komunikasi, menghindari jeda panjang, mengubah topik, bahkan sinyal kapan saat yang tepat untuk mengakhiri percakapan.

C. Kompetensi Hubungan

Untuk mencapai kompetensi komunikasi, kita harus memahami kompetensi verbal dan nonverbal. Kombinasi antara keduanya menghasilkan dua macam makna, makna isi dan makna hubungan. Makna isi mengkomunikasikan topik eksplisit dari pesan, mengandung ide dan perasaan yang ingin disampaikan pembicara. Makna hubungan bersifat lebih implisit dan kontekstual menggambarkan hubungan kita dengan pembicara. Makna isi menggambarkan apa yang dikatakan sementara makna hubungan menggambarkan bagaimana kita mengatakannya. Karena perannya ini, kompetensi hubungan berperan sebagai kemampuan untuk memproses dan menciptakan pesan yang menggambarkan bentuk hubungan yang diasumsikan atau diharapkan oleh komunikator tersebut.

2.2 Self Presentation

Impression Management atau biasa dinamakan dengan *self presentation* adalah hal yang dilakukan seseorang dengan proses mengkomunikasikan kesan terhadap diri sendiri kepada orang lain. (DeVito, 2007, p. 71). *Impression Management* dilatih dengan cara menciptakan kesan yang positif dari diri individu untuk mengontrol apa yang orang lain pikirkan tentang individu dan bagaimana mereka melihat individu (Gamble & Gambel, 2005, p. 73). Definisi manajemen

kesan juga sebagai upaya sadar seorang individu untuk melakukan kontrol atas perilaku komunikatif yang telah diseleksi dan isyaratnya dengan tujuan untuk membuat kesan yang diinginkan. (Leathers, 1992, p. 204).

Menurut Erving Goffman (1959), mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran-diri yang akan diterima oleh orang lain. Ia menyebut upaya itu sebagai “pengelolaan kesan” (*impression management*), yakni teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Menurutnya, kebanyakan atribut, milik, atau aktifitas manusia digunakan untuk presentasi diri ini, termasuk busana yang kita pakai, tempat kita tinggal, cara kita berbicara, dan sebagainya. Memang segala sesuatu yang terbuka mengenai diri kita sendiri dapat digunakan untuk memberi tahu orang lain siapa kita. Kita melakukan hal itu dari situasi-situasi. Pendeknya, bahwa kita lah yang “mengelola” informasi yang kita berikan kepada orang lain. Kita sadar bahwa orang lain pun berbuat hal yang sama terhadap kita, dan kita memperlakukan sesuai dengan citra-dirinya yang kita bayangkan dalam benak kita. Jadi kita bukan hanya pelaku, tetapi juga sekaligus sebagai khalayak. Teori Goffman khususnya berintikan pandangan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola kesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya.

Ia juga menyatakan *self presentation* adalah teori yang awalnya dikembangkan untuk menjelaskan presentasi diri terhadap perilaku di interaksi FtF, dan sejak itu teori ini diterapkan diberbagai interaksi, termasuk situasi sehari-hari (Nezlek & Leary, 2002), mengemudi (Bassett, Cate & Dabbs, 2002), dan interaksi bermediasi (Dominick, 1999; Papacharissi, 2002). Teori *self presentation* juga sudah diterapkan pada *Computer Mediated Communication* (CMC), pada email (Gradis, 2003), situs pribadi (Dominick, 1999; Kim & Papacharissi, 2003; Papacharissi, 2002), blog (Bortree, 2005; Trammell & Keshelashvii, 2005), dan *online personals* (Ellison, Heino, 2006).

Menurut DeVito dalam buku *Interpersonal Communication Twelfth Edition*, terdapat beberapa tipologi hubungan interpersonal mengenai tujuan dan strategi dari *impression manajemen*, terdiri dari :

A. *To Be Liked : Immediacy and Affinity-Seeking Strategies*

Immediacy adalah penciptaan kedekatan, rasa kebersamaan, kesatuan, antara komunikator dan komunikan. Ketika anda berkomunikasi *immediacy* berarti anda mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian, menyukai dan membuat ketertarikan pada orang lain. Mengkomunikasikan *immediacy* dapat dikomunikasikan secara verbal dan nonverbal. Berikut beberapa saran untuk mengkomunikasikan *immediacy* secara verbal (Mottet & Richmond, 1998) dan nonverbal (Richmond, McCroskey, & Hickson, 2008).

- *self disclosure* : membuka sesuatu yang signifikan mengenai diri sendiri
- merujuk pada kualitas orang lain seperti perkataan, ketergantungan, intelektual atau karakter
- mengekspresikan pandangan positif terhadap orang lain dan hubungan Anda
- berbicara mengenai kesamaan, hal-hal yang Anda dan orang lain lakukan bersama-sama atau berbagi
- menunjukkan respon dengan memberikan petunjuk feedback yang mengindikasikan anda ingin mendengar dan tertarik
- mengekspresikan kedekatan secara psikologis dan keterbukaan
- fokus pada komentar orang lain. Buatlah sumber tahu bahwa anda mendengar dan mengerti apa yang telah dikatakan dan memberi feedback verbal dan nonverbal yang pantas

Affinity-seeking strategies, strategi ini digunakan untuk meningkatkan peluang agar disukai oleh seseorang. (Bell & Daly, 1984). Strategi ini penting khususnya dalam interaksi awal dan digunakan oleh guru untuk meningkatkan motivasi murid (Martin & Rubin, 1998; Myers & Zhong, 2004; Wrench, McCroskey, & Richmond, 2008).

- membantu orang lain
- tampil menjadi mengatur sebagai pemimpin, sebagai seseorang yang mengambil alih tugas
- menampilkan diri Anda dengan status sosial yang sama dengan yang lain
- menampilkan diri Anda santai dan menyenangkan ketika dengan yang lainnya
- mengizinkan orang lain untuk mengambil kendali atas aktivitas relasional

- ikuti aturan-aturan budaya untuk sopan, bercakap secara kooperatif dengan yang lainnya
- tampil aktif, antusias dan dinamis
- merangsang dan mendorong orang lain untuk berbicara tentang dirinya sendiri, memperkuat pengungkapan dan kontribusi lain
- memastikan bahwa kegiatan lainnya adalah menyenangkan dan positif
- sertakan orang lain dalam kegiatan sosial dan kelompok
- tunjukkan bahwa hubungan Anda dengan lainnya adalah lebih dekat daripada yang sebenarnya
- dengarkan dengan penuh perhatian dan aktif
- tertarik berkomunikasi dengan lainnya
- terlibat dalam keterbukaan diri dengan lainnya
- tampil optimis ada positif daripada pesimis dan negatif
- tampil ke yang lain sebagai individu independen dan pemikiran bebas
- menampilkan diri secara fisik semenarik mungkin
- menampilkan sebagai orang yang menarik untuk dikenal
- menampilkan diri sebagai seseorang yang mampu untuk memberi imbalan kepada yang lain untuk bergaul dengan anda
- menampilkan diri untuk menghormati orang lain dan membantu lainnya untuk merasa positif tentang dirinya sendiri
- mengatur situasi sehingga anda dan lainnya akan sering berhubungan
- berkomunikasi dengan kehangatan dan empati terhadap lainnya
- menunjukkan bahwa anda berbagi dikap dan nilai-nilai signifikan dengan lainnya
- berkomunikasi dalam interaksi antarpribadi lainnya
- menampilkan diri terhadap lainnya jujur dan dapat diandalkan

B. To Be Believed : Credibility Strategis

Sebuah konsep yang memperlihatkan kompetensi, karakter dan karisma dari diri sendiri. Contohnya, untuk membangun kompetensi Anda, anda mungkin menyebutkan latar belakang pendidikan anda atau apapun yang memenuhi syarat anda sebagai seorang ahli. Untuk memperlihatkan bagaimana anda berkarakter baik, anda mungkin menyebutkan bahwa bagaimana anda jujur dan peduli terhadap orang lain. Dan untuk membangun karisma anda, anda mungkin menunjukkan antusiasme, empati, positif dan meminimalkan negatif.

Menurut DeVito, kompetensi adalah pengetahuan dan keahlian anda yang ingin orang lain lihat : mirip dengan keahlian dan kekuatan komunikasi. Semakain banyak orang lain mengetahuo keahlian dan pengetahuan anda, semakun mereka mempercayai anda. (DeVito, 2007, p. 306)

Karakter adalah ketika orang melihat anda kredibel bila mereka menganggap anda sebagai seseorang dengan karakter moral yang baik, seseorang

dengan jujur, dan seseorang yang dapat mereka percaya. Bila mereka merasa bahwa niat anda baik pada mereka (dibanding dengan untuk keuntungan pribadi anda sendiri), mereka akan berpikir anda kredibel dan mereka akan mempercayai anda. (DeVito, 2007, p. 306)

Karisma adalah kombinasi pribadi dan dinamika sebagaimana yang dilihat orang lain terhadap anda. Bila anda terlihat bersahabat dan ramah dibanding menyendiri dan berhati-hati, dinamis dibanding ragu-ragu dan berbicara tidak tegas dengan ini maka anda terlihat lebih kredibel. (DeVito, 2007, p. 306)

Banyak cara untuk menunjukkan kredibilitas, diantaranya menunjukkan keahlian dengan pantas, bersikap jujur, menunjukkan perhatian kepada yang lain, menunjukkan konsisten dan berkarakter moral yang baik, menunjukkan pandangan positif bahwa orang yang positif akan banyak disukai dan dipercaya, dan bersemangat atau antusias terhadap sesuatu maka ini akan menunjukkan karisma anda.

C. To Confirm Self-Image: Image-Confirming Strategies

Strategi ini terlihat pada saat anda berkomunikasi untuk mengkonfirmasi citra diri anda. Anda akan membiarkan orang lain tahu siapa anda, ini adalah bagaimana anda ingin dilihat. Disaat anda mengungkapkan citra diri yang diinginkan, sisi negatifnya adalah kemungkinan besar anda akan mengungkapkan aspek-aspek yang akan merusak citra diri tersebut.

2.3 Keefektifan Hubungan Antarpribadi

Keefektifan hubungan antarpribadi adalah taraf seberapa jauh akibat-akibat dari tingkah laku kita sesuai dengan yang kita harapkan. Bila kita berinteraksi dengan orang lain, biasanya kita ingin menciptakan dampak tertentu, merangsang munculnya gagasan-gagasan tertentu, menciptakan kesan-kesan tertentu, atau menimbulkan reaksi-reaksi perasaan tertentu dalam diri orang lain tersebut. Kadang-kadang kita berhasil mencapai semuanya itu, namun ada kalanya kita gagal. Artinya, kadang-kadang orang memberikan reaksi terhadap tingkah laku dengan cara yang sangat berbeda dari yang kita harapkan.

Keefektifan kita dalam hubungan antarpribadi ditentukan oleh kemampuan kita untuk mengkomunikasikan secara jelas apa yang ingin kita sampaikan,

menciptakan kesan yang kita inginkan, atau mempengaruhi orang lain sesuai dengan kehendak kita. Kita dapat meningkatkan keefektifan kita dalam hubungan antarpribadi dengan cara berlatih mengungkapkan maksud-keinginan kita, menerima umpan baik tentang tingkah laku kita, dan memodifikasi tingkah laku kita sampai orang lain mempersepsikan sebagaimana kita maksudkan. Artinya sampai akibat-akibat yang ditimbulkan oleh tingkah laku kita dalam diri orang lain seperti yang kita maksudkan.

2.4 Trust

Mempercayai seseorang, bagaimanapun, berarti beresiko. Padahal kepercayaan atau *trust* adalah penting untuk sebuah hubungan. Pada penelitian ini, teori kepercayaan yang digunakan adalah dari Luhmann. Luhmann dalam bukunya *Trust and Power* (1979, p. 4) mengakui bahwa masyarakat tidak mungkin tanpa kepercayaan karena kepercayaan adalah fakta dasar kehidupan sosial dan bentuk yang efektif dalam mengurangi kompleksitas dalam bermasyarakat. Sebuah masyarakat yang kompleks maka ada kebutuhan yang berkembang yaitu kepercayaan tetapi untuk dapat percaya maka kita mengambil resiko. Kepercayaan harus dinyatakan dalam beberapa cara. Dalam konteks penelitian ini, maka kepercayaan diekspresikan melalui komunikasi. Dengan komunikasi, kita dapat mengurangi kompleksitas tetapi tidak dapat menghilangkannya. Kepercayaan yang dikomunikasikan hanya terbentuk dimana kepercayaan dibutuhkan. Orang harus memutuskan bahwa mereka harus percaya agar dapat mengelola resiko maka mereka dalam berkomunikasi harus saling terbuka dan berorientasi.

Kepercayaan menurut Luhmann juga diperlukan dalam hubungan interpersonal. Definisi kepercayaan menurut Luhmann (1979, p. 22) berfungsi untuk mengatasi unsur ketidakpastian perilaku orang lain dan resiko di masa depan. Kepercayaan mengandaikan situasi resiko, kepercayaan adalah didasarkan pada hubungan antara resiko dan tindakan. Kepercayaan dalam hubungan interpersonal memiliki empat kondisi yaitu :

- a. Proses kepercayaan yang menuntut komitmen bersama oleh kedua belah pihak yang terlibat di dalamnya.

- b. Kedua belah pihak harus mengetahui situasi yang tepat dan mereka harus tahu satu sama. Dalam membangun kepercayaan tergantung pada situasi yang mudah ditafsirkan, paling tidak ada kemungkinan komunikasi.
- c. Hal ini tidak mungkin untuk menuntut kepercayaan dari orang lain; kepercayaan hanya dapat ditawarkan dan diterima.
- d. Kepercayaan harus diperoleh. Membangun kepercayaan selalu membutuhkan setidaknya dua aktor, karena itu, komitmen bersama adalah prasyarat mutlak bagi kepercayaan.

Komunikasi dan tindakan memainkan peranan penting dalam membangun kepercayaan antarpribadi. Mereka juga dapat berbahaya dan beresiko sebab dalam komunikasi semua orang berperilaku dan berkata dengan cara tertentu. Oleh karena itu, komunikasi adalah usaha yang beresiko yang membutuhkan beberapa jenis jaminan. Kepercayaan akan minim ketika kita berhubungan erat dengan situasi yang *familiar* dan *confidence*. Kepercayaan adalah perbuatan sukarela, dengan mendapat kepercayaan berarti siapapun harus mengambil bagian dalam kehidupan sosial dan membangun harapan untuk *self presentation* kepada orang lain.

Menurut Luhmann, *familiarity* adalah fakta yang tak terhindarkan dari kehidupan manusia. Semua yang *familiarity* adalah sudah jelas atau *taken for granted*. Apa yang *familiarity* tidaklah kompleks. Untuk Luhmann, kepercayaan mencakup orientasi masa depan. Tetapi pada saat yang sama, ia mengakui, bahwa tidak ada masa depan tanpa masa lalu. Oleh karena itu, kepercayaan adalah mungkin dalam situasi yang *familiar*; membutuhkan sejarah sebagai latar belakang yang dapat diandalkan. Jadi *familiar* adalah prasyarat bagi kepercayaan. Maka untuk mengurangi kompleksitas, kita harus mengarahkan mata kita ke masa depan. Selain *familiarity*, *confidence* juga merupakan prasyarat dalam membangun kepercayaan. *Confidence* adalah bagian dari pikiran kita setelah disosialisasikan, menjadi terlihat jelas bahwa *confidence* merupakan bagian dari komunikasi. Karena *confidence* merupakan bagian dari sistem psikis kita maka dengan jelas bahwa kepercayaan mempengaruhi cara kita membangun kepercayaan. Kepercayaan demikian perlu *confidence* dan *confidence* membutuhkan kepercayaan.

Resiko, kompleksitas dan semakin pentingnya menekankan kepentingan yang membutuhkan *confidence* dan *trust*. Oleh karena itu, *confidence* dan *trust* adalah hal yang menentukan dan *familiarity* akan dapat bertahan sebagai lingkungan pergaulan yang murni. Konsep *trust* dan *confidence* mengacu pada ekspektasi yang mungkin dapat mengecewakan. Hal ini ada pada *confidence* yang ada dalam diri anda tergantung pada bahaya yang ada tetapi tidak selalu pada resiko. Untuk *trust*, sebagaimana dinyatakan di atas adalah untuk mengambil resiko. Hal ini membutuhkan keterlibatan anda pada situasi sebelumnya. Kepercayaan tidak tergantung pada bahaya yang ada tetapi resiko. Resiko yang muncul hanya sebagai komponen dari keputusan dan tindakan. Perbedaan antara *trust* dan *confidence* tergantung pada persepsi dan atribusi.

2.5 *Computer Mediated Communication (CMC)*

Menurut John December (1997), *Computer mediated communication (CMC)* adalah proses komunikasi melalui komputer, melibatkan orang-orang, berada dalam konteks yang terbatas dan saling berkaitan dalam proses membentuk media untuk bertujuan yang beraneka ragam. Susan Herring (1996) juga mendefinisikan bahwa CMC adalah komunikasi antara manusia melalui alat komputer (Thurlow, Lengel, dan Tomic, 2004). CMC juga adalah proses di mana ada tingkat hubungan antara individu termasuk dialog dan percakapan grup melalui komunikasi verbal atau pertukaran informasi melalui penggunaan jaringan komputer atau sistem konferensi komputer. Ini adalah komunikasi yang berlangsung dalam domain Internet di mana orang tidak bisa bersama orang lain secara fisik dan spasial, meskipun mereka berbagi ruang bersama, melalui Internet. Menurut Walther (1992, hal.52), CMC adalah

“synchronous [simultaneous] or asynchronous [delayed] electronic mail and computer conferencing, by which senders encode in-text messages that are relayed from senders’ computers to receivers” (dikutip dalam Cornwell & Lundgren, 2001).

CMC *synchronous* mengacu pada interaksi melalui mediasi komputer di mana orang berkomunikasi secara bersamaan dan harus bertemu secara *on-line*

pada saat yang sama seperti komunikasi di kehidupan nyata yaitu komunikasi *Face to Face* (FtF) di mana mereka berbagi konteks waktu secara bersama-sama. CMC *asynchronous* adalah sebaliknya, memungkinkan peserta untuk membaca dan menulis pesan pada waktu yang independen tanpa harus *online* pada waktu yang sama. (Walther, 1994; dikutip dalam Weisgerber, 2000, p. 2). Studi ini meneliti komunikasi *synchronous* yang disebut sebagai “chatting” termasuk surat elektronik. Di Internet orang berkomunikasi perlu untuk mengubah pikiran mereka dan perasaan menjadi kata-kata sehingga mereka dapat dibaca pada layar komputer.

Menurut Geyerman Graham, dalam buku *Communicating in public*, Masyarakat lebih memilih CMC dibanding FtF karena untuk memenuhi kebutuhan pribadi atau perorangan, antar pribadi, dan untuk percobaan. Kebutuhan pribadi termasuk manajemen kesan, keengganan sosial, menyamakan pengalaman, kontrol, intensionalitas dan pelarian. kebutuhan interpersonal termasuk berhubungan untuk mendapatkan informasi dari orang lain, CMC hyperpersonal, dan tujuan bisnis. Untuk percobaan, pengguna dapat bertindak di luar fantasi mereka, merubah norma sosial, dan melatih aspek kepribadian mereka. Dalam memenuhi kebutuhan pribadi dalam CMC, salah satunya adalah mengelola kesan atau *impression management*.

Dalam kehidupan kita, sadar atau tidak sadar kita berusaha untuk mengatur informasi mengenai diri kita baik yang dapat diketahui dan tidak dapat diketahui oleh orang lain. Karena mungkin tidak ada informasi secara visual atau suara, CMC menawarkan kesempatan untuk mengelola kesan orang lain terhadap diri kita. Dalam CMC, juga ada kebutuhan interpersonal, salah satunya adalah untuk berbisnis. Ketika CMC telah menjadi bisnis, kebutuhan interpersonal dan alur informasinya silang-menyilang. Keputusan bisa tercapai dengan cepat dan efisien karena lapisan manajemen dalam hirarki organisasi telah hilang, alur informasi juga lebih cepat, dan waktu dan biaya perjalanan juga berkurang hingga nol. (G. Graham, 1992, A-5)

Berikut ini adalah sedikit ringkasan dari beberapa konsep komunikasi yang menunjukkan bahwa komunikasi tatap muka dan CMC memiliki beberapa kesamaan dan juga perbedaan.

| Elemen Komunikasi Interpersonal | Tatap Muka | CMC |
|--|---|--|
| Pengirim (giliran bicara, penampilan diri, manajemen impresi) | Tampilan visual mengomunikasikan siapa si pengirim, karakter personalnya (jenis kelamin, perkiraan usia, ras, dll) jelas, dan terbuka ke inspeksi visual; penerima mengontrol perintah yang dihadirkan, penyamaran sulit dilakukan. | Pengirim menampilkan diri yang ingin dilihat orang lain, karakter personalnya samar dan dapat diketahui jika dicari tahu; pengirim mengontrol perintah yang ingin dibebaskan, penyamaran atau anonimitas mudah dilakukan. |
| Penerima (jumlah, ketertarikan, orang yang berpengaruh, formasi impresi) | <p>Satu atau sebagian kecil di sekitar yang dapat dilihat.</p> <p>Jumlah penerima terbatas tergantung yang ingin dituju; sulitnya mencari orang yang memiliki ketertarikan yang sama, terutama di komunitas yang terisolasi dengan sedikitnya mobiltas.</p> <p>Pesan dapat terdengar oleh atau disampaikan ke pihak yang berpengaruh, namun tidak secara verbatim dan tidak sepenuhnya akurat.</p> <p>Impresi didasari verbal dan non-verbal yang dirasa si penerima.</p> | <p>Satu, sedikit, atau sebanyak mungkin yang dapat ditemui di <i>chat room</i>, di daftar nama email, atau yang dapat dituju melalui papan buletin yang dibuat.</p> <p>Jumlah penerima tidak terbatas; dapat dengan mudah dan cepat mencari orang-orang yang memiliki ketertarikan sama.</p> <p>Pesan dapat diterima oleh yang lain atau diteruskan secara verbatim ke suatu (atau lebih) pihak yang berpengaruh (dengan atau tanpa sepengetahuan si pengirim).</p> <p>Impresi (biasanya) didasari pesan teks yang dibaca si penerima.</p> |
| Konteks (fisik, sementara, sosial-psikologis, kultural) | <p>Berada di tempat, ruang, dan jarak yang sama.</p> <p>Konteks seperti apa adanya, hanya bisa sedikit mengontrol konteks saat melakukan percakapan.</p> <p>Komunikasi dilakukan bersamaan—pesan dipertukarkan di waktu yang sama.</p> | <p>Berada di mana saja kita mau, terpisah ruang dan jarak.</p> <p>Dapat dengan mudah memilih waktu yang pas—saat ingin memberi respon.</p> <p>Dalam <i>chat room</i>, pesan instan, email, dan papan buletin yang dibuat, komunikasi bisa saja dipertukarkan saat</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | | bersamaan maupun tidak. |
| Saluran (<i>channel</i>) | <p><i>Channel</i> melalui suara + visual + sentuhan + jarak yang dekat.</p> <p>Saluran dua arah memungkinkan terjadinya inter aktivitas dengan segera.</p> | <p>Salurannya adalah teks yang nyata (meskipun ada suara dan grafik visual serta video).</p> <p>Saluran dua arah, inter aktivitas bisa langsung terjadi atau tertunda.</p> |
| Pesan (pesan verbal/ non-verbal, permanen, tujuan) | <p>Kata-kata yang terucap bersamaan dengan gerak tubuh, kontak mata, aksen, paralinguistik, jarak, bau, sentuhan, pakaian, rambut, dan semua tanda non-verbal.</p> <p>Pesan bersifat temporer, kecuali ucapan yang terekam hilang dengan cepatnya.</p> <p>Jarang menggunakan singkatan verbal.</p> | <p>Kata-kata yang tertulis sama persis dengan teks yang terlihat melalui media (komputer), meski sudah dirubah.</p> <p>Pesan bersifat permanen, kecuali jika dihapus.</p> <p>Tanda non-verbal terbatas, beberapa bisa diganti oleh <i>emoticons</i> atau kata-kata dan lainnya (seperti, bau dan sentuhan) tidak bisa digantikan.</p> |
| Respon meneruskan | Respon meneruskan dapat dilakukan secara verbal dan non-verbal. | Dalam email, terletak di bagian atas dan di baris ' <i>subject</i> ' layaknya di awal kalimat. |
| Respon balik | Biasanya responnya cepat/ segera, tapi bisa juga sedikit tertunda, namun kesegeraan yang diharapkan. | <p>Keterlambatan respon balik dalam email, grup diskusi <i>online</i>, dll, biasanya ada dan mudah terjadi; beberapa penundaan pun diharapkan.</p> <p>Dalam <i>chat</i> dan pesan instan sifatnya langsung.</p> |
| Tujuan & efek | <p>Semua tujuan (belajar, menghubungkan, memengaruhi, bermain, membantu) dapat dicapai.</p> <p>Sebagian tujuan lebih mudah dicapai melalui tatap muka, seperti kasih sayang atau dukungan.</p> | <p>Semua tujuan (belajar, menghubungkan, memengaruhi, bermain, membantu) dapat dicapai.</p> <p>Sebagian tujuan lebih mudah dicapai dalam CMC; contoh informasi.</p> |
| Gangguan | Gangguan pada konteks, artikulasi, pelafalan, dan kekeliruan dalam tata | Gangguan di sekitar kita, ejaan dan kekeliruan dalam tata bahasa. |

| | | |
|---|--|--|
| | <p>bahasa.</p> <p>Gangguan fisiologis, psikologi, dan semantik biasanya sampai pada taraf tertentu.</p> | <p>Gangguan fisiologis, psikologi, dan semantik biasanya sampai pada taraf tertentu.</p> |
| Etika & penipuan | <p>Gerak tubuh yang tidak sesuai hampir tidak mungkin terjadi tapi tetap ada kemungkinan, ketidaksesuaian psikologis dan sosial seseorang lebih mudah terbaca.</p> <p>Ketidak sengaja non-verbal sering kali menyamarkan kebohongan.</p> | <p>Lebih mudah melakukan ketidak sesuaian gerak tubuh, psikologis, dan sosial seseorang.</p> <p>Berbohong mungkin lebih mudah dilakukan.</p> |
| Kompetensi (lisan, tertulis, melalui teknologi) | <p>Teknik berbicara secara efektif.</p> <p>Bantuan kecakapan dalam lisan dalam manajemen interaksi, empati, orientasi lainnya, dll.</p> | <p>Teknik berbicara secara efektif.</p> <p>Bantuan kecakapan dalam tulisan dalam manajemen interaksi, empati, orientasi lainnya, dll.</p> <p>Bantuan ketrampilan dalam menggunakan teknologi di media.</p> |

Tabel 1
Perbedaan Computer Mediated Communication dan Face to Face Communication

2.6 Internet

Terdapat banyak definisi tentang apa itu Internet, salah satunya yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah menurut Mac Bride dalam bukunya berjudul *The Internet*, dia menerangkan bahwa Internet adalah jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan ribuan jaringan komputer melalui sambungan telepon umum maupun pribadi (pemerintah maupun swasta). Secara individu, jaringan komponen dikelola oleh agen-agen pemerintah, universitas, organisasi, komersial maupun sukarelawan.

Sedangkan menurut Tracy LaQuey dalam bukunya yang berjudul asli *A Beginners Guide to Global Networking*, Internet adalah jaringan dari ribuan

jaringan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia. Internet tidak hanya menghubungkan seseorang dengan sebuah komputer lain, tapi juga menghubungkan seseorang dengan komputer yang terhubung ke Internet. Internet tidak hanya sekedar jaringan komputer yang nyata secara fisik, tetapi merupakan media penerbitan, saluran komunikasi, dan perpustakaan.

Dalam buku *New Media*, Terry Flew (2008), konsep media baru terikat erat dengan Internet dan World Wide Web. Internet pada saat ini berkembang menjadi media baru yang menyatukan perangkat komputerisasi dan teknologi informasi, jaringan komunikasi dan konten media. Ketika kita merujuk pada Internet, maka kita mengacu pada dua hal yaitu infrastruktur teknik dari komputer dan perangkat digital lainnya yang permanen dihubungkan dengan kecepatan jaringan komunikasi yang berkecepatan tinggi dan untuk membentuk berbagai konten dan berbagi komunikasi bisa jadi berbagi informasi melalui jaringan ini.

Menurut Terry Flew, konsep yang paling penting untuk memahami new media pada saat ini adalah Web 2.0. Alasannya adalah bahwa dalam konsep itu tertanam berbagai fitur di dalamnya yang telah lama menjadi pusat Web sebagai infrastruktur komunikasi seperti lingkup untuk partisipasi, interaktif, dan jaringan sosial. Dengan kata lain, kualitas partisipasi bertambah sebagai mana jumlah partisipasi bertambah dan pada gilirannya menarik banyak pengguna baru di situs. Yang kedua adalah perkembangan website pada tahun 2000 berasal dari prinsip Web 2.0. Seperti situs Flickr, Wikipedia, You Tube, Blog, My Space, Facebook, Friendster, dan Bebo. Inti Prinsip dari program software dan situs Internet adalah sesuai dengan prinsip Web 2.0. Prinsip-prinsip tersebut adalah

1. Konektivitas dari banyak ke banyak (*many to many*).
2. Kontrol yang terdesentralisasi.
3. Fokus kepada pengguna dan mudah untuk digunakan untuk pengguna baru.
4. Standar teknologi dan *Applications Programming Interface (API)* yang lebih terbuka.
5. Relatif sederhana, ringan, dalam desain mereka, merekrut administrasinya, dan pengembangan biayanya.

6. Diharapkan terus berkembang dan berubah dari waktu ke waktu, dengan pengguna yang bisa memodifikasi situs-situs yang ada.

2.7 Keterkaitan Antara Konsep

Untuk membangun sebuah relasi dalam situasi *online*, dua orang harus saling mempercayai. Hal ini dilakukan pada saat menentukan dimana mereka harus mengambil resiko dengan cara saling mengungkapkan lebih banyak tentang pikiran, perasaan dan reaksi mereka terhadap situasi yang tengah mereka hadapi atau dengan cara menunjukkan penerimaan, dukungan, dan kerja sama. Kepercayaan tak mungkin timbul tanpa resiko, dan relasi tidak akan mengalami kemajuan tanpa kepercayaan. Maka dengan situasi yang *familiar* diharapkan akan menimbulkan *confidence* yang nantinya akan membangun *trust* seseorang dengan orang lain .

Kepercayaan sebagai sebuah harapan yang dimiliki seseorang atau individu atau sebuah kelompok bahwa kata, janji, verbal atau pernyataan tertulis dari individu lainnya atau kelompok dapat diandalkan. Dalam Forum Jual Beli Kaskus, kepercayaan sangatlah penting, bagaiman si penjual ingin menyakinkan produk/barang yang ia jual dapat diterima oleh pengguna Kaskus. Apalagi dalam Forum Jual Beli Kaskus komunikasinya dengan CMC yang memungkinkan adanya penipuan. Maka untuk mencegah hal ini harus didukung dengan *communication competence* yang ditampilkan penjual agar dapat membangun *trust* pengguna Kaskus.

2.8 Asumsi Teoritis

Kekuatan *sosial media* sebagai media interaktif dengan konsep *Computer Mediated Communication* menjadi cara yang efektif dalam memberikan pemahaman secara komprehensif kepada individu sebagai penggunanya terutama dalam penyampaian informasi yang dapat dipercaya dibanding *Face to Face*. Maka dengan menggunakan pendekatan model *performative competence* yang dimiliki individu dalam menyampaikan informasi, diharapkan dapat membangun *trust* orang lain terhadap individu tersebut.

BAB 3

SOSIAL MEDIA

Kehadiran sosial media saat ini tidak lepas dari perkembangan teknologi yang awalnya *one to many* menjadi *many to many*. Hal ini telah banyak mengubah bentuk masyarakat manusia, dari masyarakat dunia lokal menjadi masyarakat dunia global. Masyarakat global didefinisikan sebuah kehidupan yang memungkinkan komunitas manusia menghasilkan budaya-budaya bersama, menghasilkan produk industri bersama, termasuk menciptakan pasar bersama. Masyarakat global ini selanjutnya menjadikan adanya *cybercommunity* atau *virtual community*.

Di dalam perkembangannya pengguna Internet, menjadikan maraknya pembentukan komunitas-komunitas baru di dunia virtual tidak dapat diragukan lagi. Terdapat berbagai macam tema yang melatar belakangi pembentukan komunitas virtual seperti komunitas berdasarkan hobi, agama, *game online*, dan sebagainya. Maka dengan demikian, penggunaan komputer sebagai media penyokong komunitas virtual. Kelompok terbesar dalam *cybercommunity* adalah keanggotaanya yang didasarkan pada pengelompokkan anggota sesuai dengan kebutuhan informasi tertentu dan dapat diakses di manapun oleh masyarakat luas. Bahwa komunitas virtual dibentuk atas dasar kesamaan kepentingan, bukan kondisi geografis. Maka, tiap-tiap forum yang berbeda di Internet akan memiliki tema atau topik populer yang berbeda pula. Dalam sosial media jenis ini dinamakan forum.

Semakin besar kelompok atau semakin banyak orang yang berlalu lalang melalui forum tersebut, maka merupakan sebuah ukuran bahwa forum atau website itu memiliki kualitas publik yang *marketable*. Sehingga website tersebut dapat mendatangkan keuntungan untuk pemiliknya dan memiliki peluang yang sangat terbuka untuk mengembangkan jaringan seluas-luasnya dan sebanyak-banyaknya. Dengan budaya “saling berbagi” mengenai informasi apa saja termasuk informasi mengenai produk, sosial media bisa menjadi media yang *marketable* yang dapat dikembangkan jaringannya secara luas.

3.1 Sosial Media

Sosial media adalah media yang kita gunakan untuk menjadi sosial. Bagian pertama dari terminologi, sosial, mengacu pada kebutuhan naluriah kita manusia harus berhubungan dengan manusia lainnya. Kita memiliki kebutuhan untuk berada di sekitar dan termasuk dalam kelompok yang sama seperti orang yang berpikiran dengan siapa kita bisa merasa nyaman berbagi pikiran, gagasan, dan pengalaman. Bagian kedua dari istilah sosial media adalah media yang kita gunakan dan membuat hubungan dengan manusia lainnya. Media adalah teknologi yang kita lakukan untuk membuat kita terhubung dengan orang-orang. Media dapat berupa telepon, radio, televisi, e-mail, situs web, foto, audio, video, ponsel, atau pesan teks. Dalam penelitian ini, media sosial adalah tentang bagaimana kita dapat menggunakan semua teknologi ini secara efektif untuk menjangkau dan menghubungkan dengan manusia lainnya, menciptakan suatu hubungan yang siap untuk membeli produk. Sosial media hanyalah seperangkat alat baru, teknologi web baru yang memungkinkan kita lebih efisien menghubungkan dan membangun hubungan dengan orang lain. (Lan Safko, 2010, p. 4-5)

Sebagai teknologi web baru, sosial media telah membuat mudah bagi siapa saja untuk membuat dan yang paling penting mendistribusikan konten mereka. Pengguna sosial media tidak perlu membayar penerbit atau distributor untuk menanamkan pesan-pesan mereka; sekarang mereka dapat membuat konten mereka menjadi menarik dan membuat para pengguna sosial media lain melihat konten tersebut. Dalam hal bisnis, bahwa pengguna sosial media dengan biaya hampir tidak ada untuk mendistribusikan mengenai produk mereka tetapi bisa memiliki dampak keunagan yang sangat besar pada bisnis mereka. (Dan Zarrella, 2010, p. 16).

Hingga saat ini media sosial masih mempunyai kekuatan besar dalam berbisnis. Kekuatannya antara lain :

- A. Semua pelanggan maupun pesaing sebagian besar berpartisipasi dalam sosial media.
- B. Lebih mudah menjangkau pelanggan karena saluran murah dan merupakan medium yang instan untuk mempublish mengenai konten anda.

- C. Sosial media lebih banyak mendengarkan dan mengkomunikasikan konten secara langsung. Membiarkan kita terhubung langsung dengan orang lain dan secara real time orang lain melihat konten anda. Merupakan saluran komunikasi dua arah antara kita dan orang lain.

Jenis sosial media menurut buku *The Social Marketing Book*, ada delapan yang paling populer dalam sosial media yaitu *blogs, microblog, social network, media-sharing sites, sosial news and bookmarking sites, review sites, forums*, dan *virtual worlds*. Jenis –jenis Sosial Media adalah sebagai berikut :

- A. *Blogs*. *Blogs* adalah jenis *content management system (CMS)* yang membuatnya mudah bagi siapa saja untuk mempublikasikan dengan singkat artikel yang disebut posting. Software blog menyediakan berbagai fitur sosial, termasuk *comments, blogrolls, trackbacks, and subscription* yang membuatnya sempurna untuk tujuan bisnis.
- B. *Microblog*. *Microblogging* adalah bentuk dari blogging yang membatasi ukuran dari setiap posting, misalnya Twitter dapat hanya berisi 140 karakter. Keterbatasan ini membuat seperangkat fitur, *protocols*, dan perilaku yang sepenuhnya unik untuk media. Contohnya : Twitter
- C. *Social Network*. Jaringan sosial adalah situs di mana orang terhubung dengan teman-teman, baik yang mereka *offline* dan mereka yang *online*. situs jejaring sosial adalah topik hangat bagi pemasar, karena mereka menghadirkan sejumlah peluang, termasuk melalui *plug-in* aplikasi kelompok dan *fan pages*. Setiap jaringan sosial menyajikan kemungkinan dan tantangan sendiri. Penggunaanya memiliki berbeda harapan dalam perilaku komersialnya. Contohnya : Facebook.
- D. *Media-Sharing Sites*. *Media-Sharing* memungkinkan pengguna untuk membuat dan meng-upload konten multimedia, yang disebut *Usergenerated content (UGC)*. Dengan munculnya kamera digital dan *cam recorder* serta dengan kecepatan tinggi koneksi Internet, *media-sharing* menjadi sangat populer, dalam hal bisnis dapat membuat video dengan mengupload ke YouTube untuk menjangkau jutaan pengguna. Sebagian besar pengguna

media ini bukanlah anggota tetapi hanya melihat konten situs. Contohnya : YouTube, Flickr, SlideShare

- E. *Sosial News and Bookmarking Sites*. Situs ini memungkinkan pengguna untuk mengirim dan memilh konten dari keseluruhan web. Kegiatan pemungutan suara membantu mengisolasi link yang paling menarik. Pemasaran telah menemukan situs ini sangat berguna untuk menghasilkan buzz. *Sosial bookmarking sites* yang mirip dengan situs berita sosial, tetapi nilai yang disajikan kepada pengguna difokuskan kepada pengguna yang memungkinkan mereka untuk mengumpulkan dan menyimpan link menarik. Contohnya : Sphinn, Digg, Reddit
- F. *Review Sites*. Situs ini membicarakan tentang situs rating di setiap bisnis. Misalnya pengguna jenis ini biasanya lebih kepada sosialisasi mereka, pengunjung meninjau situs untuk membuat keputusan pembelian. Sebuah studi dari Forrester menunjukkan bahwa 19% dari konsumen *online* mengomentari sebuah blog dan mempengaruhi peringkat posting dan review sebuah web minimal sekali per bulan. Contohnya : Yelp, Judy's book, Citysearch, Superpages, Insider Pages, TripAdvisor.
- G. *Forums*. Ini adalah jenis sosial media tertua. Forum adalah versi modern dari *community bulletin boards*. Fokus dari jenis situs ini adalah diskusi. Pengguna akan membuat postingan ke mereka dan orang lain merespon. Menjadi anggota yang berharga dan dihormati di salah satu komunitas dengan menjawab pertanyaan dan memberikan kontribusi informasi yang berguna. Tidak seperti jenis sosial media lain, dimana ada beberapa situs besar ada ribuan forum populer di web, masing-masing berpusat pada satu topik atau komunitas. Contohnya : broadreader, big-boards, boardtracker, the inboudMarketing, Drupal, phpBB.
- H. *Virtual Worlds*. Sosial media ini memiliki berbagai teknik. Membangun tempat-tempat dan objek di *Second Life* yang membutuhkan kecakapan teknis yang memungkinkan terlalu baru bagi pengguna. Contohnya : World of Warcraft.

Dalam penelitian ini, **peneliti membahas mengenai sosial media jenis forum Internet yang berbasis komunitas yaitu situs Kaskus.us yang melalui forum jual belinya telah menjadi situs yang paling banyak di kunjungi di Indonesia khususnya forum jual beli.**

3.2 Kaskus

Kaskus adalah situs forum komunitas maya terbesar Indonesia. Kaskus lahir pada tanggal 6 November 1999 oleh tiga pemuda asal Indonesia yang sedang melanjutkan studi di Seattle, Amerika Serikat. Mulanya Kaskus yang dikembangkan oleh Andrew, Ronald, dan Budi ini dibuat untuk memenuhi tugas kuliah mereka. Konsep awal Kaskus sebenarnya adalah situs yang mampu mengentaskan dahaga mahasiswa Indonesia di luar negeri akan kampung halaman melalui berita-berita Indonesia. Situs www.Kaskus.us pada saat ini dikelola oleh PT. Darta Media Indonesia. Anggotanya, yang pada saat ini berjumlah lebih dari 3.800.000 member, tidak hanya berdomisili dari Indonesia namun tersebar juga hingga negara lainnya. Pengguna Kaskus umumnya berasal dari kalangan remaja hingga orang dewasa.

Kaskus, yang merupakan singkatan dari Kasak Kusuk, bermula dari sekedar hobi dari komunitas kecil yang kemudian berkembang hingga saat ini. Kaskus dikunjungi sedikitnya oleh 600.000 orang, dengan jumlah pageviews melebihi 15.000.000 setiap harinya. Hingga saat ini Kaskus sudah mempunyai lebih dari 483 juta post. Menurut Alexa.com, pada bulan September 2011 Kaskus berada di peringkat 251 dunia dan menduduki peringkat 7 situs yang paling banyak dikunjungi di Indonesia. Berdasarkan rata-rata pengunjung Kaskus.us ini adalah pria dengan rentang usia 18-24 tahun dan membuka halaman ini dari rumah. Pengunjung menghabiskan sekitar 25 menit per kunjungan dan 47 detik tiap per halaman. Forum Kaskus yang banyak dikunjungi dan menduduki peringkat teratas adalah forum jual beli.

3.2.1 Forum Jual Beli Kaskus

Forum Jual Beli Kaskus adalah sebuah website yang menyediakan wadah pertemuan *online* antara para penjual & pembeli. Untuk berjualan Kaskus tidak

pernah menarik biaya apapun dari transaksi maupun pemasangan informasi mengenai penjualan. Kaskus menerapkan sistem donasi. Dengan membayar keanggotaan yang telah ditentukan, maka akan mendapatkan keuntungan Akses Kaskus Tanpa Banner dan lebih cepat dibanding anggota biasa (AKTB). Keuntungan tersebut seperti bisa menggunakan quick reply, kapasitas inbox lebih besar, bisa lihat user memberikan *Good Reputation Point (GRP)/Bad Reputation Point (BRP)*, akses Kaskus yang lebih besar, mendapatkan akses ke forum khusus donatur.

Bagi penjual cara menjual barang dengan melakukan registrasi ke Kaskus.us/register.php, dan menawarkan produk sesuai kategori yang telah disediakan FJB Kaskus. Bagi penjual, calon pembelinya dapat menghubungi melalui Private Message (PM) atau melalui email & contact dan info lainnya yang dicantumkan di *thread* si penjual. Cara bertransaksinya, dalam hal ini Kaskus tidak ikut serta ikut campur. Calon pembeli biasanya akan menghubungi penjual, negosiasi dan cara pembayaran transaksi pun dibicarakan secara pribadi antara pembeli dan penjual. Pembeli biasanya mencari penjual yang memiliki reputasi baik yang tinggi walaupun hal ini bukan menjadi *recommended seller*. Karena banyaknya penipuan di media *online*, Kaskus tidak menjamin mutu barang/layanan ataupun kejujuran penjual dalam transaksi. Bila sampai terjadi penipuan maka dapat pengguna Kaskus dapat melaporkan di Pos ronda fjb dan Kaskus akan membanned penjual tersebut. Kaskus juga menyediakan daftar penjual dengan reputasi buruk. Sistem rating dan avatar penjual yang mungkin bisa dijadikan panduan memilih penjual bermutu.

Berikut adalah tampilan FJB Kaskus :

***Keterangan screenshot =**

1. Fitur Search di Forum Jual Beli Kaskus untuk melakukan pencarian produk berdasarkan kategori (subforum).
2. FJB Review (Berisi review 4 produk terkini, baik yang dijual Kaskuser di Forum Jual Beli Kaskus maupun yang dijual diluar Kaskus).
3. Button untuk membuat *thread* jualan di Kaskus. Pembuatan *thread* jualan bisa juga dilakukan dengan cara membuka salah satu kategori yang tersedia

di Forum Jual Beli Kaskus & memilih button "SELL NOW" atau "POST WANTED ITEM" yang tersedia di bagian dalam subforum.



Gambar 2
Tampilan Forum Jual Beli Kaskus

4. Link berbagai macam kategori yang tersedia di Forum Jual Beli Kaskus. Untuk menjual/mencari suatu produk di Forum Jual Beli Kaskus, pilihlah kategori yang sesuai dengan jenis barangnya.

5. Fitur terbaru di Kaskus untuk melakukan pembelian pulsa handphone, dengan pilihan lengkap semua operator yang ada di Indonesia. Pembelian harus dilakukan melalui layanan Kaspay. Untuk lebih jelas mengenai apa itu Kaspay, silahkan baca tutorial Kaspay.

6. Thread-thread jual beli terkini di Kaskus yang dimunculkan secara random.

7. Kaskus FJB Hot Search (Berisi list top 10 produk yang paling dicari di Kaskus dalam jangka waktu 1 bulan).

8. Kaskuser Testimonial (Berisi testimonial bagi para penjual/seller di Kaskus dari para pembeli/buyer).
9. *Safe Trade Center* (Berisi petunjuk-petunjuk/tips-tips dari admin Kaskus mengenai cara berbelanja dengan aman di Forum Jual Beli Kaskus).

Platform forum yang paling mencakup sejumlah fitur perangkat lunak. Berikut fitur-fitur yang ada dalam Forum Jual Beli Kaskus :

A. Profil

The screenshot shows the profile page for user 'elyudien' on the Kaskus forum. The profile includes the following information:

- Mini Statistics:** Join Date: 21-12-2006, Total Posts: 31,583, Blog Entries: 0.
- Visitor Messages:** Total Messages: 1065, Most Recent Message: 25-10-2011 09:47 AM.
- General Information:** Last Activity: Today 10:24 AM, Join Date: 21-12-2006, Referrals: 11.
- Total Posts:** Total Posts: 31,583, Posts Per Day: 17.82. Last Post: [KASKUS]# #KAMERA DIGITAL & HANDYCAM : PROMO DISKON/PAKET HEMAT/PRODUK BARU (Update)# Today 01:08 PM.
- Friends:** Showing 6 of 321 Friend(s). Friends listed include: verzo7, ginchue, ALIEHAWA, play999, aan.tuli, henterie.
- Group Memberships:** User-Created Social Groups: (1). Group: ++ Pekerja Pariwisata ++.
- Recent Visitors:** The last 10 visitor(s) to this page were: cnoehunu dikomeng dw7, longlow king andre11048, kocak gobet [4] maxbud, SaqahPakewid tehno wahyues.
- Visits:** This page has had 3,569 visits.

Gambar 3
Statistik Profil Pengguna Kaskus

Profil pada forum adalah representasi dari siapa kita dalam forum. Biasanya seseorang menuliskan secara singkat tentang diri dan memberikan beberapa informasi pribadi yang sederhana. Bagian paling penting dari setup profil adalah avatar. Gambar yang ditampilkan adalah bagian yang paling penting selain postingan. Tingkat pangkat dan jumlah postingan di Kaskus, sebagai berikut:

- > 0-99 newbie
- > 100-499 Kaskuser

- > 500-749 aktivis Kaskus
- > 750-999 Kaskus holic
- > 1.000 - 3.999 Kaskus addict
- > 4.000 - 9999 Kaskus maniac
- > 10.000 - 24.999 = Kaskus geek
- > 25.000 - 49.999 = Kaskus freak
- > 50.000 - ~ = made in Kaskus tambahan

Sistem gambaran mengenai profil yang ada di fjb adalah



*Gambar 4
Profil Pengguna Kaskus*

- A. Nama anggota Kaskus
- B. Pangkat anggota Kaskus
- C. UserID adalah keanggotaan Kaskus yang ditandai dengan nomor.
- D. Join Date adalah dimana para anggota mulai bergabung di Kaskus.
- E. Location adalah lokasi si anggota Kaskus, bisa tempat tinggal atau lokasi lainnya semua terserah pengguna Kaskus.
- F. Post adalah pangkat dan jumlah postingan.
- G. Reputasi.

B. Posting

Kita berkomunikasi di forum dengan menulis posting. Sebuah posting secara traditional berupa file teks singkat berbasis konten tetapi beberapa jenis perangkat lunak pada forum memungkinkan untuk mengupload dan melampirkan gambar. Sebuah postingan akan diberikan label dengan tanggal dan waktu, serta user name pengirim, avatar, dan mungkin beberapa jenis nilai reputasi.

C. Thread

Percakapan di forum yang diorganisir, dengan posting yang tercantum dalam urutan kronologis dari awal hingga akhir. Yang pertama disebut original post-OP yang berada di bagian atas *thread*. Dengan posting tanggapan yang tercantum dibawah. Harus berhati-hati dalam memposting untuk konten. Pastikan bahwa sesuai dengan aturan dalam forum Kaskus dan dapat diterima oleh pengguna lain.

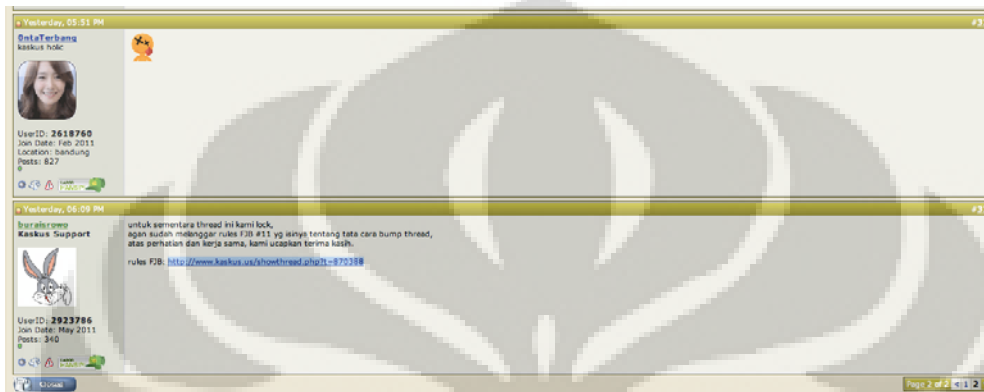


| Thread / Thread Starter | Rating | Last Post | Replies | Views |
|--|--------|--------------------------------------|---------|--------|
| Sticky: thread KUMPULAN SURAT TERBUKA FORUM CAMERA / CAMCORDER, diskusi allowed here... (1 2 3 4 5 ... Last Page) lazaruschild | ***** | Yesterday 09:14 AM by pheeb_inside69 | 471 | 69,030 |
| JUAL Kamera Digital Prosumer / Semipro Hot Sale (Baru) (1 2 3 4 5 ... Last Page) cool parker | ***** | Today 01:12 PM by k30ng | 463 | 16,324 |
| JUAL ~Blower pembersih debu/spora/kotoran pada lensa/camera/komputer/elektronik parts~ (1 2 3 4 5 ... Last Page) dhemorpeusclon | ***** | Today 01:12 PM by dhemorpeusclon | 1,492 | 14,548 |
| Minolta X700 brassing. Afghaner masuk! :D stanputi | | Today 01:12 PM by Think.ner | 2 | 94 |
| JUAL Lensa Canon 75-300 F4 5.6 USM iii Ultrasonik roy.dd78 | | Today 01:11 PM by roy.dd78 | 6 | 131 |
| JUAL Bubble Pack! Pengiriman aman dan hemat biaya! (1 2 3 4 5 ... Last Page) dhemorpeus | ***** | Today 01:11 PM by dhemorpeus | 1,598 | 15,904 |
| JUAL Macam-macam Kamera Pengintai neetoon | | Today 01:11 PM by mrcengir | 9 | 137 |
| JUAL Pentax Optio S1 (High Class Terbaru) (1 2 3 4) thiery89 | ***** | Today 01:10 PM by thiery89 | 68 | 751 |
| JUAL Jual Cepat: SONY Bloggie MHS-PM5K 100% mulus (Black Color) yosep | | Today 01:10 PM by RahmattullahRZ | 16 | 202 |
| Tokina 12-24 f/4 AT-X 124 Pro DX [For NIKON] ++ Bonus loserbastard | | Today 01:10 PM by loserbastard | 14 | 247 |
| Kamera Digital FUJIFILM FINEPIX L30 + Memori 8 giga allif2005 | | Today 01:10 PM by allif2005 | 6 | 189 |

Gambar 5
Thread Kaskus

D. Moderator dan Administrator

Individu terpercaya dalam forum adalah moderator atau (mods) atau administrator (admin). Tugas mereka adalah mencegah spam, menegakkan peraturan forum, diskusi tetap pada topik, dan menyelesaikan perselisihan antara anggota. Salah satu moderator Forum Jual Beli Kaskus dengan id buraisrowo.



Gambar 6
Moderator Kaskus

E. Signature

Dalam forum signature berisi fitur yang dikenal sebagai pesan teks atau gambar yang ditambahkan ke postingan. Ini akan berguna bagi penjual, tetapi akan perlu membaca aturan forum kembali mengenai signature. Beberapa akan memungkinkan diperbolehkan atau mungkin juga tidak. Bahwa dalam Forum Jual Beli Kaskus tidak boleh refferal link macam apapun. Apabila terjadi maka akan di bump oleh moderator.

F. Reputasi

Profil akan sering menampilkan reputasi seseorang pada forum tersebut. Reputasi dalam Forum Jual Beli Kaskus di ukur berapa banyak postingan yang dibuat dan berapa banyak orang yang menyukai kontribusi penjual dalam forum. Reputasi akan ditampilkan dalam profil. Penting bagi pengguna Kaskus untuk mengetahui reputasi si penjual. User di atas 2.000 post dan reputasinya sudah hijau dapat memberikan 1 [satu] point brp/grp setiap harinya, dan harus memberi ke 20 user lain, sebelum memberikan kembali ke user yang sama, 1 (satu) point

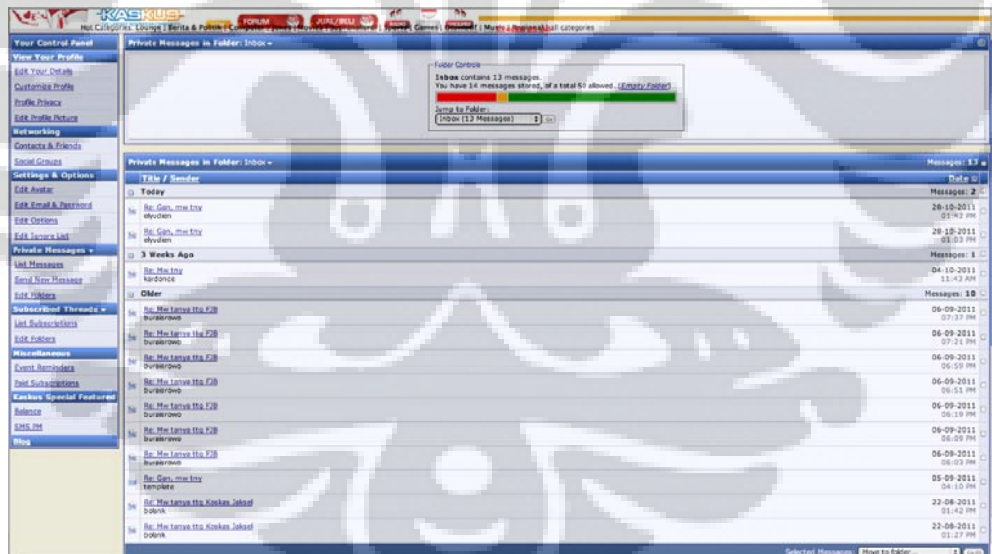
ini berlaku mutlak, tidak terkecuali moderator akumulasinya adalah :1 kotak diwakili oleh 1- 100 total rp, dan 2 kotak diwakili oleh 101 – 200 total rp dan seterusnya. rp adalah identitas atau fitur diKaskus untuk mengetahui reputasi user.

Ada 3 jenis lambang yang menunjukkan rp user adalah :

- user yang bersangkutan belum atau tidak memiliki reputasi,
- user yang bersangkutan memiliki rp baik. Total point yang diberikan atau diterima oleh user adalah tergantung dari jumlah postingan, dan
- user yang bersangkutan memiliki reputasi yang buruk.

G. Private Messaging

Seperti *social network*, forum memungkinkan seseorang untuk mengirim pesan pribadi yang berfungsi sebagai email, untuk anggota lain. Dalam Forum Jual Beli Kaskus disebut PM. PM biasanya dikirimkan untuk penawaran harga pada satu produk dan menawarkan saran yang baik mengenai satu produk dan hal ini lebih bermanfaat untuk menjaga konten si penjual.

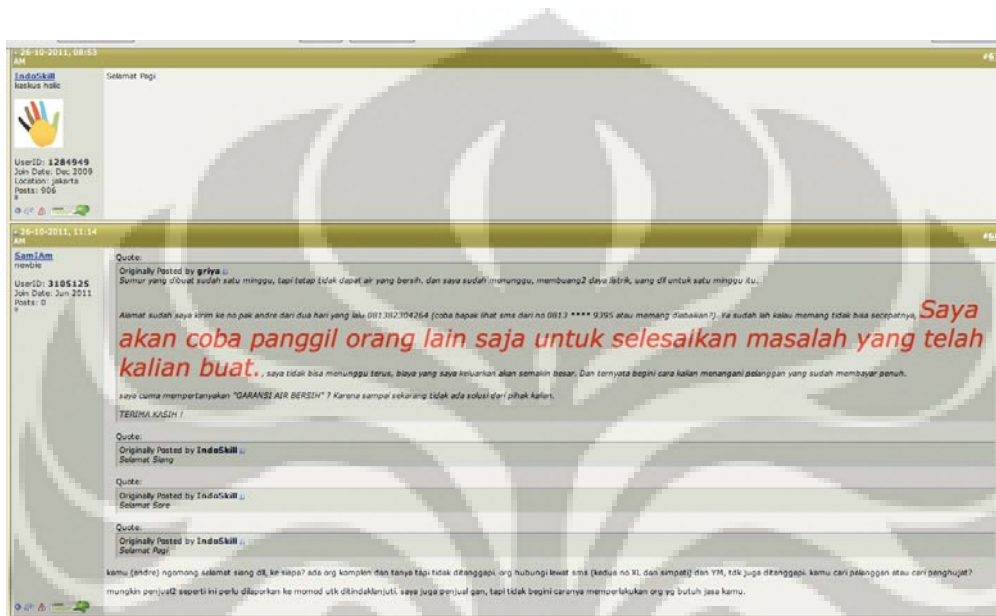


Gambar 7
Private Messaging

H. Trolls dan Flaming

Trool adalah seseorang yang berniat untuk mengganggu orang. Biasanya memicu masalah. Dia senang ketika orang lain marah, lebih tepatnya memancing

perhatian dan emosi. Salah satunya adalah dengan mengabaikannya. Flaming adalah posting yang dirancang untuk menghasut dan memanas-manaskan orang lain. Biasanya terjadi setelah diskusi mengenai politik, agama, atau apapun. Bisa terjadi jika salah satu pengguna Kaskus terkenal tipu tetapi bukti masih belum lengkap. Bisa dibilang HOAX.



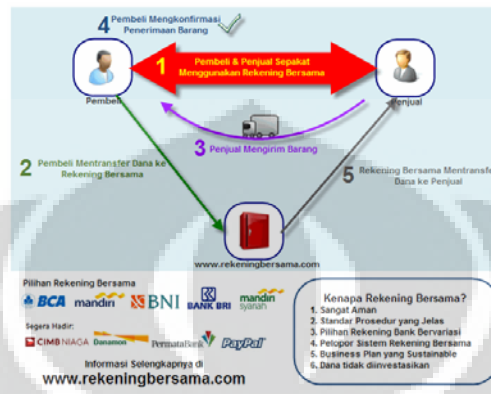
Gambar 8
Troll dan Flaming

3.2.2 Transaksi pada Forum Jual Beli Kaskus

FJB Kaskus memiliki beberapa cara/metode bertransaksi yang biasa digunakan, yaitu :

1. **CASH ON DELIVERY (COD).** Sebuah sistem transaksi jual beli yang dilakukan dengan bertatap muka (bertemu) langsung antara Pembeli dan Penjual setelah terjadi kesepakatan. Secara sederhana yaitu sistem jual beli dengan bertemu muka, cek kondisi barang dan kelengkapan, negoisasi, lalu bayar.
2. **REKENING BERSAMA (REKBER).** Rekber adalah perantara/pihak ketiga yang membantu keamanan dan kenyamanan transaksi *online* Anda. Sebagai pembeli, Anda tidak perlu ragu untuk bertransaksi atau merasa was-was ketika barang yang dibeli tidak kunjung datang. Sementara sebagai

penjual, Anda tidak perlu bersusah payah membangun reputasi dan juga terhindar dari kecurigaan-kecurigaan berlebihan sehingga barang dagangan tidak laku-laku.



Gambar 9
Alur Rekening Bersama (REKBER)

3. **KASPAY.** KasPay adalah sistem pembayaran *online* dari PT DARTA MEDIA INDONESIA. Layanan transaksi ini dapat digunakan di Kaskus dan situs-situs lain yang berafiliasi dengan KasPay. Seluruh proses transaksi KasPay dilakukan melalui transfer (Top Up), sehingga aman dari modus penipuan dan pemalsuan kartu kredit. Keamanan transaksi selalu dipastikan dengan konfirmasi melalui e-mail dan catatan transaksi. Dengan KasPay, transaksi *online* semakin mudah, cepat dan aman tanpa perlu kartu kredit. Cukup dengan membuat account di KasPay, Anda langsung dapat bertransaksi sebagai pembeli atau penjual atau bahkan keduanya sekaligus.
4. **TRANSFER.** Sistem ini dilakukan dengan pembayaran melalui Transfer ke Rekening Pribadi Penjual oleh Pembeli

3.2.3 Peraturan Forum Jual Beli Kaskus

FJB Kaskus memiliki beberapa peraturan dalam forum jual beli yang biasa digunakan, yaitu :

| PERATURAN FORUM JUAL BELI KASKUS | |
|----------------------------------|---|
| 1 | Tidak bolehnya bantu membantu Bump, |
| 2 | No Medicine/drugs, |
| 3 | Tidak boleh adanya nomor telpon callgirl / semacamnya, |
| 4 | Anda ingin diskusi atau ngobrol2, |
| 5 | Posting dobel/mirip di beberapa forum (atau di forum yang sama), |
| 6 | FJB adalah forum Jual Beli, bukan forum Link ke website anda utk beli, |
| 7 | Signature invite ke website/link anda atau ke barang penjualan anda (shameless plug) - termasuk berjualan di <i>thread</i> kepunyaan nick/orang lain punya, |
| 8 | Pertukaran Valas tidak diperbolehkan di FJB, |
| 9 | Membuat ID untuk menjual barang2 yang sama, |
| 10 | Membuat Part 1, Part 2, Part 3, |
| 11 | Sundul/bump/up, |
| 12 | Pembuatan direktori dan cross linking, |
| 13 | Jumlah postingan berkurang, |
| 14 | Minimalkan <i>Thread Aktif</i> tidak lebih dari 10 <i>thread</i> dalam 1 [satu] sub forum, apalagi barangnya sejenis, |
| 15 | Gunakan Fasilitas multi quote untuk mereply, |
| 16 | Tentang SCAM / lainnya, |
| 17 | Referral Links atau Promosi website anda penuh dengan Advertisements, |
| 18 | Memberikan sesuatu (gratis/tidak) dengan menerima Email Kaskuser |
| 19 | "Pertamax" dan lain2nya, |
| 20 | Tidak diperbolehkan segala sesuatu yang berhubungan dengan terorisme, |
| 21 | Tidak diperkenankan juga Posting Iklan di <i>Thread</i> Orang lain. |

Sumber : Kaskus.us

Tabel 2
Peraturan Forum Jual Beli Kaskus

3.2.4 Emoticon dan bahasa-bahasa dalam Forum Jual Beli Kaskus

Emoticon dan bahasa-bahasa yang digunakan dalam Forum Jual Beli Kaskus adalah sebagai berikut :

A. Emoticon

| Resulting Graphic | Meaning | Resulting Graphic | Meaning | Resulting Graphic | Meaning |
|---|------------------------------|---|---------------------------|---|----------------|
|  | Marah |  | Rate 5 Star |  | Shakehand d |
|  | Turut Berduk a |  | Cool |  | Bingung |
|  | Malu |  | Kaskus Radio |  | Cek PM |
|  | Ngakak |  | Hot News |  | Cape d... |
|  | Blue Repost |  | Games |  | Hammer2 |
|  | Hoax |  | Jangan ribut disini |  | Cape deeehh |
|  | Sundul GAN... |  | Kemana TSnya? |  | Angkat Beer |
|  | Blue Guy Cendol (L) |  | Sundul Up |  | Matabelo |
|  | Kimpoi |  | Kaskus Banget |  | Mewek |
|  | Recom mended Seller |  | Thread Kacau |  | Request |
|  | Takut |  | Bukan IGO |  | Repost |

Tabel 3
Emoticon Kaskus

B. Bahasa – bahasa Kaskus

| SINGKATAN | ARTI |
|---------------|-------------------------------|
| AGAN/AGANWATI | Juragan/Juragan wati |
| IMHO | In My Humble Opinion |
| OOT | Out Of Topic |
| OMG | Oh My God |
| CMIIW | Correct Me If Iam Wrong |
| ASAP | As Soon As Possible |
| FYI | For Your Information |
| BTW | By The Way |
| GTG | Got To Go |
| WB | Welcome Back |
| LOL | Laughing Out Loud |
| ROFL | Rolling On The Floor Laughing |
| ASL | Age, Sex, Location |
| OIC | Oh I See |
| BRB | Be Right Back |
| FAQ | Frequent Ask Questions |
| NP | Now Playing |
| OOT | Out Of Topic |
| HTH | Hope This Help |
| OOP | Out Of Print |
| JAPRI | Jalur Pribadi |
| PM | Private Messages |
| MILIS | Mailing List |
| RE | Reply |
| FWD | Forward |
| GRP | Good Reputation Point |
| BRP | Bad Reputation Point |
| MOMOD/MODS | Moderator |
| ADMIN/MIMIN | Administrator |
| YM | Yahoo Messenger |
| CCPB | Cara Curang Program Bajakan |
| TS | Thread Starter |
| ASAIC | As Soon As I Can |
| BBL | Be Back Later |
| BRB | Be Right Back |
| DOUTH | Do You Think? |
| F2F | Face To Face |
| SPS | Speed Posting Society |
| TOKBB | Tiap Orang Kan Beda Beda |

Tabel 4
Bahasa-bahasa Kaskus

3.3 Cybercrime dan Cyberfraud

Cybercrime merupakan tindak pidana, yang dilakukan dengan menggunakan jaringan komputer (terutama Internet) yang dapat dilakukan sambil duduk di keyboard komputer. Tindakan tersebut meliputi, mendapatkan akses

tidak sah ke file komputer lain, mengganggu operasi dari komputer dengan virus, Trojan horse, mendistribusikan dan menciptakan pornografi anak; mencuri identitas orang lain; dan menjual barang selundupan. *Cybercrime* adalah himpunan bagian dari kejahatan komputer. Ada banyak perdebatan hari ini di antara para ahli tentang apa yang merupakan kejahatan komputer-terkait atau *cybercrime*. *Cybercrime* umumnya dipahami mencakup tradisional kegiatan seperti penipuan, pencurian, atau pemalsuan pada komputer. *Cybercrime* juga dapat mencakup kegiatan yang tidak dianggap pidana di satu yurisdiksi. Melakukan *Cybercrime* adalah kejahatan yang mudah jika seseorang memiliki pengetahuan untuk tahu bagaimana melakukannya. Sulit untuk mendeteksinya, mengingat ketidakpastian geografis Internet. Salah satu jenis *Cybercrime* yang terjadi di Internet adalah *Cyberfraud*. *Cyberfraud* adalah setiap jenis penipuan yang terjadi di Internet. Bentuk yang paling umum adalah penipuan pada pasar *online*, termasuk *nondelivery* produk dibayar dibeli melalui pasar *online*, pencurian identitas, dan pencurian kartu kredit.

BAB 4 METODOLOGI PENELITIAN

4.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah sebuah perspektif, sebuah kerangka konseptual: sebuah kerangka asumsi nilai atau gagasan yang mempengaruhi persepsi kita, dan pada akhirnya mempengaruhi persepsi kita terhadap situasi. Paradigma pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Penelitian dengan paradigma konstruktivis tidak melihat realitas dalam arti riil, tetapi melihat yang ada sesungguhnya atas suatu realita. Realita tersebut tergantung penafsiran dan pemahaman seseorang mengenai dunia, sehingga peristiwa dan realita yang sama bisa menghasilkan konstruksi realita yang berbeda. (Eriyanto, 2001, p. 44). Penelitian ini mengenai “*performative competence*” penjual dalam Forum Jual Beli Kaskus, peneliti ingin mengkonstruksikan bagaimana “*performative competence*” yang ditampilkan penjual agar dapat membangun kepercayaan pengguna pada Forum Jual Beli Kaskus.

4.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Boglan dan Taylor (1975) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar individu tersebut secara *holistic* (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variable atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Definisi penelitian kualitatif lainnya adalah menurut Denzin dan Lincoln, penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar ilmiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada. Metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif menekankan pada penelitian yang menggunakan latar belakang ilmiah dengan melibatkan metode wawancara,

pengamatan, dan pemanfaatan dokumen yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

4.3 Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Tujuan utama dalam menggunakan metode ini adalah untuk menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan, dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. (Consuelo G. Servilla.1993:71). Berdasarkan sifat penelitian deskriptif, maka data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan demikian, laporan penelitian ini akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. (Moleong, 2010, p.11)

Penelitian deskriptif mencoba membahas “*How*” dan “*Who*”, pola tentang gejala secara rinci dan pada sejumlah informasi data-data yang dikumpulkan bukan berupa penyajian angka-angka melainkan kata-kata dan gambar. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Sehingga, sajian berupa kutipan data-data memberikan gambaran tentang laporan penelitian. Selain itu semua yang dikumpulkan kemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. (Lawrence Neuman, 2003, p29) Penelitian deskriptif timbul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian peneliti, tetapi belum ada kerangka teoritis untuk menjelaskannya. Jadi, penelitian deskriptif bukan saja menjabarkan (analitis), tetapi juga memadukan (sintesis) bukan saja, melakukan klarifikasi, tetapi juga mengorganisir data/temuan. (Jalaluddin Rakhmat. 2005:25-26.)

4.4 Strategi Penelitian

Strategi penelitian ini adalah etnografi virtual. Menurut Christine Hine dalam bukunya *Virtual Ethnography*, etnografi virtual merupakan bentuk lain dari etnografi yang didalamnya tidak melibatkan interaksi tatap muka, hal ini kemudian menimbulkan pertanyaan mengenai otoritas etnografer dan otentisitas data yang diperoleh dari pendekatan etnografi virtual dan etnografi pada

umumnya. Padahal interaksi tatap muka antara peneliti dan subjek penelitian menjadi ciri pokok dari sebuah penelitian etnografi. Problem tersebut menimbulkan pertanyaan-pertanyaan terhadap otoritas etnografer dan otentisitas informasi yang digali melalui penelitian tersebut. (Hine 2000:44).

Untuk itu, Correll (1995) menegaskan bahwa selain melakukan penelitian secara *online*, peneliti juga diharapkan dapat bertemu dengan subjek penelitiannya secara langsung. Hal ini dilakukan untuk memverifikasi informasi-informasi yang diberikan dan memastikannya dengan kehidupan *offline* subjek. Adanya konformansi yang terjadi antara peneliti dan identitas yang tampak dalam interaksi di Internet serta penampakan baik yang terjadi secara *online* maupun *offline* Hine (2000:63-65). Dalam hal ini, peneliti akan mengumpulkan data dalam situasi yang langsung apa adanya, tanpa dipengaruhi oleh unsur lain dari luar lingkungan. Untuk itu peneliti berhubungan langsung dengan situasi dan sumber data dari informan yang akan dijadikan subjek penelitian. Peneliti dan subjek berada dalam interaksi menggunakan komputer (CMC atau *Computer Mediated Communication*) dalam lokasi virtual.

4.5 Unit Analisis

Penelitian ini memilih informan dengan kriteria tertentu sebagai subjek. *Purposeful* didefinisikan sebagai sebuah metode pemilihan dengan tujuan tertentu, untuk mendeskripsikan suatu gejala sosial, atau masalah tertentu. Unit analisis adalah satuan yang akan diteliti, dapat berupa individu, kelompok, organisasi, kata-kata, simbol, masyarakat ataupun negara (Soehartono Irawan, 1995:99)

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu. Individu yang dimaksud adalah pengguna Kaskus Forum Jual Beli Kaskus. Terdiri dari anggota, penjual dan moderator Forum Jual Beli Kaskus. Para informan adalah individu dewasa awal yang berusia 21-40 tahun. Para informan yang dipilih adalah laki-laki dan perempuan. Informan-informan dalam penelitian ini adalah :

1. *Thread Starter* (TS) atau pembuat *thread* pada Forum Jual Beli Kaskus yang melakukan penjualan barang gadget handphone dan kamera digital.

2. Pembeli gadget melalui Forum Jual Beli Kaskus. Pembeli pertama adalah newbie di Kaskus, yang kedua adalah pembeli yang sudah lama menjadi anggota Kaskus.
3. Moderator website Forum Jual Beli Kaskus. Moderator adalah kepercayaan administrator forum untuk menjaga forum dan ini diangkat bukan berdasarkan jumlah postingan atau kapan dia joint, melainkan admin yang menilai layak atau tidaknya untuk dijadikan moderator yang didasarkan oleh banyak pertimbangan.

4.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengamatan sebagai pengumpulan data primer dan wawancara mendalam sebagai pengumpulan data sekunder.

4.6.1 Wawancara Mendalam

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. (Lexy J. Moleong 2006, p. 186). Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah wawancara mendalam yang dilakukan berkali-kali dan membutuhkan waktu yang lama bersama informan di lokasi penelitian. Pewawancara adalah orang yang menggunakan metode wawancara sekaligus dia bertindak sebagai pemimpin dalam proses wawancara tersebut, sedangkan informan adalah orang yang diwawancarai, diminta informasi oleh pewawancara. Informan adalah orang yang diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi, ataupun fakta dari suatu objek penelitian. (Burhan Bungin, 2007:108)

Dalam penelitian ini, wawancara yang digunakan adalah wawancara dengan pendekatan menggunakan petunjuk umum wawancara. Jenis wawancara ini mengharuskan pewawancara membuat kerangka dan garis besar pokok-pokok yang dirumuskan tidak perlu ditanyakan secara berurutan. (Moleong, 2006, 187). Pada penelitian ini peneliti mewawancarai sejumlah informan baik anggota

Kaskus maupun di luar anggota Kaskus. Ada sebanyak 3 orang informan yang peneliti rasa sudah cukup mewakili untuk menemukan data yang dicari, sehingga peneliti merasa tidak perlu menambah jumlah informan.

4.6.2 Pengamatan

Metode pengumpulan data yang sekunder adalah pengamatan. Pada penelitian ini, pengamatan yang dilakukan didasarkan atas pengalaman secara langsung. Jika suatu data yang diperoleh kurang menyakinkan, biasanya peneliti ingin menanyakannya kepada subjek, tetapi karena ia hendak memperoleh keyakinan tentang keabsahan data tersebut, jalan yang ditempuh adalah mengamati sendiri yang berarti mengalami langsung peristiwanya. Peranan peneliti sebagai pengamat dalam penelitian ini adalah pengamat sebagai pemeranserta. Pengamat sebagai pemeranserta adalah peranan pengamat secara terbuka diketahui oleh umum bahkan mungkin ia atau mereka disponsori oleh para subjek. Karena itu maka segala macam informasi termasuk rahasia sekalipun dapat dengan mudah diperoleh. (Moleong, 177, p. 2006). Pada penelitian ini, peneliti mengamati website Kaskus.us, Forum Jual Beli Kaskus. Pengamatan dilakukan pada September 2011.

4.7 Alasan Pemilihan Unit Analisis

4.7.1 Forum Jual Beli Kaskus

Alasan peneliti memilih Forum Jual Beli Kaskus sebagai unit analisis adalah forum ini mampu memudahkan masyarakat *cyber* ataupun masyarakat nyata dalam melakukan bisnis jual beli secara *online*. Kaskus yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat luas juga memudahkan peneliti mencari seller yang sudah terpercaya. Melalui *thread*nya peneliti dapat mengetahui siapa saja yang sudah membeli di *seller* tersebut.

4.7.2 Anggota Forum Jual Beli Kaskus sebagai informan

Anggota Forum Jual Beli Kaskus meliputi penjual pada Forum Jual Beli Kaskus yang membuat *thread* di Forum Jual Beli Kaskus. Untuk memenuhi tujuan penelitian ini, peneliti memilih informan yang berjualan gadget seperti

handphone dan kamera. Informan pertama merupakan penjual kamera dengan id Kaskus Elyudien. Peneliti mencoba menghubungi informan melalui *private messages* di Kaskus. Setelah informan menyetujui permintaan peneliti, peneliti dan informan pertama sepakat untuk bertemu di sebuah café di Jakarta. Informan kedua peneliti mencoba menghubungi melalui *private messages*. Informan kedua adalah penjual handphone. Setelah informan memberikan konfirmasi mengenai kesediannya maka informan kedua memberikan nomor kontak yang bisa dihubungi. Informan setuju untuk bertemu di sebuah café di Depok.

Informan ketiga adalah pengguna Kaskus yang masih *newbie* sebagai pembeli barang dari penjual Kardonce. Peneliti menghubungi informan melalui *private messages* di Kaskus. Setelah informan menyetujui, maka peneliti dan informan sepakat bertemu di Kampus Universitas Indonesia. Informan keempat adalah pengguna Kaskus yang sudah lama menjadi member Kaskus sebagai pembeli barang dari penjual Elyudien. Peneliti menghubungi informan melalui *private messages* di Kaskus. Setelah informan menyetujui, maka peneliti dan informan sepakat bertemu di café di Depok.

Informan kelima adalah moderator Forum Jual Beli Kaskus. Untuk memenuhi tujuan penelitian ini maka peneliti merasa moderator Kaskus layak menjadi informan karena tugasnya. Moderator *sweeping* di setiap forumnya masing-masing, jika ditemukan adanya pelanggaran maka akan langsung ditindak, tetapi jika ada beberapa *thread* yang terlewat hal tersebut karena cepatnya *traffic postingan* di Kaskus, hampir setiap beberapa detik ada postingan baru, sehingga tidak memungkinkan untuk dilakukan pemantauan secara menyeluruh. Melalui moderator Kaskus selalu berusaha memperbaiki mutu pengawasan di setiap forumnya.

4.8 Proses Analisis Data

Adapun tahap analisis data penelitian ini dengan menggunakan *thematic coding*. *Thematic coding* menurut Klaus Bruhn Jensen dan Nicholas W. Jankowski dalam bukunya *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research* adalah dengan membuat identifikasi, perbandingan dan mempertentangkan makna elemen, ketika hal itu muncul dan muncul kembali

dalam konteks yang berbeda. Jadi, sebuah konsep yang sama, misalnya identitas subjek akan mempunyai pemaknaan yang berbeda karena penekanan konteks yang berbeda. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data tematik. Hasil temuan lapangan diproses berdasarkan tema-tema yang sesuai dengan kerangka pemikiran. Dalam melakukan proses analisis data tematik peneliti melakukan :

1. Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu data primer dari transkrip setiap informan yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan pengamatan yang ditulis dalam catatan lapangan serta sumber data sekunder, seperti melalui surat kabar, data Internet dan beberapa sumber cetak lainnya. Setelah itu peneliti melakukan inventaris data seperti mengecek kualitas dari data yang telah didapat untuk kemudian dibaca dan dipelajari.
2. Mereduksi data, dilakukan dengan membuat abstraksi, yaitu rangkuman sehingga inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang diperlukan dapat diambil, sedangkan data yang tidak dibutuhkan dapat direduksi agar tidak mengaburkan fokus penelitian.
3. Setelah mereduksi data, tahap selanjutnya adalah menyusun data-data tersebut ke dalam satuan-satuan. Menurut Guba dan Lincoln, tipologi satuan atau unit adalah satuan informasi yang berfungsi untuk menentukan atau mendefinisikan kategori. Setelah itu peneliti berusaha menemukan dan memberi label sesuai dengan pernyataan yang diberikan oleh para informan untuk kemudian digunakan untuk menemukan ciri, atribut, atau karakteristik yang membedakan sesuatu yang lain.
4. Setelah menentukan tipologi satuan, tahap selanjutnya adalah penyusunan satuan. Ada dua karakteristik menurut Guba dan Lincoln. Pertama satuan itu harus heuristic, yaitu mengarah kepada satu pengertian atau satu tindakan yang diperlukan oleh peneliti dan satuan itu hendaknya menarik. Kedua, satuan itu hendaknya merupakan “sepotong” informasi terkecil yang dapat berdiri sendiri, artinya satuan itu harus dapat ditafsirkan tanpa informasi tambahan selain pengertian umum dalam konteks data penelitian.
5. Tahap selanjutnya adalah kategorisasi dengan melakukan koding. Hal-hal yang harus dikerjakan adalah membuat kategorisasi koding yang tidak,

kemudian membuat format transkrip untuk koding data, setelah itu membaca transkrip lalu membuat kode untuk unit data pada transkrip, dan merumuskan data kode ke dalam masing-masing kategori.

6. Setelah melakukan kategorisasi dengan koding, selanjutnya yang harus dilakukan adalah menemukan pola atau tema. Pola atau tema seolah tampil secara acak, maka peneliti harus melakukan proses mengkode informasi yang akan menghasilkan daftar tema. Tema minimal dapat mendeskripsi fenomena dan secara maksimal memungkinkan menginterpretasi fenomena. Tahap terakhir adalah pemeriksaan keabsahan data dengan melihat kesinambungan data antara satu informan dengan informan lain.

Adapun tahap analisis data penelitian ini dengan menggunakan thematic coding yaitu dengan membuat identifikasi, perbandingan dan mempertentangkan makna elemen, ketika hal itu muncul dan muncul kembali dalam konteks yang berbeda. Jadi, sebuah konsep yang sama, misalnya latar belakang subjek akan menimbulkan pemahaman yang berbeda Karena penekanan konteks yang berbeda. (Jensen & Jankowski, 1999, p. 251).

4.9 Kualitas Penelitian

Kualitas penelitian dapat dijelaskan melalui 4 hal: *credibility* (derajat kepercayaan), *transferability* (keteralihan), *dependability* (kebergatungan), dan *confirmability* (kepastian), (Moleong, 2006, p. 324) :

1. Kredibilitas

Kredibilitas ditentukan oleh pandangan partisipan penelitian.. Berdasarkan pemikiran paradigma yang digunakan oleh penelitian kualitatif, penelitian dilakukan untuk memahani dan menjelaskan fenomena dari sudut pandang partisipan, maka partisipan adalah satu-satunya yang bisa melegitimasi kredibilitas hasil penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai *Thread Starter* yaitu penjual yang menulis *thread* mengenai produk yang dijual dalam Forum Jual Beli Kaskus, dengan kompetensi yang ada dalam dirinya maka ia gunakan untuk membangun kepercayaan pengguna Kaskus. Untuk itu, maka melalui model “*performative*

competence” dapat memberikan pemahaman apa yang dilakukan dan ditampilkan informan sebagai penjual dalam upaya membangun kepercayaan pengguna Kaskus.

2. Transferabilitas

Tingkatan di mana hasil penelitian kualitatif bisa digunakan dalam konteks atau setting lain. Dari sudut pandang kualitatif, peneliti bertugas menjelaskan konteks penelitian dan asumsinya sebagai bagian dari penelitian. Dalam melakukan studi, peneliti berusaha untuk mendeskripsikan konteks serta asumsi mengenai fenomena yang diteliti secara detil. Hal tersebut dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap setiap informan, dan melakukan pengamatan terhadap *thread* yang berisi teks.

3. Konfirmabilitas

Dalam usaha untuk memenuhi kualitas konfirmabilitas ini, peneliti mencoba meningkatkan nilai validitas yang ada dengan berbagai cara, antara lain dengan menyetengahkan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh para informan berupa kutipan langsung, untuk menguatkan analisis dan diskusi hasil penelitian. Hasil penelitian harus bias dikonfirmasi oleh pihak lain. Penelitian harus mendokumentasikan proses pengambilan data.

4.10 Keterbatasan Penelitian

- A. Keterbatasan penelitian dengan teknik pengumpulan data secara wawancara mendalam dan pengamatan memunculkan masalah sebagai berikut.
 - 1. Masing-masing wawancara dilakukan di ruang terbuka, seperti di depan mall, dan di restaurant, sehingga timbul suara bising dan keberadaan orang banyak di sekitar informan yang mengganggu jalannya wawancara.



BAB V

ANALISIS HASIL TEMUAN DATA

Pada bab ini adalah hasil wawancara mendalam dari beberapa informan yang menjadi member Kaskus. Informan dalam penelitian ini dikelompokkan atas 2 kategori, yaitu :

Kategori I : informan sebagai penjual di Forum Jual Beli Kaskus

Kategori II : informan sebagai pembeli di Forum Jual Beli Kaskus

Para informan yang terdapat dalam penelitian ini merupakan member Kaskus yang tingkatannya newbie, Kaskus addict, dan Kaskus donatur.

Berikut ini adalah hasil wawancara mendalam dari pengalaman informan yang diungkapkan oleh penjual dan pembeli kepada penulis. Hasil wawancara tersebut dikelompokkan menurut model “*Performative Competence*”, yaitu :

- I. *Interpretive Competence*, kemampuan penjual untuk mengkategorikan pengguna Kaskus atau khalayak yang berpotensi sebagai calon pembeli.
- II. *Role Competence*, kompetensi peran yaitu bagaimana penjual yang menjual produk mampu menjalankan perannya dalam membangun kepercayaan pengguna Kaskus dengan menunjukkan visualisasi gambar, harga yang menarik dan spesifikasi produk, hal ini kemudian digunakan untuk menarik para pengguna untuk membeli produk tersebut.
- III. *Self Competence*, dikaitkan dengan *self-image* atau *self-presentation* yang ditampilkan penjual baik dalam Kaskus yaitu *Computer Mediated Communication* ataupun yang *Face to Face*.
- IV. *Goal Competence*, yaitu kemampuan untuk menetapkan tujuan guna memperoleh kepercayaan dari pengguna Kaskus, dikaitkan dengan tingkat kesulitan yang dialami ketika awalnya membangun kepercayaan para pengguna Kaskus.
- V. *Message Competence*, mencakup *verbal competence* dikaitkan dengan kemampuan penggunaan bahasa yang digunakan oleh penjual dengan calon pembeli yaitu pengguna Kaskus maupun istilah-istilah yang sering digunakan dikalangan penjual. *Nonverbal competence* terkait dengan bahasa yang digunakan penjual dalam upaya membangun kepercayaan pengguna

Kaskus. Dan *relational competence* terkait dengan kemampuan penjual untuk menunjukkan perilaku yang akrab untuk menciptakan suasana yang familiar dengan calon pembeli atau pengguna Kaskus dalam upaya membangun kepercayaan.

Untuk kategori informan II, sebagai pembeli di Forum Jual Beli Kaskus. Poin-poin pertanyaan yang diajukan kepada pembeli yang telah membeli di Forum Jual Beli Kaskus lebih merupakan recheck atas kompetensi yang dimiliki penjual menurut model "*Communication Competence*".

- I. Recheck atas *Interpretive Competence* yang dimiliki penjual.
- II. Recheck atas *Role Competence* yang dimiliki penjual.
- III. Recheck atas *Self Competence* yang dimiliki penjual.
- IV. Recheck atas *Goal Competence* yang dimiliki penjual.
- V. Recheck atas *Message Competence*, mencakup *verbal competence* dan *nonverbal competence* dan *relational Competence* yang dimiliki penjual.

Data nama informan dalam hasil temuan berikut ini adalah sesuai dengan data keanggotannya dalam member Kaskus. Informan A. 01-02 merupakan penjual pada forum jual beli kaskus yang melakukan upaya membangun kepercayaan pengguna Kaskus. Informan B. 01-02 adalah informan sebagai pembeli di Forum Jual Beli Kaskus. Berikut ini adalah hasil wawancara yang diungkapkan oleh informan yang berprofesi sebagai penjual Kamera di Kaskus kepada penulis.

Informan A. 01 : Id Elyudien, 35 tahun

Latar Belakang Informan

Elyudien merupakan anak kedua dari lima bersaudara, dengan pendidikan sarjana di Institut Pertanian Bogor. Lelaki campuran Jakarta-Makassar ini, sudah sejak 2007 bergabung di Forum Jual Beli Kaskus. Sebelum di Kaskus, Elyudien yang berprofesi sebagai *fotografer wedding*, ia belum mengetahui apa itu forum Kaskus. Setelah Elyudien mengetahui Kaskus sebagai forum komunitas terbesar di Indonesia, Elyudien pun mulai menjelajahi Forum Jual Beli Kaskus. Kaskus sebagai media yang interaktif, respon dan feedback dari pengguna Kaskus yang bertanya tentang produknya, dapat dibalas dengan cepat. Maka ia berpikir inilah situs yang diperlukan untuk bisnis jual beli *onlinenya*. Kemudian dengan hitungan beberapa bulan, produk yang dijual dapat mendatangkan untung dengan cepat. Dari sinilah, Kaskus menjadi situs yang selalu dipantau tiap hari oleh Elyudien dalam memasarkan produknya.

“Saya mulai di Kaskus yang pertama adalah tentang kelebihannya. **Orang bisa respon cepat dan feedback dengan cepat juga.** Ada feedback yang positif ada juga yang negatif. Dulu pertama register, kebetulan ada promo kamera murah sekali dari distributor. Dan ternyata dapet respon positif dari Kaskuser, produk saya laku, bisa dibilang kaya kacang goreng. Nah, karena hal ini juga menjadi usaha pertama saya dalam membangun kepercayaan, dari situ testimoni mengalir dengan cepat, banyak yang bilang rekomen *seller*”

Ketika menjalani bisnis *online*, yang terpenting adalah membangun terlebih dahulu kepercayaan pengguna Kaskus. Hal ini dilakukan agar produknya dapat diterima oleh khalayak dan dapat menguntungkan secara materi.

“**Jadi modal utama dalam bisnis online adalah kepercayaan.** Karena pembeli tidak melihat barang, pembeli, tidak melihat penjual, tidak melihat bentuk fisik tokonya. Jadi artinya si pembeli nebak-nebak neh bener ga produk yang dijual. Yang saya pikir adalah bagaimana membangun kepercayaan yang nantinya pasti menguntungkan saya donk dalam segi materi”

Interpretive Competence

Dalam upaya membangun kepercayaan kepada pengguna Kaskus, hal yang dilakukan Elyudien adalah **dengan membuka saluran komunikasi yang seluas-luasnya**. Saluran komunikasi yang digunakan dalam bisnis *onlinenya* adalah telepon, SMS, Email, Yahoo Messenger, Facebook, dan Website. Dengan hal ini, diharapkan bahwa saluran komunikasi yang dibuka, dapat dengan cepat dalam merespon pertanyaan-pertanyaan calon pembeli ataupun khalayak sebagai pengguna Kaskus.



Gambar 10
Thread Elyudien : Saluran Komunikasi

Yang kedua adalah bahwa calon pembeli diperbolehkan untuk melihat barang dalam bentuk visualisasi yang dapat dikirim lewat email. Dalam bisnis *online* memang barang yang ditampilkan tidak ada dalam bentuk fisik, hanya tampilan visualisasi saja. Dalam hal ini, Elyudien meyakinkan calon pembeli bahwa barang yang dijual 100% sama seperti visualisasi yang ada di *thread*.

“Persoalannya kalo dibisnis *online* itu memang tidak ada display. Jadi klo mereka mau lihat dulu produknya, kita sampaikan selalu **kita hanya bisa kirimkan gambar dan gambar 100% sama dengan yang digambar**”

Elyudien dapat mengetahui kebutuhan pembeli pada produknya dengan **mengkategorikan harga-harga kamera, produk hingga sesuai dengan kebutuhannya**. Misalnya pengkategorian sesuai harga dimulai dari dibawah satu juta hingga yang lebih dari lima juta rupiah. Hal ini dianggapnya dapat mempermudah calon pembeli ataupun pengguna Kaskus yang melihat *thread*nya. Berdasarkan pengalaman, kemudian Elyudien menilai bahwa calon pembeli atau pengguna Kaskus tersebut membeli produk berdasarkan budget yang dimiliki oleh calon pembeli tersebut.

“seiring dengan pertanyaan pembeli, maka **saya mengkategorikan barang sesuai dengan harganya**. Ada kamera berdasarkan kebutuhan berenang, berdasarkan yang zoomnya panjang, berdasarkan touch screen dan kamera SLR. Jadi semua itu karena asalnya dari pembeli, jadi pembeli maunya apa, saya sesuaikan”



Gambar 11
Thread Elyudien: Kategori Barang

Role Competence

Ketika calon pembeli atau pengguna Kaskus melihat kategori tersebut maka mereka biasanya melakukan komunikasi dengan bertanya melalui saluran komunikasi yang telah disediakan. Mereka dapat berkomunikasi dengan menanyakan spesifikasi produk. Dengan menanyakan spesifikasi produk biasanya dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi para calon pembeli yang bingung membandingkan beberapa produk yang akan dibelinya.

**“kunci pertama klo ada yang tanya harus jawab sejele-
selasnya, jangan asal. Dan biasanya didasarkan dengan produk
knowledge. Nah kita harus jelasin spesifikasinya, baik dari
kelemahan maupun kelebihan kedua produk itu”**

Untuk mendukung dalam upaya membangun kepercayaan, maka Elyudien berusaha tanggap terhadap kebutuhan calon pembeli atau khayalak pengguna Kaskus. Dengan menunjukkan klasifikasi dan spesifikasi produk dalam *thread* maka dengan mudah dapat memahami apa yang diinginkan para pengguna Kaskus. Dan membuka saluran komunikasi seluas-luasnya agar dapat merespon dengan cepat apa yang diragukan oleh calon pembeli. Hal ini juga turut mendukung peran penjual dalam upaya membangun kepercayaan pengguna Kaskus.

“karena satu rahasia jualan yang pegang komunikasi cepat itu yang menang. Contoh misalnya sms tanya barang ke tiga penjual si A, paling murah, Si B, harganya sedang dan Si C paling mahal. Tapi diantara ketiga itu, yang respon paling cepat dialah yang menang. Pokoknya yang respon komunikasinya yang cepat, itulah yang paling mudah mendapatkan pembeli. Jadi makanya saya bilang, buka saluran komunikasi yang seluas-luasnya, itu memang kuncinya untuk upaya membangun kepercayaan”

Ketika calon pembeli direspon dengan cepat maka akan lebih mudah juga untuk menjelaskan secara terbuka kepada mereka mengenai kelemahan maupun kekuatan dari produk. Dan Elyudien akan memperhatikan bagaimana respon dari calon pembeli yang akan membeli produknya.

“Pasti dijelasin kesemua calon pembeli jika ada yang bertanya. Saya menegaskan kamera ada kelemahannya tetapi juga kelebihananya tapi kekurangannya juga harus dijelaskan. Karena tidak ada kamera yang sempurna. Dan alhamdulillah sampe sekarang belum ada komplain dengan rekomendasi mengenai kamera yang kita lontarkan ke pengguna Kaskus. Semua cocok dengan rekomendasi yang kita berikan. Karena kita ga mau ngasih rekomendasi tanpa ada alasan mendasar yaitu tadi produk knowledge. Tapi itu juga disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan”



Gambar 12
Thread Elyudien: Rekomendasi

Ketika berhadapan dengan calon pembeli, Elyudien akan merespon apapun pertanyaannya dengan tujuan upaya membangun kepercayaan. Karena karakteristik calon pembeli atau pengguna Kaskus berbeda-beda maka diperlukan kemampuan untuk menghadapi mereka. Dengan kemampuan menghadapi mereka secara sabar, ia akan mendapatkan hal-hal yang menguntungkan seperti testimonial dari pengguna Kaskus.

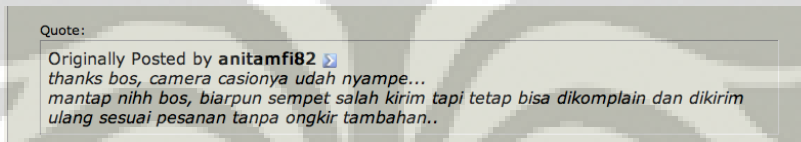
“Klo menurut saya pembeli bawel adalah aset. Pengalaman saya dulu, saya pernah..sms-an tiga hari..dalam tiga hari itu dia ga deal-deal..nanya mulu..apa aja ditanyain.. tapi **saya tetap sabar dan pastinya dibales**. Dengan kesabaran itu, akhirnya saya mendapat testimoni sangat bagus..kaya gini tulisannya ”*setiap ditanya dibales..sms kapan aja dibales, respon cepet, harga bagus ditanya apapun di jawab dan dia bilang rekomend seller*” yang baca testimoni kan langsung order”



Gambar 13
Thread Elyudien: Testimoni

Sebagai penjual, pasti ada kesalahan yang dilakukan terhadap pembeli. Misalnya kurang kirim barang, salah kirim barang, kurang barang yang diantarkan, kesemua hal ini harus diselesaikan. Dampak dari tidak terselesaikan masalah ini akan mengurangi kepercayaan pengguna Kaskus.

“Jadi klo ada yang salah kirim klo kurang kirim klo ga ke kirim telpon saya bilang klo misalkan salah warna,.telpon bilang ke dia tawarkan ke dia mau kembali atau bagaimana pokoknya gimana tuntaskan hari itu soalnya yang jadi masalah gini kamera dikirim memori lupa ke kirim masalahnya gini pas pembeli buka barang yang dia pikirkan adalah wah gue ditipu neh wah kacau neh penjual bilang ada memorinya malah ga ada memorinya kalo gitu saya bilang telpon klo memori yang ketinggalan karena apa gitu kita kirim ulang gratis semuanya minimal dia tenang gratis semuanya dan itu **harus cepat di konfirmasi**. Itu aja dah minimal oh bener ketinggalan bukan ditipu atau hilang”



Gambar 14
Thread Elyudien: Konfirmasi Kesalahan

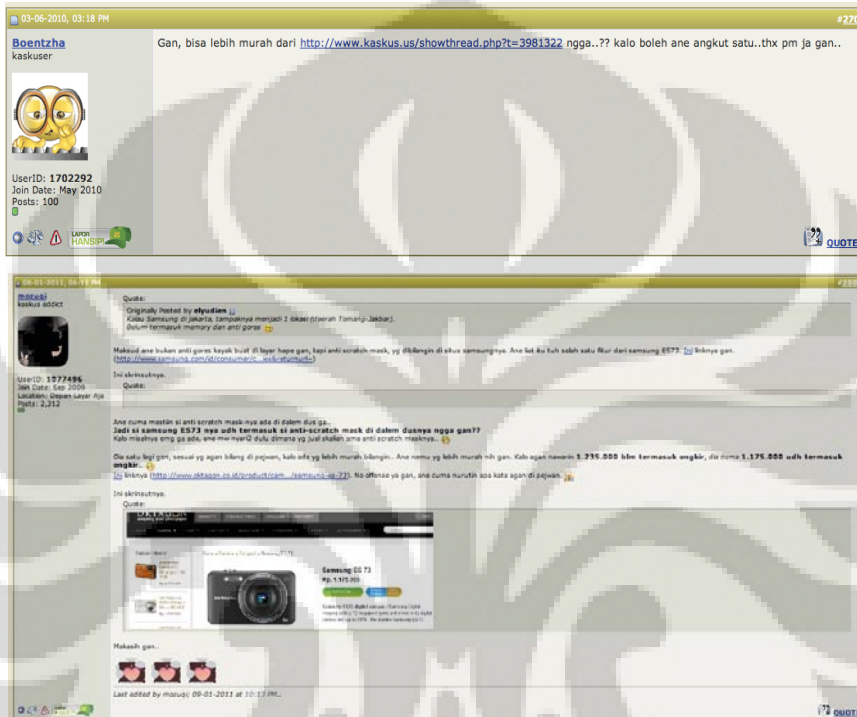
Sambil bercerita tentang bisnis jual *onlinenya*, Elyudien juga akan memperhatikan bagaimana karakteristik calon pembeli yang serius ataupun tidak serius. Biasanya calon pembeli yang tidak serius akan melontarkan pertanyaan yang mustahil. Pada saat ia mengetahui bahwa calon pembeli tidak serius, Elyudien akan tetap membalas apapun yang dilontarkan oleh pembeli yang tidak serius tersebut.

“Tyah..kadang order kita sedang banyak, ada orang tanya kekita juga tidak sedikit. Walaupun hanya bertanya, trus pertanyaannya juga macem-macem..misalnya ada yang tanya, “saya mau cari kamera yang paling mahal..” **Wah, ini sih iseng..tapi kita tetap respon**..saya bilang toh kita tidak rugi, masalah dia beli apa ga, ga masalah buat saya”

Pada saat jualan *online*, tentu saja kita tidak tahu berhadapan dengan siapa. Ini dapat membuat calon pembeli meminta harga miring terhadap produk yang

ingin dibeli. Hal ini memang menjadi dilema Elyudien sebagai peran penjual. Menurutnya hal yang wajar jika produknya ditawarkan.

“Namanya jualan, ditawarkan merupakan hal yang wajar jangan ditawarkan, si penjual malah marah-marah.. Klo saya bisa lawan y saya lawan tapi klo saya liat harga modal ga masuk bilang aja ga bisa lawan, selesai kan, jadi ga usah ngomel”



Gambar 15
Thread Elyudien : Pembeli Yang Menawar

Sebagai penjual, menurut Elyudien merupakan hal yang wajar bila ditawarkan oleh calon pembeli. Hal ini lah dapat dilihat bagaimana Elyudien menghadapi calon pembeli yang nawar produknya. Tapi terkadang pembeli juga tidak memperhatikan secara jeli mengapa barang ditempat orang lain lebih miring harganya dibanding produk yang Elyudien jual.

“Tetep stay cool tetep dan tetap kita ladenin. Kadang saya terima sms..ada yang bilang..”bos lapak sebelah lebih murah?”..saya bilang “mana linknya?” trus saya dikasih lihat link..trus saya cek..saya feedback lagi “bos cek donk..ini nya garansinya..bener ga? Bener ..klo garansi bener harusnya sekian tahun” kata dia “oh ya bener, gan, garansinya lamaan ama agan Elyudien” katanya. Setelah itu selesai deh... yang penting

jangan marah dan mengedepankan emosi. Yang pasti kita udah jujur mengenai produk yang kita jual”



*Gambar 16
Thread Elyudien : Penjelasan Produk dan Harga Produk*

Self Competence

Sebagai penjual yang berupaya membangun kepercayaan pengguna Kaskus, image yang ditampilkan Elyudien dalam *thread* juga harus positif agar produk dan profil dirinya juga dapat membuat para pengguna Kaskus percaya. Dengan adanya testimoni dari pembeli, bisa menunjukkan image positif di mata khalayak sebagai pengguna Kaskus.

“Saya pernah bicara pada adminnya,, jadi dia yang menyarankan untuk mengumpulkan testimoninya. Dulu saya ga ngumpulin testimoni, jadi jika ada testimoni saya hanya jawab “ok terima kasih”. Karena saya berpikir, saya niat jualannya bener tanpa testimoni pun, harusnya saya jualan jujur. Tetapi dengan meningkatnya kasus penipuan di Kaskus, saya kumpulin semua testimoni tuh sampe ga nampung-nampung saking banyaknya. **Nah testimoni ini juga menganggap kalo saya positif dimata khalayak. Dari profile juga terlihat saya Kaskuser donatur, sebagai bentuk respek saya terhadap Kaskus karena saya cari uang disitu. Dari profile saya juga dapat dilihat saya bermain di forum apa aja. Testimoni tentang saya juga ada. Reputasi saya..semua itu menampilkan bagaimana saya di Kaskus. Positif atau negatif dimata Kaskuser”**



Gambar 17
Thread Elyudien : Testimoni Positif

Selain testimoni, *thread* yang menampilkan berbagai saluran komunikasi untuk berhubungan dengan Elyudien, juga harus menyala sesuai jamnya.

“Jadi waktu itu, yang saya terapkan pertama adalah buka seluas-luasnya saluran komunikasi, jadi telpon harus nyala sesuai jamnya, YM harus nyala sesuai jamnya, sms harus di balas, email harus dibales, semua saluran yang ada harus dibuka dan harus dibales. Jadi klo mereka telpon walaupun hanya tanya, saya buka tiga line klo tiga-tiganya bunyi harus diangkat bagaimanapun caranya klo misalkan ga diangkat maka kita akan telepon balik. Nah, sekarang ada 6 line, kalau ada telpon masuk harus diangkat, hal itu membuktikan bahwa kita ini serius jualan...itu juga untuk meningkatkan kepercayaan. Itu dulu deh yang pertama”



Gambar 18
Thread Elyudien: Testimoni Positif 2

Namun, ketika saluran komunikasi sudah terbuka dan lancar. Kendalanya sekarang adalah diprodukannya. Pembeli biasanya mengeluh ada yang lecet, karena dalam bisnis *online* tidak dapat melihat secara fisik. Tetapi langkah yang diambil Elyudien dalam masalah ini adalah langsung tuker jika lecet, tetapi kalau rusak maka Elyudien mengecek melalui teknisi yang ada di kantor untuk melihat kerusakan ada dimana. Garansi memang menjadi hal yang penting jika membeli produk.

“Klo barang ampe lecet ya tuker, ini juga yang upaya membangun kepercayaan. Saya pribadi, barang selama 3 hari setelah terima barang cacat atau rusak tuker, tuker pokoknya langsung...Kalo lebih dari tiga hari, saya servis itu pun gratis selama kerusakan dari pabrikan bukan karena jatuh. Karena kalo jatuh tidak ada garansi. Ini semua karena saya ada kerja sama dengan distributor jadi sebelum saya berani berjualan saya harus buat kontrak dengan distributor”

Note:

1. Jika dlm 3 hari barang yg diterima ternyata terdapat cacat produksi maka akan kami tukar yg baru.
2. Barang yg telah dibayar kami jamin akan terkirim utuh dan lengkap secara aman.
3. Setiap barang yg kami jual selalu dilengkapi dengan kartu garansi RESMI. Ingat....bukan GARANSI TOKO!
4. Barang yg kami jual dijamin produk baru 100% dan bukan barang bekas/second. Barang sama dengan yang dijual di toko-toko elektronik besar.
5. Bila ada yang LEBIH MURAH, info kepada kami !!!

Gambar 19
Thread Elyudien : Garansi

Pada *thread*, Elyudien banyak merespon mengenai pertanyaan pengguna Kaskus yang masih bingung dengan spesifikasi produk. Feedback dari Elyudien dalam *thread* memang dibaca pengguna Kaskus. Agar dapat dipercaya, situasi *thread* yang kondusif adalah situasi yang dapat dipercaya. Pengetahuan mengenai produk memang penting jika ingin berjualan sesuatu baik itu *online* atau konvensional. Hal ini akan memberikan kepercayaan pada para pengguna Kaskus bahwa Elyudien memiliki kemampuan dalam menjual produknya dengan menyediakan barang serta layanan dengan cara cepat dan nyaman. Ini juga merupakan salah satu cara untuk menjaga hubungan *long-term relationship* atau hubungan jangka panjang.

“Respon cepat dan product knowledge itu harus. Staf saya dan juga saya harus dibekali semua pengetahuan mengenai kamera. Tujuannya agar setiap menjawab pertanyaan mengenai

produk, harus ada alasannya. Jadi cara pertama, jawab sejelasa mungkin jangan setengah-setengah dan jangan menimbulkan pertanyaan baru... Jadi hal tersebut penting. Karena kadang pengguna awam. Skill dalam pengetahuan, kompetensi dalam menghadapi orang, itulah yang saya bekal di dalam diri saya dan staf-staf saya”



Gambar 20
Thread Elyudien : Product Knowledge

Ketika Elyudien mulai menjalani bisnis *online*, maka ia berpikir demi memperluas jaringan selain Kaskus, maka ia bergabung dengan komunitas fotografi terbesar di Indonesia. Ini dilakukan untuk upaya membangun kepercayaan juga agar produknya diterima. Selain pengalaman, keuntungan materi juga didapat dengan tergabungnya Elyudien dalam komunitas fotografi.

“Kalo saya respon cepet itu hanya untuk kepercayaan tapi **untuk terkenal pertama itu adalah masuk ke komunitas. Saya masuk kekomunitas fotografi...** Jadi strategi pertamanya masuk komunitas fotografi di Kaskus, ada juga komunitas fotografi yang terbesar itu adalah FN fotografi dot net... Ga cuma pengalaman dan pengetahuan..tapi keuntungan materinya juga gede”

muka 20:21:59 wib fotografanet Login

Anggota

Lihat daftar anggota

Berdasarkan kata kunci : ELYUDIAL

Yang namanya diawali dengan : Semua Huruf

Lokasi : Semua

Indonesia : Semua Propinsi

Selain Indonesia : Semua Negara Selain Indonesia

Keanggotaan : Anggota dan Moderator

Diurutkan berdasarkan : Tanggal Daftar

Terbaik

Jumlah data yang ditampilkan per halaman : 20

Lihat Daftar Anggota

Ditemukan 1 data ditampilkan dalam 1 halaman.

| No | Nama/Lokasi | Jumlah Karya | Jml Menulis Komentar | Nilai Rata2 Per Foto | Tgl Daftar/Login Terakhir |
|----|--|--------------|----------------------|----------------------|--|
| 1 | Elyudial Prensana Dien (1660) Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia | 45 | 315 | 29.89 | 30-01-2007 17:19:25 WIB 08-12-2011 07:56:26 WIB |

muka :: top

[Halaman Utama](#) | [Forum](#) | [Artikel](#) | [Anggota](#) | [Pandaian](#) | [Tentang Kami](#) | [Keanggotaan Plus](#) | [Kontak](#)
[Galeri Tahun: 2010](#) | [2009](#) | [2008](#) | [2007](#) | [2006](#) | [2005](#) | [2004](#) | [2003](#)
 Forum tahun: [Terbaru](#) | [2007](#) |

Copyright ©2002 - 2011 PT Fotografanet Net Global
 Send your comment or suggestion using this online form
[Send your comment or suggestion using this online form](#)

Gambar 21
Thread Elyudien : Product Knowledge

Pendekatan melalui komunitas-komunitas fotografi merupakan salah satu dari cara untuk upaya membangun kepercayaan. Hal yang paling penting adalah pendekatan kepada calon pembeli.

“Biasanya neh, yang beli kan suka bilang ke kita lagi, “saya dulu pernah beli neh. Kasih saya harga bagus donk”. **Klo lagi pas saya yang handle, saya kasih diskon atau ya udah gratis ongkos kirim lah”**

Selain pendekatan, perhatian kepada pembeli juga penting untuk upaya membangun kepercayaan. Perhatian yang diberikan kepada pembeli akan membuat pembeli merasa dihargai.

“**Satu lagi yang saya bilang kalo ada masalah dengan klien misalnya masalah janji atau masalah pengantaran atau masalah warna, cara yang dilakukan adalah telpon mereka.** Saya bilang jangan sms karena psikologi pembeli, klo ditelpon itu merasa dihargai... saya sering berbelanja *online* dan sangat-sangat senang klo ditelpon. Mereka atau pembeli akan sangat merasa dihargai jika ditelpon meskipun cuma konfirmasi telat”

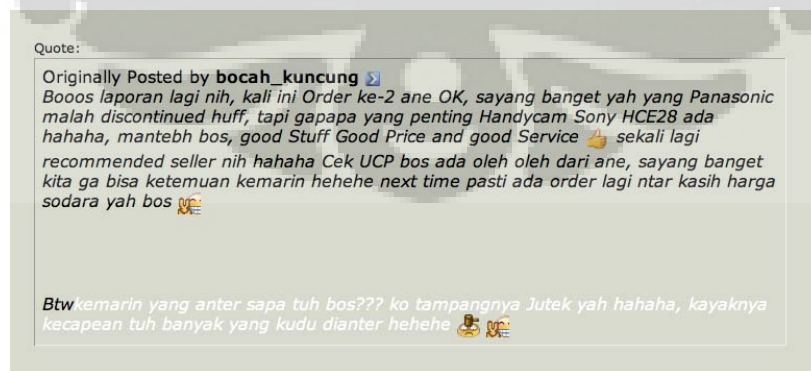


Gambar 22
Thread Elyudien: Testimoni positif 3

Goal Competence

Upaya dan waktu yang dibutuhkan oleh Elyudien untuk upaya membangun kepercayaan memang tidaklah mudah. Karakteristik yang berbeda-beda juga berpengaruh terhadap kepercayaan terhadap Elyudien. Walaupun para calon pembeli awalnya membandingkan harga Elyudien dengan penjual lain, tetapi dengan garansi yang dimiliki, pembeli akan datang kembali ke Elyudien. Hal ini terlihat bahwa banyak pembeli yang sudah repeat order kepadanya.

“bagi saya repeat order adalah yang berguna dari pada yang pembeli pertama. Pembeli pertama dia kan dia coba-coba klo pembeli kedua itu mah bukan coba-coba lagi tapi udah percaya itu mah dia tinggal bilang ke orang lagi tentang saya”



Gambar 23
Thread Elyudien : Repeat Order

Para pengguna juga tergoda dengan harga murah dan garansi resmi yang ditampilkan di *thread* juga upaya membangun kepercayaan penggunanya dan dapat meyakinkan pembeli untuk membeli produk Elyudien.

“Ok..yang jelas yang pertama saya jelaskan adalah **barang saya jual 100% dan garansi resmi** saya harus tekankan itu dulu karena dipasaran banyak yang lebih murah banyak yang seken garansi BM jadi klo murah BM itu wajar yang susah itu murah garansi resmi. Jadi saya menekankan dari pertama barang yang saya jual original baru dan garansi resmi dan kalo itu diterima barang itu lecet maka barang kembali ke saya saya ganti 100%. Otomatis orang digeretak gitu juga berpikir bener juga gitu yah trus akhirnya membeli ke saya”



Gambar 24
Thread Elyudien: Garansi resmi

Selain itu, Elyudien bertujuan untuk pembeli manapun harus dilayani dengan tujuan untuk relasi jangka panjang.

“**Saya selalu mengingat pembeli manapun harus dilayani.. karena saya berpikir jangka panjang.** Makanya saya bilang ke karyawan kita jualan itu harus idealis jangan karena untung gede trus kita alihkan keproduk B padahal produk A lebih bagus awalnya pembeli ga tau tapi setelah dia ketemu sama temen-temennya dia pasti dikatain tuh “lo ngapain beli kamera ini loh..bego loh.. ini kan bagusan ini” Nah, nanti saya disalahkan, tiba-tiba nulis di *thread*. Sampe sekarang belum ada yang komplain ke saya mengenai hal itu rata-rata sih pas dan sesuai. Setelah dia bilang ke temen-temennya beli dimana, di Kaskus id Elyudien, pasti kemungkinan temennya klo misalnya cari kamera nyari saya. Walaupun hanya cari kamera, kita harganya murah garansi resmi, jadi kemungkinan untuk membeli ke saya pun ada. Itu tujuan kedepan jangka panjang yang saya pikirkan”



Gambar 25
Thread Elyudien :Long Term Relationship

Message Competence

Ketika berbicara dengan pelanggan, Elyudien menggunakan bahasa yang mudah dimengerti pengguna Kaskus. Hal ini dilakukan agar pesan yang disampaikan mudah dipahami. Selain itu, bahasa yang digunakan juga harus membuat calon pembeli familiar. Tidak kaku, hal ini terletak pada respon yang diberikan Elyudien terhadap pengguna Kaskus.

“Nah makanya, pesan apapun sekalipun nawar.. Kalo bagi saya lo mau nawar berapa pun, saya bales,..klo ga bisa ya ..bilang ga bisa jangan ga dibales. Jadi, jangan sampe ga dibales. Itu yang ga dibales, menurut saya komunikasinya yang macet dan komunikasi macet pasti pesan ga sampe donk..ada juga yang bilang “lo beli di lapak sebelah aja klo mau murah” gitu jawabnya .. klo saya jawabnya “oh sory bos..lapak sebelah biarain deh murah..saya ga berani lawan harga” bilang aja gitu lebih baik kita apa adanya meskipun di halaman satu klo ada yang lebih murah kasih tau.. klo bisa, ya diskon tapi tetep dibales..**bahasa yang digunakan juga jangan emosi, stay cool aja..biar calon pembeli merasa kita enak di ajak share dalam masalah produk”**



Gambar 76
Thread Elyudien : Message Competence

Nonverbal Competence

Dalam upaya membangun kepercayaan, Elyudien menggunakan visualisasi gambar, menampilkan testimoni dan profilnya sebagai suatu tanda kesuksesan dalam berjualan di Kaskus. Testimoni dengan gambar best seller, rekomend seller, rate 5 star, dan angkat beer. Semua ini tergantung pembeli yang memberi testimoni.

“Testimoni yang masuk banyak, banyak banget itu masih ada yang belum masuk. Itu masuk ke page one saja untuk page dua itu sudah tidak masuk hitungan sudah ada dua belas thread di saya mengenai testimoni itu. dan itu saya kumpulin... **Testimoni, gambar, profil, semuanya bertujuan untuk membuat pengguna atau calon pembeli percaya.** Sekarang pengguna Kaskus juga jeli sih nyari pembeli, liat testimoninya, klik profilnya dia maen forum apa aja..udah dapet cendol apa belum. Ada bata merah atau ga. Semuanya dibandingin”



Gambar 27
Thread Elyudien : Testimoni-Testimoni

Selain itu, bahasa-bahasa yang digunakan biasanya bahasa yang umum sudah dipakai kalangan Kaskus seperti Gan, bos, PM, harga Nett, newbie dan masih banyak lagi. Gan biasanya

“Ya biasanya produk, **gan..**produk ini spek lengkapnya aja. Kadang ada yang nanya lewat **PM**, diskon..ga cm PM sih..di *thread* juga banyak yang tanya seringnya diskon..kadang klo emang **harga nett** ya..nett ga bisa di diskon”

Tampilan visualisasi gambar juga penting, dengan menampilkan produk maka pengguna Kaskus akan berpikir barang yang dijual 100% sama dengan yang dibeli. Dengan hal ini sehingga menimbulkan adanya kepercayaan terhadap produk yang dijual.

“Jadi namanya *online* berarti kita tidak berhadapan langsung jadi memang si pembeli tidak tahu berhadapan sama siapa makanya visualisasi gambar diperlukan. Kan orang berpikir kalo tampilan gambar di *thred* kaya gitu berarti kita beli juga kaya gitu. **Dan saya jamin. 100% visualisasi gambar sama dengan yang dibeli. Dan gambar yang di Kaskus, rekomen seller itu penting dalam pesan yang ada di *thread*”**

Relational Competence

Pendekatan yang dilakukan Elyudien memang bertujuan untuk upaya membangun kepercayaan kepada para pengguna Kaskus. Bila kepercayaan di peroleh maka calon pembeli akan mengungkapkan produk yang ia cari dan ia butuhkan. Untuk hubungan yang lebih familiar, maka Elyudien mencoba menunjukkan perilaku ramah, terbuka dan merespon cepat apa yang dibutuhkan pembeli.

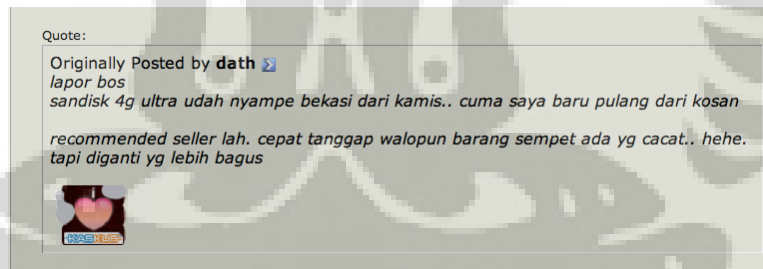
“Sama juga halnya apakah berhadapan sama saya atau berhadapan dengan siapa, dari situ kadang-kadang tahu persolannya, mereka maunya apa, mau nego seperti apa, di telpon dan sebagainya. Sms juga saya ladenin, juga terus terang, saya males angkat telpon, jadi kalo saya standby, ada yang sms, ga ada satu menit langsung saya bales. **Kita selalu menunjukkan perilaku yang ramah, terhadap calon pembeli dan mencoba selalu merespon cepat apabila dia bertanya ke kita”**



Gambar 28
Thread Elyudien : Relational Competence

Setelah calon pembeli memberitahu kebutuhannya dan direspon dengan baik, maka hubungan relasi dengan para pengguna dan pembeli terdahulu tetap terjaga. Dan hingga saat ini, Elyudien, menjaga hubungan baik dengan siapapun yang ada di *threadnya*.

“Klo aku selalu mengajarkan kepada anak-anak zero komplain jangan sampe ada kesalahan. klo sampe ada, wah, segera respon, saya menanamkan rasa bersalah kepada mereka. Hal ini akan membangun relationship yang baik, melalui pesan yang kita sampaikan”



Gambar 29
Thread Elyudien :Membangun Relationship

Informan A. 02 : Id Kardonce, 29 tahun

Latar belakang Informan

Tekad untuk kerja membuat pria asal Cirebon ini merantau ke Jakarta. Anak ketiga dari tiga bersaudara, dahulunya kuliah di Universitas Islam Indonesia tetapi harus berhenti karena kegiatannya dalam sebuah grup musik. Pengalaman menarik yang dirasakan saat berada dalam anggota grup musik adalah ia sempat mengeluarkan album bersama teman band yang lain dan masuk dalam acara Dahsyat di RCTI. Hanya berpenghasilan dari manggung, menurutnya belum mencukupi kehidupannya. Dimulai dari sekedar kegiatan pengisi waktu luang, koleksi handphonenya akhirnya malah membawa keuntungan. Dari sekedar untung-untungan, Kardonce mulai berjualan di Kaskus. Mulai dari hanya satu handphone hingga saat ini sudah ada ratusan handphone yang dijual dan *ready stock*. Pria yang menyukai merk handphone Motorola ini, mulai serius berjualan di Kaskus pada tahun 2007.

“bisnis ini memang sudah lumayan lama juga itu semua dimulai dari hobi. Tahun 2006 mulai suka hunting-hunting handphone sampe akhirnya serius untuk jual beli handphone, mulai 2007. Di Kaskus itu dari tahun 2007, cuma dulu level iseng beli handphone trus klo udah bosan trus dijual... masih belum dalam skala besar”

Kaskus adalah situs bisnis yang potensial untuk dikembangkan dibanding situs jual beli lain. Hal ini membuat Kaskus selalu *dimaintenance* Kardonce.

“Udah 2 bulan ini di toko bagus. Efektif bagus tapi memang dia lebih open market mereka lebih kebawah frekuensi pembelinya lebih sedikit nanya nya lebih banyak daripada belinya. Toko bagus memang ga kaya Kaskus...toko bagus kan open di media massa, orang yang baru tahu Internet, mau nyoba belanja Internet. Nah orang yang awam itu banyak tanya. Ga dimanintence sih yang di toko bagus cuma pengen tahu aja...Makanya saya mainannya cuma di Kaskus. Karena itu merupakan bisnis yang potensial untuk dikembangkan”

Interpretive Competence

Ketika Kardonce melakukan upaya membangun kepercayaan, terlebih dahulu **mengkategorikan khalayak yang akan serius membeli produknya**. Mulai dari awal berjualan ia selalu menyimpan berbagai sms dari calon pembeli. Ia melakukan hal tersebut agar dapat menjaring pembeli yang serius.

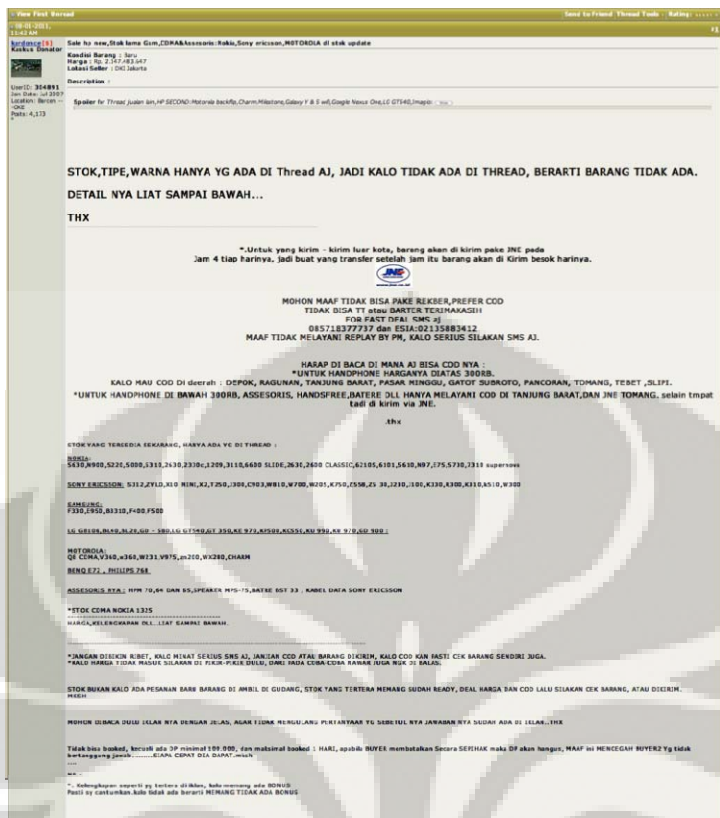
“Jika ada yang sms dengan kata Mas, pak, atau bos...kalo gan lebih tinggi dari bro. Dari segitu banyak panggilan, setelah saya teliti sampai masukin ke excel, yang serius adalah pak dan bos. Paling sering adalah panggilan pak. **Makanya sering saya bilang bahwa konsumen biasanya punya karakteristik masing-masing, bagi penjual hal tersebut harus dipahami**”

Bahasa-bahasa yang digunakan calon pembeli akan menandakan keseriusan calon pembeli terhadap produk yang dijual Kardonce.

“Mulai dari 2007 pengalaman saya, **pesan yang disampaikan para calon pembeli melalui puluhan sms tiap hari, dari situ terlihat banyak jenis orang yang serius dan ga. Dari pengalaman itu mulai tahu lah mana yang serius mana yang ga. Saya tahu dari bahasa yang disampaikan**”

Thread yang ditampilkan oleh Kardonce memang berbeda dengan *thread* dari penjual lain. Nada tegas yang tersirat dalam *thread* ternyata mempunyai tujuan khusus. Tujuan khususnya adalah untuk menjaring konsumen yang serius.

“**harapan mengapa saya menulis *thread* seperti itu adalah supaya menjaring konsumen yang serius** dan suasana yang tegas di depan...Kalo calon pembeli yang serius, karena saya di *thread* udah tegas..dia udah pasti *to the poin*..kaya misalnya dia tanya..ongkos kirim berapa? saya minat dengan type hp ini? kirim ke bandung berapa gan? Kalo ada kesepakatan, misalkan deal saya hanya tunggu dia transfer trus saya kirim. Apalagi lewat telepon..itu biasanya yang serius”

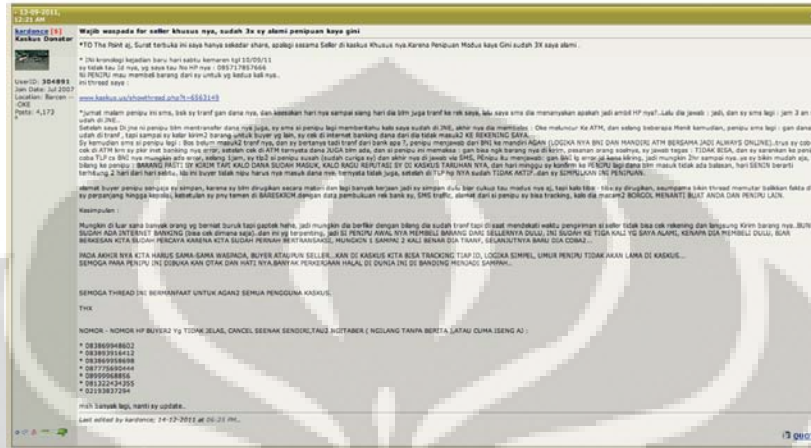


Gambar 30
Thread Kardonce

Resiko dalam bisnis *online* adalah penipuan. Hingga saat ini, Kardonce baru merasakan sedikit duka dengan tertipu oleh orang lain. Karena kemampuan dari dalam dirinya untuk mengkategorikan calon pembeli yang serius dan ketegasan dalam *thread* membuat ia terhindar dari penipuan. Kardonce pun menaruh nomor handphone tersebut dalam *thread* nya dan juga kronologisnya agar penjual Kaskus pun lebih hati-hati dalam memilih calon pembeli.

“Pernah aku ditipu. Hampir ditipu, ceritanya saya dari cibinong, dan pembeli ada di sarinah. Udah sore jam 5, saya ketemuannya, malah macet malemnya saya dan dia udah deal. Harga dan barang udah OK. Kejadiannya sebelum puasa. Kronologisnya, dia cek barang, trus ga jelas aja, dia bilang ga jadi. Saya tanya kenapa ga jadi, “Barang ga sesuai *thread*?.” Entah kenapa dia bingung aja jawabnya. Kaya orang linglung gitu. Bingung mau jawab apa kayanya. Saya tinggal tuh akhirnya. Saya sms dia aja, agak kasar smsnya. Setelah saya sms, saya pikir dia akan ninggalin kata-kata kasar juga di *thread*. Tapi dia ga ninggalin *thread* apa-apa. **Saya taruh diKaskus nomor-nomor**

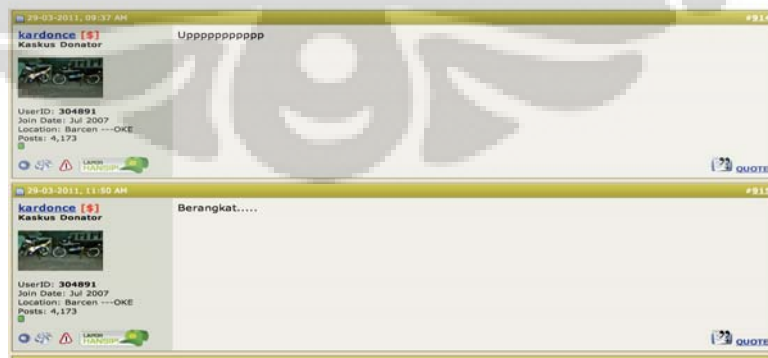
handphone yang tidak bagus untuk penjual. Nantinya para penjual akan disimpan nomor-nomor itu, jadi seumpama ada apa-apa, penjual searching nomor di google, sudah ada. **Jadi agar lebih waspada aja.** Saya ampe nyimpen neh di handphone nomor handphone yang rese-rese, saya namain di kontak saya kaya kampret,..brengek..”



Gambar 31
Thread Kardonce : Share Penipuan

Selain itu, sundul dalam Forum Jual Beli Kaskus penting untuk menaikkan posisi *thread* pada forum. Situasi seperti ini sudah dibaca oleh Kardonce, ia menganalisis jam-jam yang membuat nyudul itu tepat waktu.

“sundul di Kaskus itu kan 3x dalam sehari. Trik saya adalah klo lagi sundul trus ada yang tanya saya jawab, itu kan jadi sundul juga. Itu trik saya. Jadi memang kepentingannya bukan kepentingan jawab lebih ke arah nyundulnya”



Gambar 32
Thread Kardonce : Sundul

Role Competence

Dalam upaya membangun kepercayaan, Kardonce berusaha tanggap terhadap kebutuhan para calon pembelinya dengan menunjukkan service atau pelayanan mengenai penggantian produk jika produk tidak sesuai dengan *thread*. Karena calon pembeli hanya mengandalkan visualisasi gambar saja, tidak dalam bentuk fisik produk seperti di pasar konvensional.

“klo seumpama baru beli hp trus tiba-tiba rusak klo saya pribadi saya ganti. kalo lebih dari sebulan masalahnya apa dulu ya, itu dari kesepakatan awalnya. Jadi intinya saya lihat dulu masalahnya apa kalo dari saya ya, saya retur pastinya. Kalo ga mau rugi itu jangan berbisnis, jadi gagal adalah hal yang wajar. Misalnya barang ada yang rusak secepatnya saya ganti, hal ini juga mendukung peran saya donk sebagai penjual yang ngasih garansi. Intinya kalo ada masalah cepat konfirmasi atau kasih tahu”



Gambar 33
Thread Kardonce : Testimoni

Kesepakatan juga berlaku, jika pembeli ingin melihat barang secara langsung dengan syarat calon pembeli harus datang ke tempat Kardonce. Upaya ini dilakukan untuk menjalankan perannya sebagai penjual agar calon pembeli nantinya akan tertarik dengan produk yang dijualnya. Hal ini juga mendukung agar tujuan akhir calon pembeli adalah membeli produknya.

“Oh lihat barang itu bisa tapi dia harus datang ke tempat saya. Tapi klo udah bahas masalah bisnis, hal kaya ongkos itu harus dipikirin. Boleh lihat barang tapi si calon pembeli harus ketempat saya. Rugi donk saya kalo misalnya saya samperin, setelah saya samperin ternyata dia ga jadi beli”

Hal ini dilakukan tidak hanya pembeli di Jakarta, barang yang dikirim juga telah sampai di Kalimantan hingga Papua. Inilah service yang dilakukan oleh Kardonce sebagai upaya membangun kepercayaan kepada pengguna Kaskus.

“Sebetulnya ga ada, klo saya triknya lebih ke arah...Menurut saya yang membangun kepercayaan dari waktu ke waktu tidak mungkin usaha yang sebentar. **Upaya saya untuk membangun kepercayaan adalah service dalam artian insya allah apa yang diomongkan, apa yang udah jadi kesepakatan, semua itu saya tepatin jadi semua memang mau kirim pun jauh ke Kalimantan, trus barang rusak, saya retur ganti baru.** Tergantung kesepakatan awal. Kesepakatan awal harus jelas...Jika kesepakatan Jangka waktunya 4 hari trus 4 hari produk rusak, jelas itu saya ganti. Tapi saya minta dia kirim dulu walaupun di luar kota. Saya bayarin ongkos kirimnya. Biar saya cek dulu. Kalo seumpama memang hasilnya ternyata produk dari saya yang rusak, pasti saya retur”

Berbagai pengalaman juga terlihat melalui transaksi REKBER, menurut Kardonce ia tidak tertarik untuk transaksi secara REKBER. Ia lebih mengutamakan COD dibanding REKBER. Jika jauh di luar JABODETABEK, maka transfer melalui Bank adalah satu-satunya cara yang digunakan dalam bertransaksi.

“Saya sudah pernah menggunakan rekber. **Karena pengalaman, terdahulu pake rekber kurang baik dan saya berpikir dengan perputaran barang tiap hari, sangat sayang kalo saya nunggu rekber.** Saya lebih prefer yang COD. Kalo rekber ke Kalimantan saya harus nunggu 2 hari uang baru sampe padahal barang udah loss.. nah harusnya kalo transfer kan saya bisa putar uang lagi. Lagian klo direkber kita udah kadang menemukan pembeli yang main-main. Kadang berapa kali saya pernah kirim ke Bali. Saya 3 kali pake rekber ke sana, ada lecet dikit, dia minta kurangi harga. Jadi dari sini prefer transfer kalo ada komplain balikin aja. Kalo seumpama saya hubungin rekber.. aduh ribet banget”

Sebagai penjual, Kardonce lebih mengutamakan penjualan dibanding harus merespon mengenai spesifikasi produk. Ia hanya merespon SMS, PM, VM, dan Telpn kepada orang yang serius akan membeli produknya.

“Klo saya sih simple...spek cari di google. Kan orang Kaskus kritis yah. Jadi klo dia mau beli produk, dia pasti cari dulu di google. Kalo ga jelas baru saya jelasin. **Dan saya pikir orang yang belanja online maka status ekonominya pun memadai untuk mereka mencari spek di google.** Pastinya klo COD saya jelasin se detail-setailnya. Emang saya bukan konsultan..tapi ya itu bagian dari service”

Karena mobilitas tinggi seperti COD an yang hampir dilakukan setiap hari maka untuk merespon semua pengguna Kaskus yang bertanya mengenai produk secara terus menerus juga menjadikan Kardonce tidak efektif dalam berjualan.

“**Tujuan membuat thread tegas itu, sebenarnya saya ingin menjangking konsumen yang serius karena kalo saya open, jadinya tidak efektif.** Karena saya masih menjalani bisnis ini baru dua orang. Dulu saya pernah punya BB, dalam sehari ga berenti orang tanya-tanya. Pada akhirnya tidak efektif. Maksudnya dengan tingkat mobilitas saya yang tinggi dan masih banyak yang perlu dipikirin..seperti penjualan saya. Pertanyaannya biasanya, “gan ini gimana, harganya berapa, speknya apa saja”. Karena emang BBM gratis, jadi ga efektif. Karena saya juga harus keluar”



Gambar 34
Thread Kardonce :Testimoni 2

Self Competence

Dalam usahanya membangun kepercayaan, image yang ditampilkan memang harus positif, sehingga khalayak yang membaca *threadnya* akan percaya terhadap produk yang dijual. Menurut Kardonce, jujur adalah kunci utama dalam berbisnis.

“**Kompetensi udah pasti semua wirausaha kunci utamanya jujur ...trus ...apa yah bertanggung jawab** namanya jadi kalo namanya bisnis ada resiko rugi itu udah pasti kalo dia berpikir dagang trus takut rugi jangan bisnis klo kata pepatah 10 gagal 11 kali berhasil jadi gagal tuh wajar hal simple...”



Gambar 35
Thread Kardonce : Self Competence

Untuk mendukung kejujuran yang dilakukan Kardonce, setiap produk yang dijual, ia akan menginformasikan keadaan barang secara tegas.

“saya kan memang orangnya detail, saya tahu barang yang saya jual, saya lumayan cinta dengan handphone yang mulus. Jadi ga ngasal bilang mulus..mulus..jujur tentang barang. **Saya punya perhatian khusus mengenai barang yang saya jual. Jujur dan tegas di depan atau di thread membuat saya memiliki kompetensi diri agar tidak dikomplain.** Makanya hingga saat ini orang jarang yang komplain dan itu juga membuat saya bisa membangun kepercayaan pengguna Kaskus yang melihat *thread* saya”

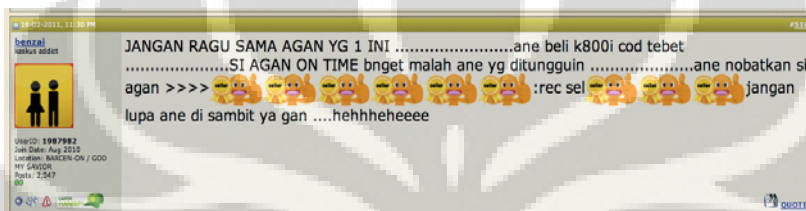


Gambar 36
Thread Kardonce : Penjual Jujur

Dalam *thread* yang dibilang tegas, Kardonce juga tegas dalam waktu untuk transaksi. Konfirmasi kembali mengenai jam transaksi selalu dilakukan Kardonce untuk bertekad ia berjualan dengan serius dan dengan komitmen yang tepat. Tegas memang terlihat dalam *thread*, tetapi sikap ini berbeda dengan calon pembeli

ketika COD, ia mengaku bahwa *thread* itu menunjukkan untuk menampilkan kejujuran dan ketegasan. Dalam COD ia akan lebih familiar agar pembeli merasa nyaman untuk transaksi dengan dirinya.

“Dalam dua tahun belakangan, transaksi sehari 8 orang.. jam operasional saya dari senin sampai minggu. **Dalam kasus COD, misalnya sebelum 1 jam saya yang harus konfirmasi.** Kalo ga ada kabar ya berarti orang ga serius..saya nyantai sih sebenarnya. Tegas hanya di *thread*, klo saya tegas pas COD, calon pembeli akan kabur, biasanya mereka bilang *thread* hanya didepan aja, selanjutnya saya orangnya familiar”



Gambar 37
Thread Kardonce : Self Competence 2

Selain hal itu, bagian dari service saya sebagai penjual. Maka saya harus maintenance para pembeli. Maintenance dengan memberitahu bahwa barang sesuai dengan di *thread*, saya menjelaskan mengenai produk yang telah dibelinya.

“**Yang sudah beli memang saya maintenance, tiap orang beli saya memberi tahu apa yang ada di hp itu.** Saya jelasin klo dia tanya barang ini baru ga. Saya jelasin tuh ke orang yang beli barang saya. Barang baru dilihat dari sini nih.. gitu mba. Sejelajelasnya lah karena saya punya peranan sebagai penjual yang punya knowledge yang bagus mengenai produk”

Bagian dalam upaya membangun kepercayaan adalah tampilan dimana ia berjualan, Kaskus. Para pengguna Kaskus yang akan menjadi calon pembeli, biasanya mencari penjual dengan melihat terlebih dahulu profil sipenjual.

“Dahulu, saya belum begitu mengerti, di *thread* saya tidak menampilkan tipe handphonenya sementara konsumen searching itu langsung tipe handphonenya. Itu kekurangannya. Tapi sekarang sih ga. **Kelebihannya orang tuh ngeliat thread saya psati lihat dari kapan saya join di Kaskus. Saya juga terus update barang dagangannya**”

Melalui *self competence* yang dimiliki, Kardonce sudah berpikir mengenai kemudahan belanja *online* bagi masyarakat khususnya Kaskus. Maka ia menyediakan produk yang dibutuhkan para pengguna Kaskuser, dan Kaskus juga menjadi lahan yang pas seperti untuk berbisnis *online*.

“Karena peran penjual sebagai saya, Kaskus itu kan besar karena penjual. Orang yang semakin banyak tahu ttg Internet semakin orang tidak mau ribet. Sistem belanja pergi ke mal lah. Dirumah dia bisa berInternet seperti Kaskus. Dulu Kaskus terkenal dengan situs porno sampai akhirnya berhasil ke situs komersil sukses ya karena peran penjual. **Pembeli pada akhirnya minat untuk join, yang tadinya tidak punya account di Kaskus akhirnya ia mempunyai account agar dapat bisa berkomunikasi dengan penjual. Makanya peran dan kompetensi penjual itu besar.** Kalo saya pribadi, pebisnis, tidak ada MOU hitam atas putih yang dipegang kalo *online* hanya omongannya saja”

Sebagai bentuk respect terhadap Kaskus, banyak penjual menjadi Kaskus donatur sebagai bentuk apresiasi karena Kaskus menjadi lahan bisnis bagi produk mereka.

“**Iya jadi donatur sebulan 150 ribuan. Bentuk respek saya terhadap Kaskus.** Saya udah dapet banyak dari Kaskus. Masa saya ga bisa ngasih ke Kaskus. Segitu mah kecil menurut saya. Dari handphone yang saya jual sudah banyak, masa bagi sedikit aja ke Kaskus ga mau. Kalo Kaskus pun mau naikin tarif di Kaskus donatur, saya berani membayar. Karena Kaskus saya bisa berbisnis dan mendapat keuntungan dari situ”



Gambar 38
Thread Kardonce : Profil

Yang ditekankan oleh Kardonce adalah membangun kepercayaan itu penting. Kalau tidak dibangun maka khalayak tidak dapat membeli produknya.

“Kalo ga dibangun mana dia bisa tau barang yang aku jual bagus. Kalo mereka percaya barang yang aku jual bagus maka mereka dapat dengan pasti, mereka bisa percaya aku. Karena yang beli ke aku tidak hanya member Kaskus, tapi dari orang-ke orang. Bagi saya ga penting dia member Kaskus apa ga yang penting lo beli ma gw.. Karena saya punya keyakinan bahwa barang yang saya jual bagus, jujur, harga juga ok”

Goal Competence

Ketika ia sudah menggeluti bidang bisnis jual beli handphone di Kaskus, Kardonce sudah mulai merasakan keuntungan yang lumayan besar. Uang-uang tersebut ia putar kembali menjadi modal dan hingga saat ini keuntungannya mencapai puluhan juta rupiah.

“Keuntungan bersih sampe sekarang, dalam sebulan mencapai 21 juta. Rata-rata transaksi dalam satu hari aja mencapai 20 juta, memang tidak tiap hari paling tidak dalam sehari 8-10 handphone terjual”

Untuk mencapai tujuan dalam membangun kepercayaan, untuk memperolehnya memang bukan hal mudah. Bagi mereka yang telah membeli, dan komplain maka pasti direspon oleh Kardonce agar membuat pembeli tersebut merasa dihargai dan kemungkinan akan repeat order.

“Ga mendetail sih..di *thread* saya menampilkan foto, difoto tersebut adalah tampilan dari apa yang dijual. Saya juga nampilin kardus-kardus handphone yang banyak, agar orang berfikir saya ada stok. Saya ga rewel kalo rusak ganti. Saya ga pusing-pusing mikir rugi sudah saatnya saya rugi kan ketutup ma untung-untung lainnya. Barang yang rusak saya tumpuk, lambat laun udah banyak saya jual lagi dengan harga murah. Tapi dengan keadaan barangnya saya jelasin, biar orang tahu keadaanya barangnya. **Saya jujur. Jujur itu, tujuannya agar penjualan tinggi apalagi sudah ada yang repeat order.** Bulan ini tinggi penjualannya sehari bisa sampai 10, lebih banyak yang kirim luar kota”

Berjualan di Kaskus, memang menguntungkan. Menurut Kardonce, keuntungan yang terlihat dengan jelas bahwa sudah banyak orang yang melihat *thread*-nya. Total yang melihat 250.000 orang dan halaman *thread*-nya mencapai 125 halaman. Dan yang melihat itu, adalah member Kaskus dan diluar member Kaskus.

“Makanya kenapa *thread* di buat satu. Testimoni mungkin orang bisa buat. Tapi masalahnya, Cloningan sebanyak itu, harus buat berapa id. Id nya beragam ga. Di testi itu membeinya apa, Kaskus apa newbie atau holic atau addict..profilnya member sejak kapan saya banyak maen di forum apa. Hingga saat ini, **enaknya *thread* saya sudah 125 halaman.** *Thread* starter itu dibuka tanggal berapa dan sekarang sudah tanggal berapa. **Total sudah orang lihat 250.000 orang...**Karena yang beli ke aku tidak hanya member Kaskus, tapi dari orang-ke orang. Bagi saya ga penting dia member Kaskus apa ga yang penting lo beli ma gw”



Gambar 39
Thread Kardonce : Jumlah Thread

Dengan *thread* yang ada, Kardonce dapat membangun kepercayaan para pengguna Kaskus yang melihat *thread*-nya. Dikarenakan jarang ada komplain lewat *thread*, biasanya telpon atau sms. Tapi semua itu direspon dengan baik dan para Kaskuser yang telah membeli telah menyatakan puas dengan pelayanan Kardonce, walaupun terlihat tegas di awal *thread*.

“Dengan *thread* seperti itu, tegas di depan, saya rasa bisa membangun kepercayaan para pengguna Kaskus. Tanpa ada komplain yang berarti di *thread*, bahasa-bahasa yang digunakan juga para Kaskuser yang telah membeli bilang puas dengan pelayanan saya walaupun komplain di *thread* saya jarang

ladeni...Klo belum yakin ma barang yang saya jual, saya ajak ketemuan, cek fisik, cara ngecek handphone saya kasih tahu trik-triknya, saya kasih garansi 3 hari uang kembali full. Setelah sampai di rumah ada trouble, saya ganti full diluar kota juga dikirim trus saya bayar full pokoknya sampai titik nol. Seumpama kirim ke saya 125 ribu. Itu udah termasuk ongkos kirim pas dia kirim saya tambahin 150 rb jadi sampai ke titik nol ga ada tuh ruginya. Makanya dengan adanya upaya seperti ini, saya tetap mendapat untung, yang penting percaya dulu..”

Menurut Kardonce, usaha dalam skala besar pada Kaskus, bisa dihitung dengan jari. Pesaing-pesaingnya mempunyai kendala dalam stok barang. Tapi Kardonce, selalu mempunyai stok barang yang memadai maka orang menjadi percaya jika memesan barang, barang tersebut ready stock.

“pasar di Kaskus masih terbuka lebar, Negara Indonesia adalah Negara yang berkembang, usia-usia remaja yang penggila handphone masih banyak dan masih banyak yang awam tetapi sudah mulai mengerti dan beralih ke bisnis *online*. Jadi peluang masih besar. Di Kaskus saya perhatikan tidak ada yang bermodal gila. Dalam arti, taraf uang yang diputarnya dalam skala besar. Ga nyetok barang tapi dia ambil barang dari orang lain. **Kalo saya, selalu nyetok dan kualitas barang terjamin. Makanya sampe sekarang keuntungan terus mengalir”**

Dengan keuntungan yang terus mengalir, Kardonce berniat untuk membuka kantor, dengan konsep berbeda dengan toko handphone. Tempat yang dibuat agar nyaman mungkin, hal ini juga diambil dari pengalaman berjualan. Jika orang sudah nyaman berkomunikasi dengan penjual, maka ada kemungkinan besar dia membeli produk yang dijual si penjual.

“Pengen punya kantor yang nyaman. Konsepnya juga tidak seperti toko. Pengennya seperti tempat nongkrong. Memang kan klo belanja *online* cek barang kan sulit. Makanya dibuat kantor yang se cozy mungkin. **Karena yang lebih mendominasi kepercayaan dalam belanja *online*. Maka kantor yang saya buat juga harus menampilkan kantor yang dapat dipercaya bukan kacangan.** Perbedaan Internet dengan yang konvensional adalah orang jualan ngasih itung-itungan seumpama ada yang rusak potong harga. Karena asumsinya dia udah cek barang makanya harga dikurangi”

Kemudian, tahun depan Kardonce akan menambah produk yang dijualnya dan meluaskan koneksi bisnis dengan tujuan akan mampu bertahan dan selalu mengikuti tren yang ada.

“Bulan maret niat pinjem di bank. Barang dagangan pasti akan bertambah lagi. Saya mulai partai android, BB..nanti setelah itu pengajuan kerja sama Kaskus. Pengen Sticky linknya, kalo memang bisa, saya udah prefer buka web sendiri...**Masalahnya kepentingannya jual beli, kita harus berjualan berhubungan dengan tren, maka orang akan mampu bertahan di dalam berbisnis online. Mereka yang mampu bertahan adalah orang-orang yang punya pijakan yang kuat, jangan karena berubah tren trus ambruk**”

Message Competence

Ketika berbicara dengan calon pembeli baik dari Kaskus maupun dari luar anggota Kaskus masalah yang biasanya adalah ketidak pahaman pembeli dalam mengecek barang tersebut baru atau tidak. Ketidapkahaman pembeli dalam mengecek barang dan spesifikasi produk juga disampaikan Kardonce, melalui telpon atau *Face to Face* saat COD. Hal ini pasti dapat membangun kepercayaan pembeli yang telah membeli produknya.

“**Kalo dia ga jelas tentang spesifikasi produk pasti dia telepon saya, saya juga bisa jelasin kelemahan produk dan kekuatan produknya. Kalo disms kan panjang jadi mendingan telepon**”

Nonverbal Competence

Ketika berinteraksi dengan calon pembeli baik dari Kaskus maupun dari luar anggota Kaskus. Kardonce menggunakan istilah yang biasa digunakan oleh Kaskuser. Istilah-istilah tersebut mudah dipahami, karena Kaskus banyak dikenal oleh masyarakat di Indonesia. Istilah seperti gan, bos, harga nett, cendol, bata merah, repost,

“Kan banyak istilah Kaskus, kaya **harga nett** berarti ga bisa ditawar, **cendol, bata merah**, dan pernah saya ketahuan **repost threadnya**. Semua pengguna Kaskus sudah tahu artinya...Pesan di *thread* juga jelas, nonverbal yang terlihat seperti huruf besar, tersirat adanya ketegasan yang dimiliki Kardonce. Testimoni-

testimoni pengguna Kaskus yang menampilkan best *seller*, rekomen *seller*, dan cendol sangat diperlukan dalam *thread* agar orang melihat bahwa penjual ini dapat terpercaya”

Dalam upaya membangun kepercayaan, Kardonce tidak hanya mendapatkan cendol dan rekomend *seller*, tetapi bata merah pun pernah didapat. Bata merah dalam istilah Kaskus adalah orang yang memiliki reputasi kurang bagus.

“Walaupun pesan yang disampaikan di *thread* juga cukup jelas. Banyak loh mba, yang memberi saya cendol tetapi ada juga bata merah. Inilah pesan-pesan non verbal yang membuat kepercayaan konsumen meningkat di saya. Apalagi saya udah rekomend *seller*. Masalah cendol ma bata sih biasa”

Relational Competence

Pendekatan yang dilakukan Kardonce dengan pembeli adalah dengan membuat mereka dapat terbuka kepada dirinya.

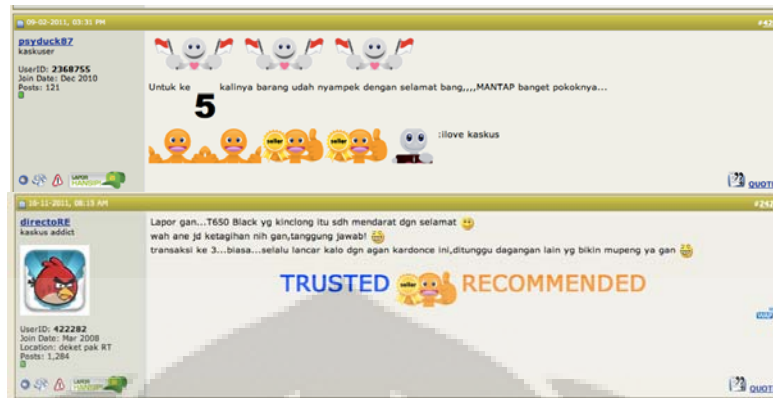
“Kalo saya udah jelasin produk kan enak..kita bisa lebih akrab aja gitu layaknya teman ma relasi. Situasi yang saya tampilkan ke pembeli juga jangan kaku. Santai aja..jadi orang yang beli nyaman ke saya nya, nyantai”



Gambar 40
Thread Kardonce: Relational Competence

Setelah berhasil melakukan pendekatan, Kardonce akan menjaga hubungan relasi dengan orang yang sudah membeli kontinu.

“Ada orang yang beli kontinu ke saya, itu yang saya maintaince dengan benar. Pasti saya pelihara. Itu sudah merupakan relasi saya. Saya punya relasi BTS-BTS yang selalu saya meintence. Semacam handphone-handphone yang dia butuhin, saya harus siapkan. Saya kasih info barang baru, harganya”



*Gambar 41
Thread Kardonce : Relational Competence 2*

Informan B.01 : ML

Latar Belakang Informan

ML berasal dari kota Solo, ia bekerja sebagai auditor di sebuah perusahaan di Jakarta Pusat. Ketika ditanya lebih lanjut alasan ia memilih Kaskus untuk membeli gadget seperti kamera. Aktif dalam Kaskus termasuk berbelanja, ML sudah menganggap Kaskus sebagai rumah keduanya.

“Wah, Kaskus mah rumah ke dua saya, pernah juga tuh belanja di FJB Kaskus”

Aktif dalam Kaskus membuat ML mengerti bahwa di Kaskus, peran terbesar dipegang oleh penjual. Mulai dari tahun 2005 hingga saat ini ML selalu mengikuti perkembangan Kaskus.

“Karena orang awam ngertinya Kaskus itu situs jualan. Dulu tuh bukan jualan, dulu jualan tuh sebagai pelengkap. Malah sekarang jadi 50% di forum, 50% lagi di forum jual belinya...Maen sih 2005, jaman-jaman BB 17. Jaman sukma ayu ma bjah. Dulu beredar foto syur nya di Kaskus”

Banyak forum yang ada di Kaskus, seperti FJB yang memudahkan ML dalam memilih barang yang sedang dibutuhkan. Forum lain seperti the lounge, KSP, surat pembaca juga sering dilihat dan ia menilai forum yang ada di Kaskus dapat menambah ilmu pengetahuan.

“Klo untuk beli barang Kaskus tuh pilihannya banyak. Lebih efisien, dari pada ke toko buang-buang waktu. Harga Kaskus lah klo bisa nawar hahaha...sekarang kan enak, transfer trus barang dikirim...saya suka baca-baca forum..forum apa aja. Saya kalo baca banyak sih ya..dari forum satu ke forum yang lain. Saya lebih sering bacaanya. Dari the lounge, KSP, surat pembaca. Dari baca gitu, jujur saya jadi menambah pengetahuan, dari ga tau tentang sesuatu jadi akhirnya tahu. Banyak ilmunya deh di Kaskus”

Kemudian biasanya ML mengakses Kaskus melalui komputer PC di rumah dan handphone jika sedang ada transaksi barang di FJB Kaskus.

“Di PC saya, malem, pagi, sore, wah..kapan aja deh se mood saya. Tapi klo lagi deal masalah harga, lagi beli barang saya suka cek PM lewat handphone”

Dengan menjadi member Kaskus, ML yang selalu memperhatikan perkembangan Kaskus menilai bahwa hingga saat ini yang memegang peranan penting dalam Kaskus adalah penjual.

“Oo penjual, menurut saya adalah aset besar dalam Kaskus. Tanpa penjual, Kaskus bukan apa-apa, mba. Dan alhamdulillah selama saya bertransaksi, saya bertemu penjual yang orangnya asik, produk yang dijual juga menyakinkan dan pastinya dapat di percaya”

Dari keyakinan yang dimiliki ML terhadap penjual Kaskus, pada tahun 2010 lalu, ML melakukan pembelian kamera pocket Olympus VG 120 di Kaskus. Karena banyaknya forum di Kaskus, maka sesuai dengan kebutuhan pembelian Kamera maka ML mencari dalam forum kamera dan bertemu penjual yang dapat dipercaya baik dari sisi produk ataupun profil penjual.

“Tya sempet, kamera poket sih. Itu pas 2010. Dulu pas cari kamera, langsung cari di forum khusus kamera. Muter-muter akhirnya dapet kamera yang saya mau. Nah, harga bagus, garansi OK lagi. Itu Elyudien deh id nya, saya masih inget soalnya *threadnya* saya control D, saya bookmark”

Dari hasil wawancara mendalam, akan diketahui recheck mengenai hasil dari kompetensi-kompetensi yang dilakukan atau dimiliki oleh penjual melalui model *Communication Competence*:

Interpretive Competence

Untuk mencari barang yang ingin dia beli, ML biasanya mencari dalam *thread* Forum jual beli. Dan biasanya ia mencari dari halaman ke halaman. Dengan mencari halaman perhalaman dibutuhkan kejelian dalam menilai penjual yang bagus, jika ada yang menarik dapat dibookmark di komputer.

“saya lihat kebutuhan saya dulu, lihat gambar produknya. Baru hal lain..kaya testimoni, profil dan sebagainya..**saya memang lebih suka nyari by page by page. Kira-kira menarik saya bookmark...**saya dalem dulu. Saya baca-baca dulu. Ga langsung saya yakin dengan penjual itu”

Ternyata tidak semua *thread* yang dapat ia bookmark, hanya *thread* yang menurutnya dapat dipercaya saja yang ia bookmark. Menurutnya kepercayaan dalam belanja *online* itu penting supaya mencegah dirinya kena penipuan yang dilakukan oleh penjual.

“hanya beberapa, yang menarik aja yang saya bookmark. **Dan hanya thread yang menurut feeling saya bisa dipercaya. Kepercayaan itu penting kali,** mba. Jangan sampai saya kena penipuan. Banyak loh sekarang yang jual tapi nipu”

Dengan melihat secara seksama yang menurutnya *thread* yang dapat dipercaya ML juga memperhatikan *thread* mulai dari harga, kualitas produk, dan garansi. ML juga membandingkan harga di Kaskus dengan harga di pasaran misalnya di ITC, Toko Kamera, dan lain-lain. Maka dari itu, untuk mencari barang yang akan ia beli, ia menginginkan dapat harga bagus, kualitas produk baik, dan garansi resmi.

“**Saya pernah compare barang, tapi ga diKaskus doank yah kompare harganya.** Saya kompare harga mah dimana-mana, karena saya mau dapet harga murah, tapi barang bagus, garansinya juga harus jelas”

Dengan membandingkan harga, ML melihat *thread* yang menurutnya harga, kualitas dan garansinya terjamin. Ada sedikit kecurigaan ketika awal melihat *thread* tersebut pada FJB Kaskus. Namun ketika melihat testimoni yang ada dalam *thread* maka ML percaya pada kualitas produk yang dijual oleh penjual yaitu dengan id Elyudien.

“Dan saya lihat dengan seksama, memang Elyudien paling murah, mba. Saya juga liat testimonial nya..menyakinkan lah...**Yang saya lihat di thread Elyudien itu memang lengkap. Dibanding lapak lain**”

Ada sedikit kecurigaan yang dirasakan ML dalam melihat penjual di Kaskus. Menurutnya tanpa gambar produk, spesifikasi produk, dan yang terpenting testimoni dari pembeli merupakan hal penting dalam membangun kepercayaan terhadap penjual di FJB Kaskus.

“Yang terpenting jika liat *thread* sih Gambar, sesuai ga ma yang saya cari. Dan yang penting lagi harga. Testimoninya apa aja, saya klik profilnya ternyata dia juga udah lama di forum kamera. Ya dari sini sudah mulai sedikit demi sedikit percayanya. Yang saya perhatiin waktu itu, keanggotaan Elyudien yang telah lama bergabung dalam FJB, testimonial menyakinkan. Kalo tanpa testimoni kayanya ragu deh”

Hal lain yang membuat ML percaya dan yakin untuk membeli produk pada penjual adalah respon yang cepat. Terkadang banyak saluran komunikasi yang ditawarkan di *thread* tidak dapat maksimal melayani calon pembeli. Elyudien memiliki banyak saluran komunikasi dan kesemua saluran komunikasi dapat melayani calon pembeli.

“Dulu saya hubungin Elyudien lewat YM untuk deal harga, SMS buat janjiin, Telepon untuk menayakan warna dan kesemua itu direspon dengan cepat”

Role Competence

Pertimbangan atau faktor yang mempengaruhi ML untuk menjadi percaya kepada Elyudien adalah karena kemampuan Elyudien yang tanggap akan kebutuhannya. Dengan karakteristik ML yang suka bertanya banyak mengenai barang yang akan ia beli, sehingga ML mempergunakan layanan saluran komunikasi yang disediakan Elyudien untuk bertanya masalah barang yang akan ia beli.

“Respon yang cepet juga saya rasain waktu saya tanya tentang kamera yang akan saya beli baik itu kelemahan dan kekuatannya apa. Trus yang rekomen apa. Saya tanya mendetail. Tapi yah, pihak Elyudien menjawab tuh. Saya termasuk pembeli bawel soalnya. Saya tanya dengan budget saya segini, saya dapet apa, itu responnya cepeet bangeet.. “

Untuk membeli barang, kadang calon pembeli merasa bingung dalam memilih barang. ML pernah merasakan kebingungan dengan pilihan warna pada produk yang akan dibelinya. Maka ia mendapat telepon dari Elyudien yang mengkonfirmasi apa pilihan warna yang dipilih ML, dan pihak Elyudien mengatakan untuk menghindari kesalahan pengiriman barang maka ia mengkomunikasikan hal tersebut lewat telepon. Menurut ML, hal ini menjadi nilai plus bagi Elyudien dalam menjalankan perannya sebagai penjual di FJB Kaskus.

“Dulu saya sempet ditelpon, sampe kaget, karena saya masih bingung masalah warna. Baik banget. **Sampe masalah warna aja di telpon jarang seller kaya gitu paling sms, itu juga kan butuh tenaga dan uang buat telpon saya**”

Self Competence

ML melihat semua yang *thread* sesuai dengan kenyataannya. Pengklasifikasian produk menurut harga di *thread* juga mempermudah ML dalam melihat produk yang ia beli sesuai dengan budgetnya. ML yang suka mencari tahu dan membandingkan harga kamera di luar situs Kaskus, mengakui bahwa harga di Elyudien lebih murah dibanding toko-toko kamera yang lain.

“Dan **dia memang mengklasifikasi annya memang lewat harga**. Saya kan awalnya liat *thread*, dan memang benar harga jauh lebih murah dibanding toko-toko lain. Sesuai lah yang di *thread*. Dan respon juga cepet”

ML menganggap Elyudien memiliki kemampuan dalam berjualan dan memahami semua produk kamera. Selain itu, saran yang diberikan Elyudien semuanya berdasarkan spesifikasi produk bukan jawaban asal.

“**Yang saya suka adalah Elyudien tahu banget masalah produk**. Jadi saya yakin juga barang yang saya beli bagus. Saya juga sempet membandingkan produk dan tanya pendapat Elyudien, responnya baik. Dibandingin bener-bener dari klasifikasi produk, ga ngasal, ga cuma harga, dan yang saya suka adalah dia ga milih kamera mahal. **Buat saya, dia memberi saran harga murah tapi barang OK**. Spek hampir sama, dan dia menyarankan untuk mengambil kamera yang saya beli. Menurut saya saran seperti itu memang dibutuhkan

untuk orang awam dan sangat membantu. Tapi ya..si Elyudien tidak mengarahkan kita beli apa. Semua kembali lagi disesuaikan dengan kebutuhan barang yang mau kita beli”

Untuk melengkapi pemahaman produk, penjual harus memiliki kompetensi pengetahuan produk yang menurut ML terlihat pada Elyudien.

“Kalo saya beli barang pertama saya lihat *thread*-nya. Saya cari speknya, saya kompare deh di google. Yakinnya si Elyudien itu punya image yang menguasai produk banget bukan kaya yang ditoko yah..tapi **dia memang punya pengetahuan lebih masalah perkameraan. Terlihat banget pas saya YM, SMS, tanya produk dengan cepet dia respon. Pengetahuan produk yang mantap dan sudah teruji kayanya”**

Faktor utama yang menjadikan ML percaya adalah garansi resmi yang diberikan Elyudien. ML mengakui *thread* yang lain juga dapat dipercaya tapi yang utamanya adalah harga dan yang paling penting adalah garansi resmi.

“**Respon bagus, penjelasan produk OK, dan harganya yang menjadi faktor utama.** Belum ada komplain saya kepada dia. Garansi resmi. Itu penting banget garansi, secara kita belanja *online*”

ML yang telah lama bergabung di forum Kaskus, merasakan bahwa terkadang penjual hanya mementingkan penjualan saja. Jika dimintai saran mereka lebih condong menyarankan yang harganya lebih tinggi.

“**Saya udah lama kan diKaskus, ada yang jawab ngasal, lebih mementingkan menjual produk mahal.** Ada yang kadang-kadang ngejar-ngejar pembeli”

Goal Competence

Sebagai pembeli ML juga tergiur dengan barang murah. Dengan menggunakan Rekber, kita sebagai pembeli dapat melihat barang itu sesuai dengan *thread* murah dan bagus atau tidak. Pada penjual Elyudien, ML yakin karena penjual tidak menggunakan jasa Rekber. ML yakin, bahwa barang yang dijual Elyudien merupakan barang bagus.

“Barang murah jauh dibawah pasaran biar dipercaya tapi barang bagus ga.. tapi tergantung juga sih..servicenya. sekarang klo kita ga percaya barang itu bagus, kita pake rekber. tapi klo elyudien ga nerima rekber, terlihat bahwa dia aja yakin dengan barang yang ia jual. tanpa rekber-rekberan. Kita juga yang beli jangan juga tergiur dengan barang murah. Rekber kan dipake klo kita ga yakin barang yang dijual penjual. Si Elyudien ga mau, karena barang yang ia jual jujur bagusnya. Menurut saya itu terbukti, saya beli barang bagus ke dia, ga ada komplain sampe hari ini”

ML mengetahui bahwa kepercayaan yang mendominasi jika berbelanja *online*. ML yang telah membeli barang ke Elyudien, pada suatu ketika berkomunikasi dengan Elyudien melalui YM, untuk bertanya mengenai kamera SLR. Pada awalnya ML akan menduga akan mendapat respon yang lama karena dalam hal ini ia hanya bertanya bukan membeli. Tetapi setelah ia mengirim pertanyaan respon dari Elyudien cepat dalam menjawab. Sama seperti dulu ketika ML membeli produknya. ML menilai bahwa Elyudien tidak memandang siapapun yang bertanya baik pembeli ataupun hanya bertanya, pasti direspon dengan cepat oleh Elyudien.

“Nah, karena *online* itu yang dibutuhkan kepercayaan yang besaaar. Kepercayaan itu penting. Dan respon Elyudien yang saya rasakan, pada saat itu saya hanya bertanya mengenai kamera SLR, ternyata responnya sama cepatnya pada saat kita membeli. Padahal saat itu saya hanya tanya aja, ga mau beli. Nah ini yang ngebuat saya percaya. Dia gamblang, welcome, tanya apa aja dijawab”

Verbal Competence

Ketika ML melakukan pembelian pada produk yang dijual Elyudien, ia menggunakan bahasa yang mudah dimengerti.

“Keliatan dari bahasa dia menguasai banget yang namanya daleman kamera. Dia berani banget untuk ngasih garansi klo ada apa-apa ganti baru. Selama tiga hari. Jam berapa pun saya lihat ditherad, dia respon sms. Saya tanya apapun juga bahasanya mudah dimengerti”

Nonverbal Competence

ML memperhatikan dengan seksama pada *thread* Elyudien. Dalam *threadnya* banyak icon-icon yang menampilkan kelebihanannya sebagai penjual. Dengan melihat testimoni, dapat membangun kepercayaan ML dalam bertransaksi dengan Elyudien.

“Dalam testimoninya, banyak yang gambar-gambar ngasih rekomen seller, best seller kan ada icon-iconnya tuh. Membantu banget tuh biar supaya tambah yakin dan percaya ma Elyudien. Thread udah lama berdiri, testimonial banyak. Dan rata-rata yang ngasih testimonial itu bukan newbie. Klo newbie bisa aja cloningan. Klo penjual newbie biasanya baru bergabung”

Relational Competence

Ketika ditanyakan apa yang membuat ML tertarik untuk membeli di Elyudien, ML menuturkan bahwa menurutnya service sebagai penjual yang diutamakan. Elyudien adalah orang yang welcome dengan siapa saja yang bertanya walaupun orang yang bertanya tidak membeli produknya. Hal ini menurut ML, yang dilakukan Elyudien adalah tetap terus memelihara kepercayaan pelanggannya.

“Kalo di Elyudien, kita mau beli atau ga ya gapapa. Cuma tanya juga silahkan. Dia itu lebih mengutamakan service sebagai penjual. Dan Elyudien tuh welcome banget kayanya ma siapa aja, di *thread* tuh terlihat banget dia selalu memelihara kepercayaan pelanggannya”

Informan B. 02 : MM

Latar Belakang Informan

MM merupakan seorang pria yang saat ini sedang kuliah di Universitas Gunadarma Margonda, Depok. MM yang kesehariannya selalu berhubungan dengan Internet. Karena MM sering berpergian, pada suatu saat MM kehilangan handphone. Karena jadwal kuliah yang padat, MM lebih memilih untuk mencari pengganti handphonenya di Kaskus.

“saya tahu dari teman-teman saya Kaskus adalah web terbesar di Indonesia. Mungkin sekarang udah cape kali cari-cari di toko. Udah gitu belum tentu saya dapat barang yang saya mau. Buang-buang waktu. Jadi mendingan di Kaskus. Tinggal searching, dapet barang, lyat *thread*nya dapat dipercaya apa ga, trus janji deh. Klo di Kaskus saya lebih cari yang prefer COD dibanding kirim barang”

Menurut MM, id Kaskus dipergunakan untuk melihat barang-barang yang akan dibeli atau barang yang sedang dicari. Dengan adanya id di Kaskus, MM merasa mudah mencari barang dan berkomunikasi dengan penjual.

“saya punya id memang untuk lihat-lihat barang klo ada yang menarik y saya beli klo ga ya ga. Tapi kebanyakan cari barang disaat saya butuh sesuatu. Punya id kan biar bisa tanya-tanya ma penjual. ...Waktu itu saya kehilangan hp, nah trus saya kan mencoba untuk mencari Kaskus. Muter-muter nyari sony ericsson dengan tipe yang sama dengan handphone saya yang hilang”

MM juga menyatakan bahwa di Kaskus ia menemukan *thread* yang cocok yang menawarkan tipe handphone sesuai dengan handphone yang hilang. Ada keraguan ketika melihat *thread* tersebut.

“Saya cari-cari sendiri, *thread* ke *thread*, dari page ke page... Dan ternyata di Kaskus, ada barang yang mungkin di toko ga ada tetapi di Kaskus ada. Produk yang saya dapat saat itu adalah “Barang Baru Stok Lama”. Pada saat saya mencari, saya masih newbie. Nah *thread* itu, jarang sekali saya temui. Saya juga kurang percaya, kok ada barang baru tapi stok lama.

Kan aneh. Tapi setelah saya ketemu dan beli handphone di situ, ternyata jujur yang jual”

Dari hasil wawancara mendalam, akan diketahui apakah yang melatar belakangi MM untuk percaya dan yakin terhadap produk yang dijual penjual. Hal ini merupakan hasil dari kompetensi-kompetensi yang dilakukan atau dimiliki oleh penjual, yang dilakukan penjual melalui model “*Communication Competence*” yaitu:

Interpretive Competence

MM merasa lebih mudah mencari barang yang dicari ketika melihat *thread* Kardonce. Tipe handphone mudah ditemukan karena Kardonce sudah mengkategorikan barang sesuai dengan merk handphonenya.

“Saya langsung liat merk sony ericsson sih.. liat tipenya..eh kebetulan ada. **Dia tuh ngelompokin barangnya menurut merk.** Lebih mudah aja si..liatnya”

Ketika penjual membangun kepercayaan penggunanya, penjual memilah memilih pembeli mana yang dianggap serius. Melalui SMS, penjual akan melihat sejauh mana keseriusan calon pembeli tersebut.

“Waktu itu saya serius kan yah..jadi sms dulu..pas janji di telpon ma dia. **Ya mungkin dia nilai saya serius karena saya sms dia kali yah..makanya dia respon. Yang nanya di thread mah..jarang saya liat di respon**”

Role Competence

Ada keraguan yang dirasakan MM saat melihat *thread* Kardonce. Ia melihat adanya visualisasi gambar dari handphone yang dia beli. Dan mencoba menghubungi penjual, didapat MM respon yang cepat. Hal ini membuat MM percaya dengan respon cepat, dan Kardonce menyatakan barang ready stock dan harga sudah tidak bisa di tawar.

“Percaya sih belum 100%, ragu sih ada. Kok ada barang lama stok baru. Tapi memang saya liat fotonya memang ada, saat

saya telpon orangnya angkat telpon. **Respon cepat sih, sesuai yang dibilang di *thread*. Dan satu lagi, dia tegas tanpa nawar-nawar**”

Selain ada visualisasi gambar yang ditampilkan Kardonce, mengenai spesifikasi penjual, MM tidak memerlukannya. Tapi sebagai penjual Kardonce memang tidak menjelaskan produk secara mendetail hanya menjelaskan agar MM yakin bahwa barang yang ia beli adalah barang baru dan garansi.

“Spesifikasi produknya ga dijelasin secara jelas ma Kardonce. Kan saya udah tau, lagian dia bukan tipe penjual yang ngejelasin speknya. **Yang ngebuat saya percaya dia jelasin barang baru dari handphone timer masih nol. Itu aja**”

Self Competence

Ketika bertransaksi dengan MM, Kardonce tepat waktu padahal saat itu MM terlambat. Menurut MM, hal ini menunjukkan bahwa Kardonce adalah orang yang menghargai waktu dan serius berjualan.

“Pas saya COD juga **dia ontime**, saya telat, dia juga menunggu”

Dengan menunjukkan sikap tepat waktu, Kardonce juga jujur dengan produk yang dijual. Sesuai dengan yang disampaikan di *thread*, baik kondisi barang dan menyakinkan.

“Kalo mulus bilang mulus, klo ada yang lecet kasih tahu donk. Dan yang saya baca di *thread* dia, waktu itu, **dia kalo mulus bilang mulus..jujur**”

Dalam *thread* tersirat bahwa penjual memiliki ketegasan. MM sempat berkomunikasi dengan Kardonce, menanyakan perihal Dengan menunjukkan sikap tepat waktu, Kardonce juga jujur dengan produk yang dijual.

“Jujur. Yang saya tangkep dari transaksi dengan kardonce. **Punya kompetensi dan barang yang dijual sesuai di *thread*. ... 100% saya bilang sama, apa yang disampaikan di**

thread, dengan kenyataan sama. Kejelasan dan ketegasan yang tersirat dalam *thread* membuat saya percaya. Mungkin saya bilang, tegas itu untuk menjaring konsumen yang serius beli. Dari pada *seller* yang manis-manis tapi barang ga Ok, ngapain percaya juga. Mending liat yang tegas. Saya pernah ngobrol ma dia. Foto penting banget untuk menyakinkan kita dalam membeli barang”

Kepercayaan bertambah kepada penjual, karena barang yang telah ia beli belum ada komplain dan bermasalah. Garansi juga diberikan kardonce, dengan hal ini Kardonce telah mempunyai image positif di mata MM.

“Selama ini dia saya percaya. **Dari sekian hp yang saya beli ke dia ga ada yang bermasalah. Makanya dia mempunyai image positif di mata saya.** Belum pernah saya komplain. Memang ia seperti pedagang pada umumnya. Yang saya suka to the poin. Garansi pribadi, setelah lebih dari sekali beli. Kardonce memberi saya garansi lebih, seminggu kalo ga salah”

Goal Competence

Untuk memperoleh kepercayaan pengguna Kaskus, maka biasanya penjual memberikan harga murah. MM mendapatkan harga murah seperti harga barang bekas, tetapi di Kardonce, ia mendapat barang baru.

“Sony Ericsson K800i, itu harganya 850 rb apa 875 rb gitu. Murahlah dibanding saya cari seken...Pengen sih nawar, tapi memang jelas kondisinya perlu handphone. **Logikanya gini, dengan harga segitu saya dapat di ITC barang seken, sedangkan di Kardonce dapat barang baru”**

MM bertransaksi dengan Kardonce dengan cara COD. MM lebih memilih cara bertransaksi *Face to Face* agar mengurangi ia terkena penipuan.

“Prefer COD sama stock barang. Trus di dia banyak yang beli deh. **Memang saya lebih suka COD an dalam mencari barang. Itu mengurangi ketipu,** mba...Kan COD, dari COD kita dapat melihat fisik barang itu baru atau tidak. Mungkin kalo kirim rekening y agak-agak ragu. Fisik barang memang penting sih. Karena di *thread* kan cuma foto doank. Tapi alhamdulillah setelah saya beli, saya percaya barang itu baru”

Cara bertransaksi seperti COD, yang menurut MM dapat mengurangi penipuan. Dan hal ini, merupakan nilai positif baginya. Kejelasan dan ketegasan dalam *thread*, menurut MM, memang diperlukan. Perbandingan harga yang lebih murah memang banyak di tawarkan tetapi hanya di Kardonce yang menurut MM barang jelas dan kualitas bagus.

“Menurut saya *seller* punya nilai jual jika dia prefer COD karena dia berani menunjukkan barang yang dia jual dan dicek bareng-bareng. Kondisi barang harus ditampilkan...Bener banget yang ada di *thread*, tegas banget tapi sesuai ma *thread*. Belum tentu kalo di *seller* lain kaya gitu. Di Kaskus sih banyak *seller* yang kaya Kardonce. Tapi belum tentu tuh stocknya ada. Mungkin harga dibawah Kardonce, tapi barang belum jelas ada. Buat apa?”

Penjual lain, menurut MM mempunyai kendala dalam penjualan handphone barang yang sudah tidak ada yang baru dalam pasaran. Kendalanya yaitu barang susah keluar dari gudang penyimpanan. Beda dengan penjual Kardonce, ia sudah ready stock dan barang dijamin bagus.

“Ada juga saya temui, hampir COD an, kendalanya adalah seperti dia susah untuk mengeluarkan barang. Dia mirip dengan Kardonce, barang lama stock baru. Dia berkelit sehingga saya berpikir, bahwa barang susah keluar dari gudang. Saya ragu, tapi ragu karena dia berkelit itu. Dia minta kasih waktu dua hari. Saya tunggu tuh dua hari. Setelah dua hari, saya konfirmasi ke dia untuk janji barang. Dia balas dengan ada kesulitan untuk mengeluarkan barang dari gudang. Nah, padahal *thread* ready stock”

Verbal Competence

Ketika COD maka Kardonce menjelaskan secara lisan mulai dari kelengkapan barang, sistem garansi dan singkat mengenai spesifikasi produk.

“Semua dijelaskan pada saat COD, kelengkapan dari barang yang kita beli trus spesifikasi barang walaupun singkat. Trus juga bukti barang itu baru, garansinya semuanya dijelaskan pas COD. Jadi di telpon ma sms, cuma buat deal aja. Yang ngebuat saya percaya juga adalah boks

handphonenya masih ada, plastik di LCD juga masih ada. Charger masih terlihat baik”

Nonverbal Competence

Dalam upaya membangun kepercayaan, MM menilai bahwa dengan adanya testimonial, ia merasa yakin bahwa produk yang dijual menyenangkan.

“Liat-liat testimonialnya dan ternyata tuh ada banyak testi yang beli ma dia. Pengakuan yang beli sama dia. Trus juga..emang kayanya produk menyenangkan”

Icon-icon yang terlihat ditestimonial, dapat membangun kepercayaan MM untuk memilih bertransaksi kepada Kardonce. Icon-icon seperti rekomendasi *seller*, dan pernyataan yang ada dalam *thread* termasuk foto adalah nonverbal yang dapat memperlihatkan keyakinan orang untuk bertransaksi di Kardonce.

Karena saya pecinta Sony Ericson. Saya sudah mengerti speknya. Lagian kalo emang ga ada spek di *thread* kan bisa cari di google. Yang penting itu klo di *thread* ada tipe barang dan harga plus foto original dari barang tersebut. Spek mah ga terlalu penting pada saat itu, yang penting pada saat itu, yakin ga nih orang jual. trus **liat testimoni, icon-icon yang saya perhatiin kaya rekomendasi seller rata-rata barang yang dikirim sampe. Karena waktu itu saya minta kirim.**

Relational Competence

Hal yang dilakukan Kardonce, menurut MM adalah performa Kardonce yang tegas, tetapi saat bertemu secara face to face Kardonce justru mempunyai sifat terbuka dan menjelaskan secara jelas kelengkapan barang. Hal ini dilakukan kepada MM, menurutnya, dengan sikap seperti itu, pembeli merasa nyaman.

“Pertama saya prefer COD, ready stock, respon cepat mungkin memang tegas di *thread* tapi klo udah ketemu ya orang nya welcome, ngejelasinnya gamlang. Dengan performa seperti itu, hingga saat ini saya udah 4x transaksi ma dia. Karena orangnya simple ga ribet. Barang bermasalah tinggal telpon. Mana ada sih, barang stok lama trus baru juga digaransi ok juga lagi.. barang jelas ada dan bukan barang mimpi. Garansinya ok selama 3 hari..kalo lebih ya..konfirmasi aja”

BAB VI

DISKUSI HASIL PENELITIAN

Saat ini, Internet menyediakan sarana yang kuat untuk mencari informasi tanpa batas waktu, tempat, dan biaya, Internet juga merupakan alat yang efektif untuk perkembangan *Computer Mediated Communication* (CMC). CMC juga mendorong penyebaran bentuk-bentuk hubungan baru dan jaringan sosial atau yang dikenal *Social Network*. Dalam penelitian ini, Kaskus sebagai teknologi berbasis CMC dan sebagai sosial media yang terkenal dengan Forum Jual Belinya, Kaskus dapat membangun kepercayaan penggunanya melalui hubungan bermediasi komputer. Dan dalam forum jual belinya memungkinkan pelanggan dan konsumen untuk secara *realtime* mengungkapkan harapan dan keinginan mereka.

Kaskus sebagai komunitas terbesar di Indonesia menghilangkan jarak dan menciptakan sebuah tempat baru yang kaya sumber daya informasi termasuk menjadi bisnis jual beli melalui jaringan komputer. Banyaknya member Kaskus, membuat transaksi bisnis jual beli menjadi lebih beresiko penipuan dibanding pasar konvensional, atau sering dikenal dengan *Cyberfraud*. *Cyberfraud* termasuk salah satu jenis *Cybercrime* yang terjadi di Internet. Bentuk yang paling umum dalam Forum Jual Beli Kaskus adalah penipuan termasuk *nondelivery* produk dibayar dibeli melalui Forum Jual Beli Kaskus, pencurian identitas, dan pencurian kartu kredit, termasuk di dalamnya terjadi salah pengiriman barang atau barang tidak sesuai dengan visualisasi dalam *thread* si penjual.

Kurangnya kepercayaan seseorang dalam belanja *online* di Kaskus pada umumnya karena penjual belum dikenal dan transaksi dilakukan tanpa *Face to Face* hanya melalui CMC. **Situasi *online* yang belum *familiar* membuat kebanyakan orang tidak *confidence* dalam melakukan transaksi *online*. Maka kepercayaan secara umum merupakan faktor yang penting dalam interaksi sosial yang melibatkan ketidakpastian dan kepercayaan adalah inti dari semua transaksi komersial dan bahkan lebih penting dalam situasi secara *online* seperti dalam Forum Jual Beli Kaskus.**

Kaskus sebagai media yang menampilkan produk dan menyediakan petunjuk penting mengenai spesifikasi produk yang dijual dalam *thread*, maka kualitas informasi mengenai produk, harga, garansi dan yang lain mengenai produk yang ada dalam *thread* harus bisa dipercaya. Hal ini membuat penilaian sendiri pada pembeli mengenai efisiensi dan keandalan seorang penjual dalam menampilkan hal tersebut. **Seperti yang diungkapkan Cheung dan Lee (2006) yang menyarankan penjual yang melakukan bisnis *online* untuk mempromosikan persepsi kompetensi melalui memberikan tata bahasa, ejaan yang benar, informasi yang lengkap dan akurat dan design yang baik.** Hal ini berhubungan dengan *performative competence* yang didalamnya ada berbagai unsur-unsur kompetensi.

Hasil dari *performative competence* penjual nantinya akan memunculkan reputasi sebagai representasi kolektif dari tindakan masa lalu yang mencakup kemampuan penjual berdasarkan hasil kinerja masa lalu dengan pembeli, dan dapat membantu calon pembeli lain untuk menilai kemungkinan perilaku penjual dalam transaksi masa depan. **Maka pada penelitian ini, peneliti mencoba memaparkan 3 poin utama yaitu *performative competence*, *trust* dan Forum Jual Beli Kaskus sebagai *cybercommunity*.** Banyak unsur-unsur kompetensi yang terdapat dalam model *performative competence* seperti *interpretive competence*, *self competence*, *role competence*, *goal competence*, dan *message competence*. Kesemua unsur-unsur tersebut saling terkait sehingga tidak bisa dipisahkan antara satu sama lain.

Menurut peneliti, *performative competence* memiliki andil penting dalam upaya membangun kepercayaan atau *trust* kepada orang lain. Dalam penelitian ini teori *trust* yang dipakai adalah teori *trust* Luhmann yang menjelaskan bahwa *familiarity* dan *confidence* sebagai kondisi pendahulu seseorang untuk menumbuhkan rasa *trust*. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan beberapa informan yang terdiri dari penjual dan pembeli yang ada dalam Forum Jual Beli Kaskus, terungkap bahwa *performative competence* yang dimiliki penjual memiliki kontribusi untuk membangun kepercayaan kepada pembelinya.

Keempat informan yang peneliti temui memiliki kesamaan dalam pemilihan Kaskus. Kedua informan sebagai pembeli, percaya bahwa Kaskus adalah situs komunitas terbesar di Indonesia yang dapat memberikan kemudahan dalam mencari informasi terutama mengenai pencarian produk yang dicarinya dan harganya lebih murah dibanding dengan harga pada pasar konvensional. Sebagai pembeli menyatakan bahwa dalam berjualan *online* kepercayaan sangatlah diperlukan dan kepercayaan itu dapat dibangun melalui kompetensi yang dimiliki penjual. Kedua informan lainnya, sebagai penjual, menyatakan bahwa Kaskus, sebagai media interaktif yang dapat memasarkan secara langsung produk yang dijualnya. Berikut ini adalah hasil wawancara mendalam kepada 2 informan sebagai penjual di Forum Jual Beli Kaskus dan *direcheck* kembali melalui wawancara kepada 2 pembeli di Forum Jual Beli Kaskus. Informan pertama dan kedua sebagai penjual dan informan ketiga dan keempat sebagai pembeli.

Informan pertama dan kedua mengungkapkan bahwa mereka menampilkan kompetensi mereka melalui *thread* dalam Forum Jual Beli Kaskus yang notabene adalah forum jual beli terbesar di Indonesia. Ada persamaan juga terlihat antara informan pertama dan kedua dalam menampilkan *interpretive competence*. *Interpretive competence* merupakan kemampuan atau keterampilan penjual untuk menentukan, mengorganisir, dan menginterpretasikan keadaan sekitar. Dalam penelitian ini adalah lingkup forum jual beli *online*. **Persamaannya adalah kedua informan menampilkan kategori produk yang dijual.** Informan pertama mengkategorikan sesuai merk, harga, dan kebutuhan dan informan kedua berdasarkan merk produk saja.

***Interpretive competence* lainnya ditunjukkan informan pertama dengan memberikan respon yang tepat dan cepat kepada pengguna Kaskus atau calon pembelinya dengan membuka saluran komunikasi dengan cara seluas-luasnya.** Saluran komunikasi berupa telpon, YM, SMS, Facebook, dan website. Untuk membangun *relationship* maka informan pertama dalam forum jual beli *online* adalah dengan selalu merespon jika ada yang bertanya pada saluran komunikasi yang tersedia. Hal ini dilakukan karena dalam bisnis *online* hanya mengandalkan visualisasi gambar dan tidak ada display barang. Untuk membuat yakin calon pembeli terhadap produknya maka ia dapat mengirimkan gambar dan

menyakinkan juga bahwa gambar yang dikirim 100% sama dengan produk yang ia jual.

Untuk informan kedua, selain mengkategorikan produk ia juga mengidentifikasi karakteristik pembeli yang serius atau tidak dalam membeli produknya. Pengguna Kaskus yang ia anggap dapat dijadikan calon pembeli serius adalah yang mengirim sms dengan panggilan *pak* dan *bos*. Yang paling sering adalah panggilan *pak*. Selain itu, informan kedua menulis *thread* dengan tegas dan *to the point*, dengan harapan supaya menjangkau konsumen yang serius. Menurut informan kedua, menjangkau konsumen serius agar terhindar dari resiko dalam bisnis *online* yaitu penipuan. **Pemahaman lainnya adalah dengan *sundul*.** *Sundul* di Kaskus merupakan cara agar *thread* jualannya dapat naik posisinya. Yang tadinya ada di page 10 bisa naik ke page 5 hal ini juga dapat menambah calon pembeli.

Bagi informan ketiga dan keempat sebagai pembeli menyatakan bahwa *interpretive competence* penjual ditampilkan dengan mengkategorikan barang menurut merk dan harganya. Hal ini dapat memudahkan calon pembeli dalam mencari barang untuk dibelinya dan harga yang lebih murah menjadi daya tarik dalam memilih barang yang akan dibeli. Selanjutnya dalam membangun kepercayaan, calon pembeli akan melihat reputasi penjual dan melihat profil penjual. **Menurut informan pembeli tampilan *thread* adalah hal utama yang menjadi penilaian dalam membangun kepercayaan calon pembeli.**

Unsur kompetensi yang kedua adalah *role competence*. *Role competence* dalam penelitian ini adalah kemampuan penjual untuk menempati perannya sebagai penjual dan memahami perilaku yang sesuai dengan peran tersebut. Agar dapat berkomunikasi secara efektif, penjual harus mengetahui perilaku mana yang layak dan tidak layak. Karena banyaknya member di Kaskus, maka kadang peran sebagai penjual mengalami kesulitan untuk berinteraksi karena CMC dan berbagai macam member tersebut memiliki latar belakang yang berbeda-beda.

Dalam penelitian ini peran informan pertama sebagai penjual adalah dengan berusaha selalu tanggap dengan apa yang menjadi kebutuhan calon pembeli. Dengan merespon secara cepat diharapkan para calon pembeli merasa *familiar* dengan kompetensi penjual dan *confidence* terhadap barang yang dijual

oleh informan pertama. Dengan respon cepat maka pembeli dapat dengan cepat mendapat feedback mengenai kelemahan dan kekuatan produk. **Berdasarkan hal ini, informan pertama lebih mementingkan hubungan *relationship* yang nantinya akan membangun kepercayaan.** Dan jika terjadi kesalahan terhadap pengiriman produk yang dijual maka informan pertama menanamkan untuk mengkonfirmasi kembali kepada pembeli. Apabila kesalahan ini tidak segera diselesaikan taruhannya adalah reputasi *recomendsellernya* akan menjadi buruk.

Walaupun sebagai penjual yang dituntut jujur dalam kualitas produk dan harga, tetapi tidak menutup kemungkinan ada pembeli yang menawar produknya, hal ini ditanggapi secara *stay cool* oleh informan pertama, dengan tidak mengedepankan emosi, dan mengandalkan kejujuran. Sebagai penjual dengan memiliki komitmen dengan calon pembeli maka jika ada harga produk di luar yang lebih murah, maka informan pertama *merecheck* kembali apa yang menyebabkan harga tersebut lebih murah. Pembeli biasanya tidak *merecheck* kembali barang yang dijual apalagi garansinya. Informan pertama selalu menekankan bahwa garansi yang diberikan adalah garansi resmi. **Maka dengan ini, informan pertama dikatakan komitmen dengan peranan sebagai penjual yang berpikir bahwa ditawar itu merupakan hal yang wajar.** Dengan peran yang dijalankan maka keuntungan dan kerugian juga diterima oleh informan pertama. Keuntungan yang diperoleh adalah mendapatkan testimoni dan menjadi salah satu rekomen *seller* di Forum Jual Beli Kaskus.

Pada informan kedua terlihat bahwa kemampuan ia menepati sebuah peran sosial yaitu sebagai penjual dan memahami perilaku yang sesuai dengan perannya tersebut. ***Role competence* yang ia lakukan dengan menepati apa yang sudah menjadi kesepakatan dalam bertransaksi.** Karena calon pembeli hanya mengandalkan visualisasi saja maka ketidaksesuaian produk dengan gambarnya juga kadang terjadi, maka garansi terhadap produk yang dibeli sangat diperlukan jika berbelanja secara *online*. Dan **banyak pengguna Kaskus yang memiliki latar belakang yang berbeda maka informan kedua menampilkan *thread* dengan tegas agar menjaring konsumen yang serius membeli dan mencegah penipuan.** Dalam hal tawar menawar, informan kedua tidak merespon, karena harga sesuai dengan yang ada di *thread*. Informan kedua juga lebih

memilih untuk bertransaksi secara *Face to Face* atau COD, dimana orang lebih menghargai jika penjual langsung menjelaskan mengenai produk langsung secara *Face to Face*, dibanding di *thread*. **Yang terpenting bagi informan kedua adalah penjualan pada produknya dibanding hal lainnya.** Selama ini keuntungan yang diterima informan kedua sebagai penjual selain materi adalah testimoni yang ia dapat dari pembeli yang telah membeli produk *handphone* darinya.

Setelah *direcheck* oleh informan ketiga menyatakan bahwa informan pertama sebagai penjual dapat tanggap terhadap kebutuhannya. Ia menyampaikan kebutuhan mengenai produk yang akan dibeli dengan berkomunikasi lewat saluran yang telah dibuka penjual. Dan **informan keempat menyatakan bahwa informan kedua sebagai penjual melakukan *role competence* dengan merespon cepat dan tanpa ada tawar menawar dan sebagai penjual ia menjelaskan mengenai bukti barang tersebut baru saat COD.**

Selanjutnya, para penjual melakukan strategi pengelolaan *impression management* yang dalam *performative competence* adalah *self competence*. *Self competence* pada penelitian ini adalah kemampuan atau keterandalan penjual dalam Forum Jual Beli Kaskus untuk memilih dan mempresentasikan citra diri. **Penjual dengan *self competence* yang baik mampu memahami siapa mereka dan apa yang mereka inginkan serta mampu mengekspresikan diri mereka sebagai penjual dalam Forum Jual Beli Kaskus.** Pada penelitian ini, peneliti melengkapi dengan menggunakan konsep *impression management* menurut DeVito. Pertama adalah *self presentation* yang dilakukan penjual dalam hal untuk disukai khususnya *immediacy* dan *affinity-seeking strategies*. Menurut DeVito (2007), *Immediacy* adalah penciptaan pada kedekatan, rasa kebersamaan dalam penelitian ini adalah penjual dan pembeli dalam Forum Jual Beli Kaskus. Hal ini dilakukan penjual dengan cara verbal dan nonverbal.

Dalam *thread*, informan pertama melakukan *Immediacy* dengan mengekspresikan pandangan positif terhadap pembelinya dengan selalu merespon apapun pertanyaan dari pembeli. Memberikan *feedback* verbal dan nonverbal mengenai spesifikasi produk atau pertanyaan-pertanyaan yang ditanyakan

pembeli. Hal ini mengindikasikan bahwa **informan pertama lebih banyak mendengarkan pembeli hal ini akan memberikan kontribusi mengenai hubungan penjual dan pembeli dalam *thread***. Berbeda dengan informan pertama, **informan kedua melakukan *Immediacy* kepada pembeli dengan memberikan feedback verbal yang mengindikasikan bahwa penjual lebih banyak mendengarkan pembeli dalam komunikasi *Face to Face***.

Informan pertama juga meningkatkan peluang agar disukai pembeli ataupun pengguna Kaskus atau melakukan *affinity-seeking strategies*. Dalam situasi *online*, strategi ini penting karena komunikasi yang dilakukan bukan *Face to Face*, pada interaksi *online* penjual tidak mengenal pembeli begitupun pembeli tidak mengenal penjual. **Maka penting pada interaksi awal *affinity-seeking strategies* dilakukan, karena dapat mewujudkan upaya membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli. Informan pertama membantu member Kaskus dalam *thread* jika kesulitan memahami produk ataupun membandingkan produk, tidak hanya dalam *thread*, dalam saluran komunikasi YM, telepon, Facebook, hal itupun selalu dilakukan.** Merespon berbagai pertanyaan dengan baik, maka pengguna Kaskus ataupun calon pembeli akan merasa nyaman ketika bertanya. Sedangkan **informan kedua melakukan strategi dengan membuka saluran komunikasi hanya SMS dan telpon, menuliskan *thread* yang tegas, lebih suka COD, tanpa REKBER agar dipercayai pengguna Kaskus.** Interaksi awal penting dalam berbisnis *online*, jika interaksi awal sudah berhasil maka pembeli biasanya bisa percaya kepada penjual untuk melakukan transaksi di masa depan.

Dalam Forum Jual Beli Kaskus para penjual harus mengikuti aturan yang telah diterapkan oleh Kaskus. Dalam hal ini informan pertama pernah melanggar aturan Kaskus, tetapi tidak sampai kena sanksi. Pelanggaran yang dilakukan informan berupa sundul yang dalam aturan FJB Kaskus, tiga kali sehari, tetapi dilakukan informan pertama lebih dari tiga kali. Setelah hal tersebut, **informan selalu mengikuti aturan dalam FJB Kaskus dan berperilaku kooperatif dengan pengguna Kaskus lainnya.** Informan kedua juga pernah melanggar aturan dalam Forum Jual Beli Kaskus. Pelanggaran yang dilakukan adalah informan kedua melakukan *repost* terhadap *thread* jualan *onlinenya*. Setelah

ditegur oleh admin, maka **informan kedua saat ini telah menaati peraturan Forum Jual Beli Kaskus.**

Bagi calon pembeli biasanya melontarkan banyak pertanyaan mengenai produk yang dijual, oleh karena itu dengan mendengarkan penuh perhatian dan aktif menjawab dapat tersirat **informan pertama tertarik untuk berkomunikasi dengan siapa saja yang bertanya lewat berbagai saluran komunikasi tersebut.** Penjual itu harus bersikap optimis terhadap barang yang ia jual bagus tidak akan mengecewakan pembeli karena dilengkapi garansi resmi dari distributor dan harga murah dibanding pasar konvensional, seperti informan pertama. Sebagai penjual pula, informan pertama akan memperlakukan pembeli yang telah membeli secara *repeat* dengan memberikan imbalan dengan mendapatkan potongan harga khusus hal ini dilakukan untuk menjaga service pelanggan yang terpenting adalah bahwa informan pertama mengutamakan kejujuran dalam bertransaksi jual beli *online* di Kaskus. Dan saran-saran mengenai produk yang diberikan oleh informan pertama terhadap pertanyaan-pertanyaan pembeli dapat diandalkan, hal ini terlihat bahwa pengguna Kaskus termasuk calon pembeli belum pernah ada yang komplain mengenai saran tersebut.

Informan pertama selalu membantu pengguna Kaskus yang kesulitan memahami spesifikasi produk dengan merespon apa yang dilontarkan oleh pengguna Kaskus dalam *thread* ataupun saluran komunikasinya. Ketika merespon maka ia menampilkan bahasa-bahasa yang membuat orang nyaman untuk bertanya, sopan dalam bercakap secara kooperatif dengan pengguna lain. Dengan membuka saluran komunikasi dapat merangsang dan mendorong orang lain untuk berbicara tentang apa yang menjadi kebutuhannya. Dan dalam *thread* juga menunjukkan bahwa hubungan informan pertama dengan pengguna Kaskus lainnya juga terlihat positif. Dengan mengandalkan kejujuran dan optimis terhadap produk yang dijual maka informan pertama dapat membangun kepercayaan pengguna Kaskus hingga saat ini. Informan pertama juga menampilkan saran-saran yang telah diberikan kepada pengguna Kaskus lain yang telah membeli hal ini mampu memberi imbalan kepada calon pembeli lain untuk membangun kepercayaan terhadap informan pertama.

Sedangkan informan kedua, melakukan *affinity-seeking strategies* dengan membantu penjual lain dalam hal penipuan dengan *menshare* informasi mengenai kronologis penipuan yang hampir dialami informan kedua. Dengan *menshare* hal tersebut, maka hal ini merangsang dan mendorong orang lain baik penjual ataupun pengguna Kaskus untuk berbicara mengenai pengalaman mereka dan pengungkapan mereka dapat memberikan kontribusi untuk pencegahan penipuan. Hal ini membuat informan kedua tertarik untuk berkomunikasi dengan yang lain.

Terlihat bahwa informan kedua menunjukkan bahwa ia berbagi sikap dan nilai-nilai signifikan seperti pengalaman dirinya. Hal ini juga terlihat bahwa informan kedua juga tampil santai dan nyaman ketika COD dengan pembelinya. **Dengan bersikap seperti itu maka menunjukkan bahwa informan kedua hanya tegas dalam *thread* jika *Face to Face* ia akan menunjukkan sikap familiar.** Mendengarkan dengan perhatian dan aktif jika pembeli komplain. Informan kedua juga menampilkan diri semenarik mungkin dan menarik untuk dikenal jika sedang COD. Menurutnya dengan menampilkan hal ini maka ia dapat dihormati orang lain dan membantu agar orang lain merasa positif tentang dirinya. Dengan menampilkan diri jujur dan dapat diandalkan maka informan kedua telah mendapat membangun kepercayaan pengguna Kaskus.

Dalam Forum Jual Beli Kaskus, penjual memperlihatkan kompetensi, karakter dan karisma mengenai dirinya, menurut DeVito hal ini adalah *To be believe: Credibility strategies*. **Baik Informan pertama maupun informan kedua memperlihatkan kejujuran dalam berjualan, karakter yang ditampilkan melalui profile yang kredibel. Hal ini didukung bahwa mereka sudah menjadi member Kaskus sejak 2007, banyaknya cendol dan testimoni yang didapat juga menampilkan bahwa informan kredibel dan dapat dipercayai pengguna Kaskus lain.** Dengan niat baik dalam berjualan maka tanpa hal tersebutpun menurut para informan penjual ia dapat dipercaya. **Banyak cara yang dilakukan para informan dalam menunjukkan kredibilitas dengan menunjukkan keahlian dalam pemahaman produk yang mereka jual, bersikap jujur mengenai kualitas barang yang dijual, dan menunjukkan konsisten terhadap apa yang ditulis *dithread*.** Termasuk penggantian barang jika barang rusak, dan garansi resmi yang disampaikan dalam *thread*.

Strategi selanjutnya adalah *to confirm self image: image confirming strategies*, strategi ini terlihat pada saat calon pembeli ataupun pengguna Kaskus berkomunikasi untuk mengkonfirmasi citra diri penjual. **Pada informan pertama, melakukan strategi ini dalam *thread* atau dengan CMC.** Hal ini dapat dilihat dengan adanya testimoni-testimoni yang diberikan para pembeli. **Sedangkan informan kedua melakukan strategi ini dengan *Face to Face* pada saat COD dengan pembelinya.** Dapat dilihat bahwa penjual akan membiarkan orang lain tahu siapa dirinya, ini adalah bagaimana penjual ingin dilihat. Disaat penjual mengungkapkan citra diri yang diinginkan, sisi negatifnya adalah kemungkinan besar penjual akan mengungkapkan aspek-aspek yang akan merusak citra diri tersebut. Dalam penelitian ini biasanya terlihat dalam *thread* si penjual. Pembeli yang biasanya meninggalkan testimoni bisa berupa testimoni positif atau negatif, tidak melulu *thread* positif.

Self competence para penjual kemudian *direcheck* kembali oleh para pembeli. **Menurut informan ketiga, pengetahuan mengenai produk *knowledge* penting dalam membangun kepercayaan.** Hal ini dibutuhkan pembeli karena kadang pembeli merasa bingung terhadap spesifikasi produk. Saran yang baik dan harga yang murah juga menjadi faktor untuk membangun kepercayaan para calon pembeli. Untuk informan kedua setelah *direcheck* informan keempat bahwa informan kedua memang jujur menjual barang baru dengan kualitas bagus sesuai dengan di *thread* walaupun merupakan produk keluaran lama. **Menurut informan keempat, selalu tepat waktu atau ontime dalam bertransaksi menjadi nilai bahwa informan kedua memiliki kompetensi diri.** Maka dengan hal-hal ini calon pembeli dapat membangun kepercayaan dalam melakukan transaksi secara *online* dengan penjual.

Kemampuan untuk menetapkan tujuan penjual untuk membangun kepercayaan pengguna Kaskus tidaklah dapat dicapai dengan mudah. Inilah yang disebut *goal competence*, bagaimana mereka memilih strategi yang baik agar pesan yang disampaikan dapat diterima para pengguna Kaskus. **Informan pertama melakukan upaya untuk mencapai tujuan agar dipercaya pengguna Kaskus ditunjukkan dengan cara terus memelihara kepercayaan kepada para calon pembeli maupun yang sudah *repeat order*.** Tujuan untuk relasi

jangka panjang, maka Informan pertama memperlihatkan pelayanan yang baik. Apa yang Informan pertama lakukan secara tidak langsung menunjukkan bahwa ia menunjukkan bahwa ia mempergunakan *goal competence* untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Sedangkan informan kedua, lebih melibatkan pemilihan strategi verbal dalam menyampaikan pesannya mengenai produk. Agar dapat memilih pesan yang dapat dipahami pembeli maka hambatan juga akan ditemui maka dalam menetapkan tujuan, maka mengantisipasi konsekuensi yang muncul misalnya menipu maka informan kedua memilih tindakan-tindakan efektif seperti pencegahan calon pembeli yang tidak serius dengan menampilkan *thread* yang tegas. ***Thread* yang sudah mencapai 125 halaman dan 250.000 orang yang telah melihat threadnya menjadikan secara langsung ia menggunakan goal competencenya untuk membangun kepercayaan pengguna Kaskus.** Dengan mempresentasikan penampilan yang positif dalam Forum Jual Beli Kaskus dan memilih strategi yang baik dalam membangun kepercayaan maka akan pengguna Kaskus akan menilai mereka sebagai orang yang kompeten dan membuat mereka *confidence* untuk membeli produk informan kedua.

Goal competence para penjual kemudian *direcheck* kembali oleh informan pertama dan kedua. Informan ketiga menyatakan bahwa untuk menetapkan tujuan agar barangnya dijual maka para penjual biasanya mengiming-imingi dengan harga murah. **Tapi pada informan pertama, informan ketiga mengungkapkan goal competence dengan menampilkan harga murah tetapi kualitas barang bagus, hingga saat ini barang yang dibeli informan ketiga belum ada keluhan.** Sedangkan informan keempat menyatakan barang yang dibeli dari informan ketiga memang baru, dan ini terbukti bahwa informan kedua menjelaskan secara *Face to Face* mengenai barang tersebut. **Menurut informan keempat, penjual yang lebih mementingkan COD dalam bertransaksi menjadi nilai lebih dan dapat membangun kepercayaan calon pembeli lain. Dalam hal ini, diungkapkan juga bahwa dengan COD dapat mengurangi peluang penipuan.**

Dalam situasi *online* Menurut pengamatan Kant yang dikutip dari buku *Trust And Virtual World*, bahwa adanya kejujuran dan penipuan dalam interaksi

secara *online*. Pertama, interaksi secara *online* masih berbasis teks, dan kita tidak dipercaya — merupakan petunjuk penting dalam membina hubungan sosial di dunia offline. Emoticon adalah pengganti ekspresi wajah dan bahasa tubuh ketika kita berusaha menafsirkan maksud di balik komunikasi verbal. Dalam *performative competence*, salah satunya *message competence*. Dalam penelitian ini yaitu kemampuan atau keterampilan penjual untuk memilih pesan yang dapat dimengerti oleh pengguna Kaskus dan juga memilih pesan yang dipilih penjual sebagai respon kepada pengguna Kaskus lainnya.

Informan pertama hanya melakukan kompetensi nonverbal, kompetensi verbal jarang dilakukan. Kompetensi nonverbal yang dilakukan adalah dengan menyampaikan makna secara efektif dengan menggunakan istilah-istilah yang sering digunakan Forum Jual Beli Kaskus. Hal ini supaya membuat calon pembeli lebih *familiar* dengan Forum Jual Beli Kaskus. **Bahasa yang digunakan jangan memancing emosi dan *stay cool* agar pembeli merasa nyaman untuk berkomunikasi mengenai produk.** Selain itu, pada saat membangun kepercayaan, Informan pertama hanya mempergunakan kemampuan nonverbal. Melalui testimoni dengan berbagai gambar di dalamnya, gambar, profil yang ada di *thread* bertujuan untuk membuat percaya para calon pembeli. Selain itu, Informan pertama menampilkan visualisasi gambar yang dijamin 100% sama dengan gambar yang dijual.

Setelah *direcheck* kepada informan ketiga, maka fungsi dari pesan nonverbal yang dilakukan informan pertama adalah dapat mengekspresikan makna yang digunakan untuk melihat bagaimana informan pertama berhubungan dengan pengguna Kaskus lain dalam *thread*. Selanjutnya pesan nonverbal berupa *emoticon* pun dapat memodifikasi pesan verbal dimana ada *emoticon best seller, recommend seller, cendol, beer*, menandakan bahwa *emoticon* ini menggarisbawahi atau membuat fokus perhatian orang yang membaca hal tersebut. Hal ini sangat penting dalam membangun kepercayaan pengguna Kaskus lain. *Emoticon* juga dapat mengakhiri percakapan, demi kelancaran informasi terlihat dalam *thread* informan pertama.

Kompetensi verbal dilakukan saat informan pertama melakukan komunikasi lewat telpon. Setelah *direcheck* informan ketiga menyatakan

bahwa bahasa yang digunakan informan pertama ditelpon menandakan adanya kompetensi yang baik dalam memahami spesifikasi produk. Bahasa yang mudah dimengerti, mampu menyusun kata-kata dengan baik agar yang disampaikan jelas, dan informan pertama juga dapat mengidentifikasi konteks komunikasi yang terjadi yaitu dalam *online* maka kompetensi pesan verbal juga harus dapat membangun kepercayaan para pengguna khalayak Kaskus.

Message Competence yang Informan kedua lakukan baik verbal maupun nonverbal merupakan suatu proses untuk mendukung keefektifan suatu komunikasi. Melalui wawancara ini dapat diketahui, ketika **Informan kedua menjelaskan mengenai produknya pada saat COD, ini merupakan *verbal competence***. Tujuannya agar orang lain mengerti dan memahami tentang produk yang ia jual dan pesan yang disampaikan juga dimengerti oleh pembeli. Setelah *direcheck*, **informan keempat menyatakan pesan yang disampaikan oleh informan kedua dapat dipahami dan memiliki kemampuan untuk memilih kata-kata yang tepat dalam menjelaskan spesifikasi produk** mulai kelengkapan dan garansi yang didapat pembeli yang disebut makna semantik. Dalam menyusun kata-kata informan kedua walaupun tata bahasa tidak terlalu tepat, tapi secara singkat penjelasan mengenai produk dirasa jelas menurut informan keempat. Dalam hal ini informan kedua memiliki kemampuan verbal dengan makna sintatik.

Dengan sikap yang *familiar*, informan kedua memiliki penampilan santai dan membuat orang lain menjadi nyaman bertransaksi, dalam hal ini verbal dilakukan saat COD maka jika terjadi kesalahan akan mempengaruhi persepsi pembeli untuk bertransaksi dimasadepan. Tetapi menurut informan keempat mempersepsikan informan kedua sebagai orang yang jujur dalam menjelaskan produk. Sesuai dengan fisik barang yang dijual masih ada boks, plastik yang masih tertempel LCD handphone dan charger handphone yang berfungsi baik.

Visualisasi gambar seperti *recommed seller* dan *cendol* juga merupakan pesan nonverbal penting dalam membangun kepercayaan para pengguna Kaskus yang terdapat dalam *thread* Informan kedua. Hal ini menunjukkan secara tersirat

bahwa dalam upaya membangun kepercayaan, **Informan kedua menggunakan kemampuan nonverbalnya dalam tampilan testimonial dalam *thread*nya agar pengguna Kaskus menjadi yakin terhadap produk yang Informan kedua jual.**

Setelah *direcheck*, dalam pesan nonverbal terdapat tiga fungsi yang terlihat dalam *thread* informan pertama dan kedua yaitu mengekspresikan makna, memodifikasi pesan verbal dan mengatur alur interaksi. Baik para pengguna Kaskus ataupun penjual dapat mengekspresikan makna melalui nonverbal. Terlihat bahwa dalam *thread* informan penjual, banyak pembeli yang meninggalkan testimoni dengan *emoticon* yang ada di Kaskus, hal ini juga memodifikasi pesan verbal seseorang dalam menyampaikan testimoni dalam *thread*. Dan nonverbal juga dapat mengatur interaksi agar komunikasi lancar antara sesama pengguna Kaskus dan penjual dalam *thread* informan penjual. Pesan nonverbal ini memiliki kontribusi dalam membangun kepercayaan pengguna Kaskus.

Kompetensi lain yang ditampilkan para penjual dalam penelitian ini yaitu kompetensi hubungan. Dalam pencapaian kompetensi komunikasi, maka penjual harus memahami kompetensi nonverbal dan verbal. Maka kompetensi ini berperan sebagai kemampuan penjual untuk memproses dan menciptakan pesan yang menggambarkan bentuk hubungan yang diasumsikan dengan pembeli ataupun calon pembeli atau diharapkan oleh penjual. *Relational competence* dalam penelitian ini adalah kemampuan untuk memproses dan menciptakan pesan yang menggambarkan bentuk hubungan yang diharapkan oleh penjual yaitu hubungan *long term relationship*.

Bagi informan pertama dengan menunjukkan sikap ramah kepada siapapun yang bertanya lewat saluran komunikasi merupakan *relational competence* yang dimilikinya. Ia akan membuat mereka merasa dekat sehingga mereka mau membuka diri untuk mengungkapkan produk yang ia cari. Disanalah Informan pertama akan mulai merespon kebutuhan si calon pembeli. Melalui cara ini, **secara tersirat Informan pertama membangun kepercayaan dengan menjaga hubungan baik dengan siapapun yang ada *dithread*nya.** Sedangkan informan kedua akan membangun kepercayaan dengan terlebih dahulu melakukan

pendekatan terhadap pembeli. **Informan kedua akan menjaga hubungan baik dengan pembeli yang sudah *repeat order*.** Informan kedua juga akan menjelaskan produk ketika COD dengan pembeli. **Informan kedua akan membuat suasana jangan kaku dan bersikap ramah sehingga pembeli merasa layaknya sebagai relasi. Ia akan membuat mereka merasa santai dalam bertransaksi.**

Berdasarkan hasil wawancara mendalam kepada 2 informan sebagai penjual di Forum Jual Beli Kaskus. Menurut model *performative competence* **informan pertama lebih terlihat memiliki kompetensi pada unsur *goal competence* dan *message competence* dalam membangun kepercayaan pengguna Kaskus.** Maka informan pertama lebih mengutamakan *relationship* karena jika *relationship* sudah terbangun maka masalah proses jual beli itu masalah kedua. Maka dari itu, informan pertama lebih mengutamakan untuk membuka saluran komunikasi seluas-luasnya agar *relationship* itu terbangun dan nantinya juga akan membangun kepercayaan pengguna Kaskus.

Sedangkan **informan kedua memiliki kompetensi *role competence* dan *message competence* dalam membangun kepercayaan.** Maka informan kedua lebih mementingkan proses jual beli dibanding *relationship*. **Setelah *direcheck* kepada 2 informan pembeli bahwa kompetensi yang dimiliki penjual pasti dapat membangun kepercayaan pengguna Kaskus. Dengan situasi Kaskus yang makin *familiar* dimata pengguna Internet membuat kompetensi penjual makin diperlukan agar calon pembeli merasa yakin untuk membeli produk yang ada dalam Forum Jual Beli Kaskus.**

Kompetensi lain, selain *performative competence* yang terlihat dalam thread adalah bahwa informan bergabung dengan komunitas fotografi terbesar di Indonesia. Hal ini akan berpengaruh terhadap kompetensi dalam dirinya dalam berjualan, dengan bergabung maka ia akan banyak mengalami pengalaman yang tidak ada dalam *online*. Sedangkan informan kedua, ia mengkategorikan dengan menggunakan program Excel yang sudah dilakukan sejak 2007. Hal ini jarang dilakukan penjual pada umumnya. Menurut informan kedua, kompetensi yang dimiliki ini dapat membantunya agar tidak menjadi korban penipuan. Dengan mengolah data tersebut, ia dapat lebih berhati-hati memilih calon pembeli.



BAB VII PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan 2 orang informan penjual pada Forum Jual Beli Kaskus dan 2 orang informan yang membeli pada Forum Jual Beli Kaskus, peneliti memiliki kesimpulan-kesimpulan yang bisa menjawab tujuan penelitian, yaitu:

1. Kaskus adalah sosial media yang tepat untuk melakukan bisnis jual beli, karena Kaskus adalah *cybercommunity* terbesar di Indonesia. Dengan berbagai fasilitasnya, individu dapat mengekspresikan diri dalam urusan jual beli karena kemudahannya. Namun hal ini, kurang dapat menguntungkan pada cara pemasaran konvensional. Hal ini terungkap dari hasil wawancara informan bahwa harga produk yang ditawarkan di Forum Jual Beli Kaskus lebih murah dibanding pasar konvensional dan dapat memudahkan individu dalam mencari barang.
2. Efektifitas Komunikasi Antarpribadi yang dilakukan penjual dalam upaya agar tujuan mereka tercapai, dari hasil penelitian ditemukan bahwa Pendekatan Komunikasi Antarpribadi yang dilakukan penjual telah berhasil menimbulkan “*trust*” terhadap para pengguna Kaskus.
3. Kemampuan “*Self Presentation*” yang dimiliki penjual dimanfaatkan sebagai suatu strategi dalam upaya membangun kepercayaan pengguna Kaskus.
4. Dari keseluruhan hasil pengamatan dan wawancara mendalam, dapat disimpulkan bahwa upaya-upaya yang dilakukan penjual terhadap pengguna Kaskus dalam membangun kepercayaan, memerlukan “*performative competence*” yang meliputi kompetensi *Interpretive, Role, Self, Goal, Verbal, Nonverbal* dan *Relational competence*. Hal ini mengindikasikan bahwa situasi *online* seperti Forum Jual Beli Kaskus memerlukan kepercayaan dalam bertransaksi karena masih banyaknya peluang *cybercrime* yang dilakukan penjual ataupun pembeli. Itulah sebabnya dalam penelitian ini, para penjual berupaya keras agar tujuannya tercapai dengan

mengoptimalkan kompetensi yang dimiliki agar mengantisipasi adanya *cybercrime*.

5. Latar belakang pendidikan informan penjual juga memiliki kontribusi dalam menampilkan *performative competence*. Latar belakang pendidikan informan pertama sebagai sarjana, memiliki pola pikir bahwa dengan membangun *relationship* ke pengguna Kaskus menjadi *goal competencenya*. Hal ini bahwa bagaimana memperlakukan pengguna Kaskus tidak hanya sekedar konteks jual beli tetapi bagaimana juga dalam membangun *relationship*. Dengan tujuan faktor utama dalam membangun kepercayaan adalah *relationship* untuk memperoleh pelanggan dan kredibilitas produk dan pengetahuan produk yang disampaikan melalui pesan di *thread* maka dengan harapan kepercayaan dapat diperoleh.
6. Sedangkan informan kedua, dengan latar belakang pendidikan SMA, maka pola pikirnya hanya sebagai perannya sebagai pedagang yang menjual barang. Bagi informan *relationship* kurang penting, yang penting adalah bagaimana ia berjualan produk dan produknya dibeli oleh pengguna Kaskus. Dan dalam perannya sebagai penjual ia hanya menganalisis pasarnya saja. Maka ia lebih mengutamakan *role competence* dan *message competence* mengenai produk pada *thread*, hal ini mendukung informan dalam upaya membangun *trust* pengguna Kaskus.

7.2 Implikasi Penelitian

1. Akademis

- A. Penelitian ini memperkuat bahwa model *performative competence* yang di dalamnya terdapat unsur-unsur *interpretive competence*, *role competence*, *self competence*, *goal competence*, dan *message competence* berperan penting dalam membangun kepercayaan seseorang.
- B. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tiap individu yang memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda-beda memiliki unsur-unsur *performative competence* yang berbeda-beda pula.

2. Praktis

Dengan metode kualitatif dengan wawancara mendalam dan pengamatan yang dilakukan peneliti dirasa sangat sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Melalui wawancara mendalam dapat menjelaskan mengenai informasi baik dari pembeli dan penjual pada proses jual beli dalam Forum Jual Beli Kaskus. Metode pengamatan melengkapi wawancara mendalam. Dengan adanya pengamatan, peneliti menjadi lebih yakin dengan data yang sudah didapatkan melalui wawancara, sehingga bisa memastikan kebenaran untuk memenuhi tujuan penelitian.

7.3 Rekomendasi Penelitian

1. Akademis

Kelemahan penelitian ini yang tidak meneliti mengenai peran penjual di semua aspek yang ada dalam Forum Jual Beli Kaskus. Dan pada riset selanjutnya juga dapat dilakukan penelitian pada beberapa forum jual beli sejenis lainnya sebagai objek. Dengan demikian mungkin akan didapatkan temuan-temuan baru mengenai peran penjual dalam dunia *online*. Penelitian juga dapat menggunakan metodologi kuantitatif dengan melakukan survei kepada pembeli pada Forum Jual Beli Kaskus. Hal ini dapat diketahui sejauh mana penjual menanamkan kepercayaan publik berdasarkan unsur-unsur pada model *performative competence* yang dilakukan penjual.

2. Praktis

Penelitian ini bisa memberikan kontribusi bagi Forum Jual Beli Kaskus atau forum jual beli lain yang bisa disesuaikan dengan karakteristik objek studi yang bersangkutan dan hasil penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi, Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bell, David. 2001. *An Introduction to Cybercultures*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Brennan, Linda L & Victoria E. Johnson. 2008. *Computer-Mediated Relationship and Trust*. USA: IGI Global.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- . 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Canary, Daniel J & Michael J. Cody. 1994. *Interpersonal Communication: A Goal-Based Approach*. New York: St, Martins Press.
- Castaldo, Sandro. 2007. *Trust in Market Relationship*. USA: Edward Elgar Publishing Limited.
- Devitto, Joseph A. 2001. *The Interpersonal Communication Book Ninth Editon*. New York: Wasley Longman Inc.
- . 2009. *Interpersonal Communcation Twelfth Editions*. USA: Pearson Education.
- Ees, Charles & May Thorseth. 2011. *Trust and Virtual Worlds Contemporary Perspective*. New York: Peterlang Publishing.
- Flew, Terry. 2008. *New Media: An Introduction*. Australia: Oxford University Press.
- Graham, Geyermen. 1998. *Communication in Public*. Kendall: Hunt Publishing Company.
- Green, Charles H. 2006. *Trust-Based Selling. Using Costumer Focus and Collaboration to Build Long-term Relatinship*. Newyork: McGraw Hill.
- Goffman, Erving. 1956. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday Anchors Books.
- Hidayat, Dedy N. 2003. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi Fisip UI.
- Hine, Christine. 2000. *Virtual Ethnography*. London: Sage Publication.

- Irawan, Prasetya. 2007. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Depok: DIA Fisip UI.
- Jalava, Janne 2006. *Trust As A Decision. The Problems and Functions of Trust in Luhmann Systems Theory*. University of Helsinki. Research Report.
- Kautonen, Teemu & Heikki Karjaluoto. 2008. *Trust and New Technologies : Marketing and Management on the Internet and Mobile Media*. USA: Edward Elgar Publishing, Inc.
- Luhmann, Niklas. 1988. *Familiarity, Confidence, Trust: Problem and Alternatives's*. in Gambetta, Diego ed. *Trust: Making and Breaking of Cooperative Relations*. Oxford: Blackwell, 94-107.
- Moleong, Lexy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- , 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Patton. Michael Quinn. 2002. *Qualitative Research and Evaluation Methods Third Edition*. California: Sage Publicaton Inc.
- Poerwandari, E. Kristi. 2007. *Pendekatan Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok: LPSP3.
- Rakhmat. Jalaluddin. 2000. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Rosdakarya.
- Reloff. Michael E & Gerald R. Miller. 1989. *Interpersonal Prosesess: New direction in Communication Research*. United State of America: Sage Publications.
- Safko, Lon & David K. Brake. 2009. *The Social Media Bible: tactics, Tools, Strategies for Business Success*. New Jersey: John Wiley & Sons. Inc.
- Salim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya.
- Six, Frederique. 2005. *The Trouble With Trust: The Dynamics of Interpersonal Trust Building*. USA: Edward Elgar Publishing, Inc.
- Smith, PR. & Ze Zook. 2011. *Marketing Communication : Integrating offline and online with sosial media Fifth Edition*. UK: Koganpage.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfa Beta.
- Supratiknya. A. 1995. *Komunikasi Antar Pribadi Tinjauan Psikologis*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Thurlow, Crispin, Laura Lengel and Alice Tomic, 2004. *Computer Mediated Communication: Social Interaction and The Internet*. London: Sage Publicaton Inc.

Trenholm, Sarah. Arthur Jensen. 1996. *Interpersonal Communication*. USA: Wadsworth Publishing Company.

West, Richard & Lynn Turner. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

Whitty, Monica dan Adam Jonson. 2009. *Truth, Lies, and Trust on the Internet*. New York: Routlege.

Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Canada: O'Relly Media Inc.

Jurnal :

Kaplan, Andreas M. & Michael Haenlein. Users of the world unite! The Challenges and Oppurtunities of Social Media. *Business Horizons*. 2010 53, 59-68.

McKnight, D. Harrison, Norman L. Chervany. What Trust Means in E-Commerce Customer Relationships: An Interdisciplinary Conceptual Typology. *International Journal of Electronic Commerce*. Vol. 6, No. 2 Winter 2001-2002 35-39.

Tan, Felix B., Paul Sutherland. *Online Customer Trust: A Multi-Dimensional Model*. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, Vol 2, No. 3 2004 40-57.

Skripsi :

Jiwandono, Wisnu Jati. 2011. Analisa faktor-faktor yang menyebabkan individu beresiko menjadi korban cyberfraud Studi kasus: Pembeli dalam subforum situs jual beli Kaskus. Universitas Indonesia Departemen Kriminologi. Depok.

Tragistina, Veri Nurhansyah. 2010. Analisis Kepercayaan Konsumen *Online* pada Pasar Lelang *Online* Antar Konsumen Situs pada Forum Jual Beli www. Kaskus.us. Univeristas Indonesia Program Studi Administrasi Niaga Pemasaran. Depok.

Thesis :

Erdost, Türküler. 2004. *Trust And Self-Disclosure In The Context Of Computer Mediated Communication*. The Department Of Psychology Middle East Technical University.

Kane, Carolyn M. 1999. *I'll See You On Myspace: Self-Presentation In A Social Network Website*. Cleveland State University.

Internet :

<http://www.Internetworldstats.com>

www.Kaskus.us

www.alex.com





LAMPIRAN 1
Pedoman Wawancara Penjual

PEDOMAN WAWANCARA PENJUAL

Interpretif Competence

1. Bagaimana Anda memahami psikologis Pembeli dalam forum jual beli kaskus?
2. Bagaimana cara Anda dalam mengkategorikan seseorang yang berpotensi sebagai calon pembeli?
3. Apakah ada trik khusus seperti pendekatan pada calon Pembeli?
4. Bagaimana Anda memperlakukan calon pembeli dalam thread Anda?
5. Setiap Pembeli memiliki karakteristik berbeda-beda sehingga butuh penanganan yang berbeda, bagaimana Anda memahami calon Pembeli?
6. Apakah Anda sebelumnya pernah berjualan secara online selain kaskus?
7. Apakah setiap Pembeli harus mendapatkan perhatian khusus dalam thread Anda?

Goal Competence

1. Apakah tujuan anda berjualan di Forum Jual Beli Kaskus?
2. Apakah upaya Anda untuk membangun kepercayaan pengguna Kaskus terhadap produk Anda?
3. Apakah ada kesulitan yang Anda alami dalam mencapai tujuan Anda?

Message Competence

Verbal

1. Bagaimana cara Anda menjelaskan informasi mengenai produk kepada pembeli?
2. Apakah Anda menggunakan bahasa khusus ataupun istilah-istilah khusus kepada pembeli ketika menjelaskan mengenai informasi produk?
3. Apakah pembeli dapat berkonsentrasi pada Anda menyampaikan spesifikasi produk?
4. Apakah pembeli dapat menangkap pesan-pesan yang disampaikan Anda secara verbal?
5. Apakah ada perbedaan dalam menyampaikan mengenai informasi produk secara verbal pada Pembeli maupun non verbal?

Nonverbal

1. Bagaimana Anda menyampaikan pesan secara nonverbal, seperti apa contohnya?

Relasional

1. Bagaimana Anda menunjukkan perilaku dengan orang yang akan menjadi calon

Self Competence

- pembeli?
2. Bagaimana Anda menciptakan suasana dengan orang yang akan menjadi calon pembeli
 - 3.
 1. Dalam menyampaikan pesan secara verbal maupun nonverbal, bagaimana kemampuan *self presentation* yang digunakan?
 2. Bagaimana Anda menciptakan kesan positif dibenak pembeli sebagai upaya membangun kepercayaan?
 3. Bagaimana strategi Anda memperlihatkan kompetensi baik dari diri Anda ataupun produk Anda kepada calon pembeli?
 4. Bagaimana Anda mengkomunikasikan permasalahan mengenai produk dengan pembeli?
 5. Kesulitan apa yang dialami dalam menyampaikan strategi komunikasi untuk menyampaikan produk yang dijual?
 6. Setiap pembeli itu unik punya karakteristik khusus, setiap kompetitor punya pendekatan-pendekatan yang berbeda untuk membujuk calon pembeli. Bagaimana Anda melakukan pendekatan dengan pembeli agar dapat bersaing dengan penjual lain?
 7. Apakah ada kritikan dari pembeli maupun dari moderator mengenai thread Anda ataupun mengenai produk Anda?

Role Competence

1. Bagaimana peran Anda sebagai penjual dalam berjualan di forum jual beli Kaskus?
2. Bagaimana Anda mampu memahami adanya perbedaan pada setiap individu?
3. Sebagai penjual, peran Anda adalah untuk memberikan penjelasan yang sejelas-jelasnya mengenai produk yang Anda jual. Untuk Pembeli yang memiliki emosional tinggi, bagaimana Anda mengendalikannya?
4. Untuk pembeli yang mengalami 'kesulitan memahami spesifikasi produk', bagaimana cara Anda menyampaikan penjelasan mengenai spesifikasi produk?

Familiarity

1. Apa situasi yang Anda harapkan bila pengguna Kaskus membaca thread Anda?
2. Bagaimana cara Anda membuat suasana lebih familiar dalam thread Anda?

Trust

1. Bagaimana cara Anda membangun

Confidence

- kepercayaan mulai dari produk sampai image Anda kepada pengguna Kaskus?
2. Dan bagaimana anda memelihara kepercayaan pengguna kaskus kepada anda?
 1. Bagaimana Anda menunjukkan *confidence* terhadap produk yang anda jual kepada pengguna kaskus?





LAMPIRAN 2
Pedoman Wawancara Pembeli

PEDOMAN WAWANCARA PEMBELI

Interpretif Competence

1. Bagaimana cara Anda dalam mengkategorikan penjual yang memiliki potensi dalam menjual produk?
2. Bagaimana penjual memperlakukan Anda sebagai calon pembeli dalam threadnya?
3. Apakah Anda sebelumnya pernah membeli secara online selain kaskus?
4. Apakah Anda mendapatkan perhatian khusus dalam thread penjual?

Goal Competence

1. Apakah tujuan membeli di Forum Jual Beli Kaskus?
2. Bagaimana cara penjual dalam melakukan pendekatan kepada Anda agar membeli produknya?
3. Apa saja pertimbangan Anda dalam membeli produk yang dijual si penjual?

Message Competence

Verbal

1. Apakah Anda dapat berkonsentrasi pada penjual dalam menyampaikan spesifikasi produk?
2. Apakah ada istilah-istilah khusus yang digunakan penjual dalam menyampaikan produk?
3. Apakah Anda dapat menangkap pesan-pesan yang disampaikan Anda secara verbal oleh penjual?
4. Apakah ada perbedaan dalam menyampaikan mengenai informasi produk secara verbal maupun non verbal yang disampaikan oleh penjual?

Nonverbal

1. Bagaimana penjual menyampaikan pesan secara nonverbal kepada Anda, seperti apa contohnya?

Relasional

1. Bagaimana penjual menunjukkan perilaku kepada Anda yang akan menjadi calon pembeli?
2. Bagaimana penjual menciptakan suasana kepada Anda yang akan menjadi calon pembeli?
3. Selain membeli, apakah ada faktor-faktor yang membuat Anda tertarik untuk mengenal lebih dekat pada penjual?

Self Competence

1. Dalam menyampaikan pesan secara verbal maupun nonverbal, bagaimana kemampuan *self presentation* yang digunakan oleh penjual?
2. Bagaimana penjual menciptakan kesan positif dibenak Anda sebagai upaya membangun kepercayaan Anda terhadap produk yang dijualnya?
3. Menurut Anda, Bagaimana strategi penjual dalam memperlihatkan kompetensinya, baik dari diri si penjual ataupun produk yang ia jual?
4. Bagaimana penjual mengkomunikasikan permasalahan mengenai produk yang akan Anda beli?
5. Kesulitan apa yang dialami oleh Anda terhadap penjelasan penjual mengenai produk yang ia jual?
6. Setiap pembeli itu unik punya karakteristik khusus, setiap kompetitor punya pendekatan-pendekatan yang berbeda untuk membujuk calon pembeli. Bagaimana penjual tersebut melakukan pendekatan kepada aAda? Apakah ada perbedaan dengan kompetitor lain?
7. Apakah ada kritikan dari Anda mengenai thread si penjual?

Role Competence

1. Bagaimana peran penjual dalam berjualan di forum jual beli Kaskus?
2. Bagaimana pemahaman penjual terhadap produk yang Anda butuhkan?
3. Bagaimana menurut Anda, apakah penjual mampu memahami adanya perbedaan kebutuhan produk pada setiap individu?
4. Sebagai pembeli, peran Anda adalah mendapat penjelasan yang sejelas-jelasnya mengenai produk yang Anda beli. Bagaimana cara penjual menyampaikan penjelasan tersebut?

Familiarity

1. Apa gambaran anda mengenai thread yang menampilkan *familiarity* dalam threadnya ?
2. Bagaimana cara penjual membuat suasana lebih *familiar* kepada anda sebagai calon pembeli?

Trust

1. Bagaimana menurut Anda seorang penjual membangun kepercayaan mulai dari produk sampai image?
2. Dan bagaimana penjual memelihara

Confidence

kepercayaan kepada anda?

1. Bagaimana Anda menunjukkan *confidence* terhadap produk yang dijual?





LAMPIRAN 3
Transkrip Wawancara Informan 1

TRANSKRIP WAWANCARA

Informan A. 01 : Id Elyudien

Mas elyudien yah?

Mba nurul?

Iya mas..

Elyudien..

Nunu..

Akhirnya ketemu juga

Iya..

Sebenarnya mau bahas apa sih?

Kan kalo penjual awalnya..panggilnya apa yah yang enak..

Elyudien boleh..mas elyudien boleh..apa aja boleh..

Ok deh...kan penjual pada awalnya membangun kepercayaan donk.. nah itu yang mau aku analisis dan bagaimana mas membangun kepercayaan dengan kompetensi yang dimiliki mas dalam jualan di kaskus.kan hanya menampilkan thread orang hanya mengandalkan kata-kata nah bagaimana tuh mas menampilkan sesuatu agar dapat membangun kepercayaan kepada para pengguna kaskus.

Ok..jadi memang bisnis online itu modal utama adalah kepercayaan itu yang paling pertama. Karena pembeli tidak melihat barang pembeli tidak melihat penjual tidak melihat bentuk fisik tokonya. Jadi artinya si pembeli nebak-nebak deh bener ga sih jualan nih. Yang saya pikir adalah bagaimana membangun kepercayaan yang nantinya pasti menguntungkan saya donk dalam segi materi. Jadi waktu itu yang saya terapkan pertama saya terapkan buka seluasluasnya saluran komunikasi jadi telfon harus nyala sesuai jalannnya YM harus nyala sesuai jamnya sms harus di balas. email harus dibales semua saluran yang ada harus dibuka dan harus dibales. Jai klo dia telpon walaupun hanya tanya misalnya saya buka tiga line klo tiga-tiganya bunyi harus diangkat bagaimanapun caranya klo misalkan ga diangkat maka kita akan telepon balik nah sekarang ada 6 line telpon masuk harus diangkat itu membuktikan bahwa kita ini serius sama ja klo kita telpon Telkom mau ngadu ga diangkat-angkat pasti kan kesel. Nah jika itu yang saya minimalkan maka saya buka saluran komunikasi untuk meningkatkan kepercayaan itu dulu yang pertama. Yang kedua saya ajak mereka kalo mau kita ketemu liat barang bayar. Jadi kamu tidak beli kucing dalam karung artinya klo sama-sama dijakarta ayo kita lihat barang dan bayar tapi klo luar memang susah juga kurang lebih seperti itu gambarannya.

Ada ga orang yang mau beli belum deal tapi mau liat barang?

Persoalannya kalo dibisnis online itu memang tidak ada display. Jadi klo mereka mau lihat dulu kita sampaikan selalu kita hanya bisa kirimkan gambar dan gambar 100% sama dengan yang digambar.

Klo misalkan barang nyampe lecet?

Tuker o ya ok satu lagi yang membangun kepercayaan pribadi 3 hari setelah terima barang cacat atau rusak tuker tuker pokoknya langsung.

Lebih dari tiga hari?

Sini saya servis itu pun gratis selama kerusakan dari pabrikan bukan karena jatuh. Karena kalo jatuh tidak ada garansi. karena saya ada kerja sama dengan distributor jadi sebelum saya berani berjualan saya harus buat kontrak dengan distributor kalo misalkan saya ada masalah kamu mau Bantu ga. Kalo misalkan barang rusak say harus bawa kemana berapa hari saya dapet penanganan replace one to one gimna neh pengantiannya akhirnya distributor ngasih saya satu minggu sebenarnya tapi saya kasih ke pembeli hanya 3 hari takut nanti malah kebanyakan komplain jadi saya bikin dari distributor satu minggu saya potong tiga hari .

Berarti tadi boleh yah orang cuman lihat aja.. atau hanya tanya itu langsung direpson.

Oh itu tidak masalah. Tidak pernah yang tidak direpson.

Seluruhnya?

Seluruhnya.

Trus klo pembeli kan karakteristiknya berbeda-beda yah. Agan sendiri terjun langsung ga sih menangani pembeli yang beda-beda itu?

Ok jadi namanya online berarti kita tidak berhadapan langsung jadi memang si pembeli tidak tahu berhadapan sama siapa apakah berhadapan sama saya atau berhadapan dengan siapa jadi kadang-kadang saya punya 3 orang yang handle order sini satu nomor buat saya satu ym buat saya hari itu saya pegang klo mereka nanya ya saya tahu. Nah dari situ ksdang-kadang tahu persolannya mereka maunya apa mau nego seperti apa di telpon dan sebagainya. Sms juga saya ladenin juga terus terang saya males angkat telpon jadi klo sms kalo saya standby ga ada satu menit langsung saya bales. Jadi sampe sekarang saya masih turun tangan sendiri juga.

Dah berapa tahun jualan kaya gini

Desember 2007..bulan depan neh daldigital ulang tahun

O ya..selamat ulang tahun.

Pertama masuk kaskus desember 2007 jadi harusnya pertama jualan itu tiga bulan sebelumnya itu. Itu berarti September yah..itu sudah online tapi belum masuk kaskus

Selain kaskus.?

Wah banyak sekali yah..jadi banyak model-model forum kaya kaskus itu ada 20an yang saya masukinyang memang setiap hari saya pantau itu adalah kaskus kalo yang lain seminggu sekali saja kaya detik, toko bagus itu masuknya iklan baris. Untuk iklan baris saya ada 30 lokasi

Tapi klo yang buat jualan? Kaskus?

Kaskus yang Tiap hari ... kaskus yang saya pantau

Dulu kenapa mas pilih kaskus?

Nah jadi waktu saya pertama jualan saya belum masuk kaskus 3 bulan pertama yang tadi udah saya ceritain. Saya ketemu temen kuliah kebetulan saya dulu ini motret wedding fotografer temen saya merit saya yang motret dan berapa bulan kemudian ketemu sama dia tuh sebelum desember 2007 dia bilang dia udah pemain kaskus. Dia bilang kenapa ga jualan dikaskus aja lo. Loh emang kenapa disitu. Wah itu forum paling gede katanya o ya..oh boleh deh saya langsung daftar deh..ketemu ma kaka saya .. mulailah saya coba dikaskus karena kelebihanannya orang bisa respon dan bisa feedback positif dan negatifnya dengan cepat nah itu penting buat saya, saya coba sejak register pertama kebetulan dulu ada produk yang murah sekali dari distributor. Wah... bisa dibilang kaya kacang goreng lakunya dan testimonya mengalir sejak itu. Nah itu, modal pertama untuk membangun kepercayaan khalayak pengguna Kaskus. Jadi mungkin momentum pas saya masuk adalah momentum yang pas untuk jualan itu

Dulu langsung banyak apa 10 dulu..atau berapa masih dalam jumlah dikit apa langsung banyak.

Ga produk masih terbtas hampir setiap merek tapi masih sebatas cuma beberapa tipe tidak selengkap sekarang dan hanya kamera waktu itu sekarang kan ada handycam ada voice rekorder ada foto frame.

Ada tas..

Tas itu pengembangan..beda lagi itu. Jadi klo orng sudah tahu seluk beluk online donut pun mau dijual jadi apa aja mau dijual apa aja.. karena satu rahasia jualan yang pegang komunikasi epat itu yang menang. Contoh misalnya sms tanya barang ke tiga penjual yang satu paling murah ini sedang ini paling mahal. Yang respon paling cepat dialah yang menang. Pokoknya yang respon komunikasi yang cepat adalah yang paling mudah. Jadi makanya saya bilang adalah buka saluran komunikasi yang seluasluasnya nah itu memang kuncinya

Berarti harus terpaku seharian bales itu terima itu

Betul kadang orang bilang ah..gw mau bisnis online buaat sampingan ah.ga idup deh bisa sih paling sebulan hanya dapet sejuta dua juta lah. Cuma buat makan doang. Ga bisa buat dapur. Ga bisa buat belanja ke warung ga bisa

Klo sekarang kuntungannya berapa sebulan

Saya bicara omset aja deh..omsetnya bisa satu miliar dalam satu bulan. Jadi saya hitungan omset yang saya bayarkan ke distributor satu bulan itu bisa sampe satu miliar jadi klo bicara keuntungan saya ngambil dua persen aja nah bisa diitung sendiri. Nah saya bilang klo sudah itu baru kamera belum itu diluar tas..travel saya juga atau apalagi yah...itu baru itu yang lain sempet saya buka tapi sudah say tutup jadi saya juga punya pengalaman buka ga bagus tutup. Ga bagus nya karena dia break event point jadi biaya yang saya keluarkan untuk apa namanya operasional gaji dan sebagainya sama dengankeuntungan bagi saya itu tidkamau jadi tutup aja deh sebenraynta tidk masalah taapi karena bisa menghidupkan orang kan tapi menurut asaya adalah cape ah..mending ama yang sudah keliatan aja di genjot terus.

Pertama –tama kan jual ga seperti ini yah..banyak orang yang ga tau tuh ya kan? Biar banyak orang yang tau tuh ngapain..hanya kuncinya cepat respon doang

Kalo saya repon cepet itu hanya untuk kerpercayaan tapi untukterkenal pertama itu adalah masuk ke komunitas saya masuk kekomunitas fotografi kalo doyan makan donut masuklah ke kuliner donut jangan masuk ke anak motor percuma ga bakal ngetop tuh. Hhahaaa jadi strategi pertama nya masuk komuitas fotografi di kaskus ada komunitas fotografi yang terbesar itu adalah FN fotografi dot net wah saya udah malang melintang disitu pedagang elyudien mereka dah tau jadi udah ga mau rekber lagi dang a mau pusing-pusing lagi y udah transfer aja deh

jadi ga mau rekber?

Ga mau

Kenapa

Kalo qm mau rekber tanya ma rekbernya kamu tahu saya ga. Saya pernah nyoba ngomong ma rekber..neh ada pembeli mau rekber neh..ah yang bener nih..emang pembeli itu ga kenal lo ga salah tuh pembeli saya bilang mungkin newbie kali yajadi gat au saya ga mau repon klo yang itu itu ..saya bukannya mau sombong atau tidak mau rekber tapi bagi saya itu buang waktu saya udah punya reputasi udah punya kepercayaan ngapain rekber lagi. Rekber itu kan hanya yang baru pertama jualan dan masalahnya waktu saya pertama jualan pertama itu belum ada rekber

Jadi 2007 belum ada rekber yah?

Belum. Jadi setelah banyak kasus baru muncul rekber. Rekber ma saya duluan saya jadii ngapain saya ikut rekber gitu loh pertanyaanya sampai si punya rekber kenal saya sampai saya bilang itu yang beli ga salah tuh pake rekber ma lo. Ga taut uh newbie kali. Selalu saya tolak tapi mereka kembali lagi Karen asaya bilang

baca aja dah testimoninya Karen saya udah blang testimonidi website ada testimony di thread juga ada dan dua itu berbeda. jadi klo mau cek itu masing-masing gitu loh klo ga percaya hubungin aja orang nya tapi akhirnya mereka kembali juga

Itukan misalkan tesitmoni..tujuannya buat percaya juga kan?

Saya pernah bicara pada adminnya,, jadi dia yang menyarankan untuk mengumpulkan testimony. Dulu saya ga dikumpulin jadi ada testimony ini saya bilang ok terima kasih karena saya berpikir saya niat jualnya bener tanpa testimony pun harusnya saya jualan tetapi dengan ningkatnya kaskus penipuan saya dijelasin sama admnnya trus saya kumpulin semuanya tuh sampe ga nampung-nampung saking banyaknya.

Kira-kira udah ada berapa yang masuk?

Banyak banget itu masih ada yang belum masuk. Itu masuk ke page one saja untuk page dua itu sudah tidak masuk hitungan sudah ada dua belas thread di saya mengenai testimony itu. dan itu saya kumpulin, tahu notepad note pad klo kita isi sebelah kanan untuk kita naik turunkan tebal tuh kan sedikit isinya klo ini sampe kecil banget itu ada 20 notepad. Jadi kebayang..dan saya tidak pernah minta karena dia senriri kesannya sengaja minta-minta jadi lo masu ngasih testi terserah engga juga ga masalah gitu. Bagi cendol donk, klo lo terima barang lo kofirm di thread. Tapi saya ga minta.. bagi saya barang sudah diterima dan ditulis di thrad itu adalah testi menurut saya kumpilin yang penting barang nyampe.

Misalkan kaya saya beli gitu,..ada ga pendekatan ke pembeli apa klo udah beli y udah..

Biasanya neh yang beli kan suka bilang ke kita lagi saya dulu pernah beli neh...kasih saya harga bagus donk.. biasa yang pas saya yang handle asaya kasih dikson..tapi kalo karyawan ga berani misalnya berarti dia jawab..bagus donk kembali lagi kalo karyawan kan kode etiknya ga berani ambil keputusan tany bos aja.. adayang beli ini ini..minta diskon.. y udah gratis ongkos kirim lah. Dansebagainya bagisaya repeat order adalah yang berguna dari pada yang pembeli pertama. Pembeli pertam dia kan dia coba coba klo pembli kedua tui mah bukan coba-coba lai tapi udah percaya itu mah tinggal dia bilang keorang lagi itu mah.

Harusnya saya minta diskon tuh pas beli..hahaha

Seiring tuh hahaha harusny mint diskon. Waktu COD disini tapi sering beli..y udah gratis ongkos kirim deh karena kan sekarang kan ada beberapa dulu disini gratis tapi sekrang meningkat order jadi kan waktu sempit jadi kita chas.

Waktu itu aq distasiun ui,

Kena chas?

Kena 25 ribu

O y kena chas, berarti itu sudah tahap ke dua tahap pertama itu masih free sini free sampe bogoor free. Tapi meningkat order jadi bayarlah akhirnya suruh bayar yan beli. Jadi yamemnag jual mahal juga kali ya artinya orang kan orang yang mau COD atau pesen liat liat seller nya penjualnya jadi saya memanfaatkan nama baik reputasi klo mau lo chas 25 gue anter barangnya..karena barang terpercaya ok jadi udahlah dengan chas 25 juga bisa dibandingin dengan harga toko saya lebih murah dengan harga toko rata-rata gitu masih lebih murah juga rata-rata gitu

Trus misalkan kita beli nah..cara memelihara nya setelah kerpercayaan dibangun tuh gimana?

Ok kunci pertama klo ada yang tanya..jawab sejelas-jelas mungkin jangan asal misalnya ini sama ini enakan mana enakan kopi. Harusnya kita bilang enakan ini karena ini ada ininya klo ini mungkin enak tapi kurangnya ini..ini..klo air putih hasilny ini..ini..

Berati yang merespon itu pasti tahu produk knoldwege yang dia jual .

Harus staf saya tuh saya bekal semua pengetahuan itu jadi setiap menjawab harus ada lasannya tidak bisa bagus itu tidak bisa itu itu mah mba nurul juga bsa jawab itu berdasarkan feling doank itu. patokannya kalo kamera ininya duluneh kalo ininya bagus overall kemungkinan semuanya bagus trus liat spek ininya bandingkan ambil kesimpulan. Jadi cara pertama y itu sayabilang jawab sejalamungkin jangan setengah-setengah dan menimbulkan pertanyaan baru jangan bilang bagusna ini. Kok bisa bagusan ini nah..jadi panjang tuh jadi klo saya perhatiin juga gitu yah..saya pernah ada reseller dia jualan kaera dikaskus juga berhadapan langsung dengan saya.cuma harga disamain cuma dari saya kan saya kasih d iskon. Repotnya dia jawabnya ga detail mati deh..mati juga.

Eh berarti yang kemaren kita kekantor berarti dia donk yang merespon kita donk?

Iya ada 3 orang. Ada cw 1 cowo 2..

Sampe ditelpon saya waktu itu karena say bingung masalah warna..

Satu lagi yang saya bilang kalo ada maslah denganklien misalnya maslah janji atau masalah pengantaran atau maslah warna telpon saya bilang jangan sms karena psikologi pembeli klo ditelpon itu merasa dihargai. Kayanya raja deh..padahal nelpon sesama simpati berapa sih..sesama esia berapa sih dibanding dampaknya nah itu lah dayng saya bilang mungkin sepele kanagg-kanag karyawan saya suka bandel ini ni nomor telepon konfirmasi hgini-gini terlambat atau apa..sudah pak katanya..telpon atau sms,,sms,..telpon toh sayan yang bayar kok bukan kamu yang bayar..akhirnya dia telpon saya bilang saya yang bayar ga ada maslah cumin cukup telepon aja karean mungkin karayawan tidak ernaj memersan online saya sering berbrjana online dansangat-sangay senang klo ditelpn jadimerasa dihargai jadi saya bilang telpon mereaka sangat merasa sihargai kika ditelpon merkipun suma konfirmasi telat. Pak kurir kami telat sampe sana jam 2 bisa ditunggu?..ok..dari pada dia nggu sejam mending kita telpon. Jadi

harus detail saya bilang harus detail kita jawabnya dengan jelas kemudian kalo ada apa y konfirmasi misalnya pernah kirim memori nya yang ke kirim jangan sms klo yang gitu-gitu telpon langsung trus minta maaf minta maaf dulu kondisi begini barang ada kita kirim ulang gratis tidak dikenai biaya cash lagi..senang mereka wah mantep dai bilang udah penjualnya udah konfirmasai barang ketinggalan trus dikirim gratis lagi..dalam hati saya orang salah saya masa saya ngecash orang kan ga mungkin. Tapi pembeli lain ngecash lagi..ada yang kya gitu pembeli lain yang model modelnya ag amau rugi y mungkin bdea visi kali ya..orang saya yang salah mau gimana laigi .misalnya salah warna telpon saya bilang tawarkan mau kembaliin tuker atau itu aja..

O y kemaren aaq beli tripod katanya item ma silver pas nyampe biru ma merah.aq bilang mungkin ga ada pas kirim merah ma biru

Harusnya komplein itu bisa ..

Ah gapapa

Klo aq selalu mengajarkan kepada anak-anak zero complain jangan sampe ada kesalahan klo sampe ada wah segera respon saya menanamkan rasa bersalah kepada mereka jadi klo da yang salah kirim klo kurang kirim klo ga ke kirim telpon sya bilang klo misalkan salah warna,,telpon bilang ke dia tawarkan ke dia mau kembali atau bagaimna pokoknya gimana tuntaskan hari itu soalnya yang jdai masalah gini kamera dikirim memori lupa ke kirim masalahnya gini pas pembeli buka barang yang dia pikirkan adalah wah gu ditipu neh wah kacau neh penjual bilang ada memorinya malah ga ada memorinya kalo gitu saya bilang telpon klo memo yang ketinggalan karena apa gitu kita kirim ulang gratis semuanya minimal dia teang gratis semuanya dan itu harus cepat di konfirmasi. Itu ajadah minimal oh bener ketinggalan bukan ditipu atau hilang .. saya pernah sekali tuh disitu saya tulis ja operasional jam 11-17.00 ehh jadi barang kirim jam 5 telpon mati pembeii dimalang saya bilang kedia resi dikirim nanti malam atau besok pagi. Dia telpon tuh jam 5 ga ada yang angkat ditulis tuh ditherad kskus gede-gedemerah anjing katanya ditelpon d isms ga dibales sms ke nomor yang mati wah marah disitu parah ginigni nah saya baru sempet ngecek besok yah..a salah neh orang nulis neh dibales ama kita kan..dismis yang bales karyawan saya..kami bukan penipu..bla..bla..ga lama siangnya di edit.. kan replyan saya masih ada biar jadi bukti klo saya gitu klo thread gitu ga asaya apus seabgai bukti aja ke orang orang baca trus melihat sebanarnya siapa yang sala nah itu..

Iya..setau aku beramian di kaskus itu orang nya kritis-kritis

Hooouu..dikaskus ..jual terlalu murah dicurigain jangan-jangan barang lo barang seken neh barang selundupan jual kemahalan dimaki-maki lo meres orang atau jualan neh bego lo pindah lo..jadi serba salah mau jual normal ga aada lirik wah gasnas..kadang-kadang dibantai marah kadang saya mau ngomong apapun saya ladenin sabar aja..artiny dia marah marah di thread saya karean mungkin dia ga tau kadang ada yang marah-marah..niat jualan ga sih di sms ga bales-bales jam dia posting itu jam 6 sore..saya bales bos harusny elebih teliti liat jam operasionalnya saya quote saya bold merah saya taruh di thread y udah selesai diem langsung..

oo..jam operasional..

nah itu kadang –kadang ga nas..gasnas nya ga teliti.

Tapi itu juga bisa bukan yang beli loh mas..bisa jug apesaing.

Iya tuh bisa jadi psaing yang ngerusak harga aja t

Dari tadi mas yakin bgd neh barang yan dijual bagus..cara mas yakinin barang bagus gimana nig

Ok..yang jelas yang pertama saya jelaskan adalah barang syang saya ual 100% dan garansi resm I saya harus tekankan itu dulu karena diasaparan banyak yang lebih murah banyak yang seken gransi BM jadi klo murah BM itu wajar yang susuah itu murah garansi resmi. Jadi saya menekan kan dari pertama barang yang saya jual original baru dan garansi resmi dan kalo itu diterima barang itu lecet maka barang kembali ke saya saya ganti 100%. Otomatis orang digeretak gitu jug aekder bener juga gitu yah

Bener juga yah..hahahaa. trus yang buat thread itu siapa tuh.. yang menyakinkan di thread bbahwa barnnya dijual begitu.

Saya awalny saya settingan awalnya..semuanya sampe sekarang saya. Apapun yang ada dithread saya yang buat.

Nah..mas yang buat kan..sebenarnya klo orang yang ngeliat thread itu pengennya nampilin situasi apa sih?

Jadi awalnya hany harga saja tipe dan harga dan nomor kontak tidak ada testim muncul sangat sederhana tapi seirng dengan pertanyaan pembeli kadang pembeli nayany..kemarea yang dibawah satu juta apa yah sehari 5 orang yang naya loh besok ada yang nayak lagi. Kamera yang 500rban yang bagusn apa yah

Klo nanya itu aja tetap direspon..

Semua direspon mau beli ga beli harus direspon..semuanya nya tanpa terkecuali mau dia marah-marah jug direspon terserah lo deh..karena setelah sms didelete saya tidak pernah dendam apapun dari pertanyaan pembeli ayng bgitu trus akhitanya saya bikinlah klasidfikasi nya. Ada yang kamera sldr berdasarakan harga kebutuhn berenang semoipto nya berdasarkan yang zoomnya panjang. Berdasarkan touch scererr. Jadi semua itu karena asalnya dari pembeli jadi pembeli mauny apa terlalu sering lamalama capae ya harus jelasin yang 500rban..yang sejuta segini..nah mending gue buat klasifikasinya aja deh..lo lita sendiri.

Emang lebih mudah mencari apa yang udah diklasifikasiin

Dan..bagi saya yang mau jualan produk saya tinggal masukin situ aja jadi kamera yang dibawah satu juta ini..ayng sejuta ini nah itu malah yang sering keluar dan ini karena pembeli mungkin awam yah, jadi yang dicantumin itu lah yang terbaik. Nah..mereka dah percaya tuh.pasti yan bagus

Iy yah..klo gat au tinggal tanya neh..

Nah itu ..diantara ini..yang agan kasih nih bagus mana baru kita bedah tuh karena dari yang kita rekomendasikan pun da yang unggul dan adan yang kurang jadi haru kita bedah lagi tuh dari 5 ini..udah pusing..bandingan 3 jug apusing.

Klo dua sih gampang yah

Iya..gampang tapi berapaun kita harus ladenin..jadi kadan-kadnag masnusia tidak 100% memahami..kadang saya telpon distributor ini seri ini ada spek tulisan yang ini..jadinya gimana neh kemampuannya.. nah saya belajar juga dari situ..jadi dari pertanyaan yang kira2 baru saya juga belajar..tapi klo pertanyaan yang lama sudah melotok neh. Jadi ada satu lagi saya jug atermasuk pedagang yang idealis saya jiga bilang ma karyaawn klo pedagang mauny untung ..pricelist say ada neh kryawan ta nah dia bisa liat margin mana yang besar dan keci; tetapi saya bilang ma mereka bahwa jualan jangan liat margin tapi memang spek yang bagus yang dikasih jadi istri saya suk cembertu jualan nuntung segini doing kenapa ga jual yang mahal jadi untung..ya masa kita harus bilang yang mahal pdahal yang ini bagus. Persoalannya jadi say amenipu pembeli makanya alhamdulillah sampa sekarang orang yang banyak mint arekomndeasi dan teapt pas artiny pas yang ida inginginkan dan harganya jug apas. Jadi saya prnah ngetes sama toko lain “bos bagus mana ayng ini ma yang ini” yang ini bos..perassan yng itu lebih jelek tapi saya coba aja..karen asaa tau yang ini lagi promo dan harganya dia tidak promo dan harga yang dijual tidak promobikin normal..jadi untung lebih gede..oh jadi ini maksudnya.. y sudahlah tau aja

Dia gat au yang lagi tanya jualan juga hahaha

Makanya saya bilang itu adalah dilemma pedaganag kadang y mungkin dilemma rumah tanga jadinya jualan maunya yang untungny gedekita kembalikan ke pembeli kadang pembeli dada yng apa senengnya merek Nikon kita udah gesr ke canon misalnya dengan tipe..tapi saya dari dulu suka nikon o berarti orang ini minta didukung Nikon berarti makanya klo pake Nikon jug aga maslah oh ya sudah mendorong aja

Yang penting udah coba mnggeser

Sudah mencoba dibandingkan overall bagus canon oh mas saya suka bentuknya..o y sudah klo suka bentuknya memang lebih slim atau apa..untungnya lebih gede alhamdulillah

Soalnya inget jangka panjang

Makanya saya biag ke karyawan kita jualan itu harus idealis jagn Karen auntung gede trus kit alihkan kesini awalnya pembeli gatau tapi setelah dia ketemu sama temen-temennya dia pasti dikatain tuh lo ngapain beli kamera ini loh..bego loh.. ini kan bagus ini..nah nanti saya dislahin sampe sekarang belum ada yang komplain ke saya mengenai hal itu rata-rata sih pas dan susuai syukur deh karena saya pribadi dulu sering..dulu kan saya sering hunting kamrea untuk sendiri y begitu ceritanya ngerasain susahny cari kamera haduuh..

Setiap orang yang gnya gitu..perhatian khususnya pasti dengan responnah klo yang rese-rese gimana tuh

Jadi karyawan pernah cerita klo pertanyaan nya udah ga mungkin ini pasti ga pesen neh katanya.

Tau nya dari bahasa nonverbal di ym

Iyah..kadag order banyak trus pertanyaannya..saya mau cari kamera yang paling mahal..wah ini sih iseng..tapi kita respon..saya bilang toh kita tidak rugi masalah dia beli apa gag a masalah dan saya rasa ini adalah orang yang sama pertama bilang..saya dari nggota nya smash.. masuk ke nomor saya..heboh neh orang kantor saya jawab..tapi kami lagi konser di bali ntar anter ke manager kami di sctv oh boleh lah kasih nomornya...hubungin .. diterima katanya sibuk dan suruh titip ke satpam oh menurut saya udah ga bener neih y sudah minta nomor satpam ga dikasih..y udah lah..kita anggap itu mah iseng aja curiga juga. Yang keud ua adalag pertanyaan saya mencari kamera yang paling mahal apa? Mahal deh..neh ornag kaya baget..ngapain di online langsung ketkoko aka klo mau yang paling mahal. Tapi kita tetep respon. Minta kirim kedepok okelah..saya bisa pagi..saya bilang kurir barang ga susah dibawa tapi lewat aja kesini..kuriri yampe sini..setengah jam sebelum sampai disms mati smsm ga dijawab. Bunyi sms 10 menit ga ada erespon saya tinggal batal. Ga dijawab ampe lama. Y udah saya ambil kesimpulan..iseng berarti jadi memang dari pengalamn jadi tau mana yang iseng mana yang ga.

Pernah sampe ditipu ga?

Dua kali..tiga kali..2009.satu kali..2010 dua kali..klo 2009 itu saya sendiri jadi memang memanfaatkan polosnya-polosnya saya. Jad I dianterbarangnya ke rumah dan saya ercya saja mau tranfer saya drop barang trus dia tranfer 3jt padaal transaksi 50 juta trus saya samperin eh ternyata dia kontrak diditu

Berapa hari setelah ditransfer mas balik lagi

3 hari dalam hari sebelumnya mereka masih ada tapi setelah itu hilang. Jadi saya membayangkan kantor ebeneran dan banyak orang nah saya pikir itulah modus maka saya pikir mafia..dan setelah itu banyak orang dating dengan ketipu yang sama entah itu ngedrop tv..telor..jeruk..macem-macem. Itu modus dan ternyata setelah saya pelajari ternyata banyak yang seperti itu. Sejak itu strike cod ga ada transfer..setelah itu bisa bayar pake tranfer dulu barang drop dulu..keunngannya baru ada besok. Bisaga bayar pake cek..ga bisa saya bilang pake goro apa lagi ga bisa ini kita mau lihat barang dulu mau nilainya satu jut duaratus jut aeserah lo dah sama ky gt ga mau.

Dulu 50 juta dia beli apa

Handycam ..handy cam itu sekitar dan beberapa kamera sekitar 15 unit

Maen kuantiti ya dia yah?

Kuantiti jadi kita kan untungnya lumayan..udah semangat-semangat ternyata ajebol juga.. haedduuhh..ngeriOngeri banget jadi itu pelajaran berharga banget. Klo kejadian tahun ini u hipnotis jadi dua kali dalam setahun kurir yang beda..ternyata cara yang sama..ternyata kuriri nganterbarang sore atau magrib diajakmakan..sellausore ayau magrib, jam-jam cape..ayo mas makan dulu..diajak ngobrol atau ditepok..ataup apa yang erptama 17 juta..dan yang kedua 7 juta.y sudah..mau gimana lagi..makanya saya bilang a dia kurir klo diajak makanjangan mau..mint amentahnya aja.. okde deh katanya.. sekarang kurri punya berapa sih dia kan punya keluarga klo saya mint aganti y bisa sih tapi kasian aj a bagi saya nyari segitu dalam sebulan masih bias bisal ah tapi buat mereka berapa lama kamu bisa ganti in..4taun baru lunas pak.. 4 tahun..suda lah..selesailah..y sudah..meamng kamuapes dan tidak terjadi lagi..cerita sesama

Iya langsung dishare..

Penting banger itu.

Jadi kalo maslah penipuan di internet lebih banya penipunya dari pada penjualnya..saya aja penjuak ketipu juga..jadi gimana yah,,resiko jualan online memang ditipu ..jualan ga memlulu untung artinya gini rugi pun ditipu pun saya terima..ikhlas..apa lagi dapet untung..istri saya nagis-nagis ditpu..habis mau gimana lgi y sudah ga usah dipikirin.

oo..hehehe ssedih lah.. udah punya anak mas?

Belum..sekarang jalan 6 keguguran bebrap kali..makanya saya buat travel buat jalan-jalan.

Istri selalu ikut?

Dia selalu mint ikut sih.

Seru bangeet

Jadi klo jalan ke mana aja..lombok, Kalimantan, luar negeri..ayuuk aja..kata dia kerjaan gimana? Y online darisana ..namanya jualan online tinggal nyari warnet aja..susah amat..

Ada berapa macam travel sih mas..kynya yang aq baca mceem-macen.

Ada 2 macam yang pertama share bayar rame-rame yan kedua paket honeymoon ke beliting kita bikin..berdua..klo meu berenam juga kita bikin.. klo share tanggal dari saya tapi lebih murah ..all in..karena klo murah satu tanggal rame-rame..karena istilahnya semua biaya kan sendiri. Klo paket rombongan itu jauh lebih murah.

Hahaha..mau donk..

Sip.sip..boleh..

Intermessio y mas..sip..sip..lanjut..

Nah klo misalkan mas elyudien..jualan.yang respon kan karyawan –karyaman keyakinan mas elyudin yakin bahwa mereak mampu menampilkan citra positif kepada khayalajak dalam jualan hue itu gimana?

Setiap karyawan yan kerja disay asemua ada training nya dahulu..tiga sampai tujuh hari untuk kurir cum tiga hari bagaimananyalahin dan matiin aja..ga usah sejaun maintaence untuk karyawan kantor minimal seminggu dia harus ketoko-toko say akasih pertyanaan kamu cari di distributor dan merak haru stanby di distributor yang saya kenal dan toko –toko yang saya kenal jadi say akonfirmasi ke merka ada karyawan gu yang kesan abakalan tanya –tanya..lo jawab yah.. dia mau tanya..ok deh..

Menjalin relasi ma distriburo itu berpa laama?

Jadi waktu pertama jualan saya kenal hanya 1 distributor saja tapi menjual berbagai merek ada satu distrinutor waktu itu dia mungkin atangan kedua tapi merka pu ya segala merek itu adalah modal utama saya jadi saya ga cape nyari dalamperkembanganny saya nyari jalurnya canon kesini..sony kesini..nikon kesini.tapi yang ini tidak sakit hati karena saya tetap ambil di dia juga jadag hubungan bagaimanapun dia wehh..yang membuk jaringan membantu saya haibis-habisan dandia dekat sekali dengan dia. Anaknya lahir kirim apa popok apalah buat perhatian ke dia mungkin bagi dia perhatian yang penting. Jadi karyawan memnga harus ada bekalnya paling itdak seminggu dan setelah diterima say amsih dampingin dia online dia pasti naya-naya saya Bantu jawab dan sebagimnya dan dikantor sebualn dua kali itu ada training bersama misalnya da kamera neh hari ini kita bedah lensa aja

Berarti mas juga bedah-bedah gitu donk?

Ya harus bisa kalo jualan gat au produk y gimana caranya..Buka lensa..satu lensa...ini ukurannya ginigini..ini F artinya gini,,,A artinya iniini mempengaruhi ini.ini..tentang lensa aja..dua minggu lagi kita bahas mengenai kecepatan..y udah kecepatan.. klo kecepatan gini..hasilnya gini..minggu dean kita bedah mengani filter filter ini..gini..gini..jadi akhirnya mereka neti..kalo ga gitu saya yang cape mesti dijelasi itu mumu didkit karywan nanya harus pinter donk saya bilang malah klo bisa kmaujualan sendiri deh besok..besook

Malah nambah pengetahuan kan?

Saya bilang ma kurir jadi..ada kurir 3 diantara kurir ada kepalanya.jangan mau jadi kurir harus pinter..terus gimna pak caranya kalo ga ada antaran kamu ke distributor tany dah tuh atau kamu lagi ambil barnag terima barang ini..fungsimy apa yah.. tanya aja saya udah bilang ke mereka-merak untuk jawab ertanyaan dari karyawan saya . beres..kamu ketmu klien trus kamu elasin dan lama –lama kan kamu pinter kamu pinter maku ikadn tor..nah kepla kurir saya nagkat di dalam jadinya. Kata dia didalem tuh adeemm hahahaa..yang dua ini masih seneg dilapangan. Biasanya emang kurir hanya menjelaskan on off nya doank. Hanya itu..klo emang misalkan ada yg rusak setelah ditangan pembeli.y amau gimana lagi saya ganti. Karena kita garansi resmi semua, bawa pulang rusak maka diganti 100% karena yang saya takutkan adalah terima barang ga dites trus rusak

rusaknya neh karena siapa..saya ga mau buruk sangka apa kah rusak karena jatuh atau karena apa saya takut itu aja tapi klo tees nyala minimal diterima hrsru bener donk nyampe rumah rusak y udahlah minimal saya pertam ga salah duluan lah. Prosedur kedua baran gsampe rumah rusak ga nyla serivice atau tukar baru y ga masalah.

Ada ga mas yang beli trus sampe rumah rusak?

Ada. Kita punya terknisi di kantor yang tugasnya memeriksa hal ky gt. Cek dulu kadang-kadang kita cek..eh setelah dicek penyok..jatuh y pak..iya wah klo udah jatuh y ga bisa. Qta liat ada baret apa ga apa memeng pencetannya gini y uadh bener rusak trus kita bw aja kita jga langsung telpon distributor neh ada yang retur barang rusak neh cek dulu ya..y udah cek dulu saya bilang..dari pihak kami udah ngecek cek lagi ga masalah

Pernah ga kaya aku pembeli Olympus..udah deal neh..aq tanya kelemahannya neh..dijelasin ga?

Pasti dijelasin semua kamreaada kelemahannya dan selalu kita menawarkan tidak jug akelebihannay tapi kekuranganny juga harus akrena tida ada kamera yang sempurna tetep dijelasin apa itu dari bodinya lensanya contoh kaya soni dia punya lensa dua acam ada lnensa sony lens ma carl zeis yang bagus tuh yang carz zeis bukan lensanya sony kadang orang ke tipu disitu ..mereka pikir bagusan sony lens disbanding carl zeis y sudah... sama ma Kodak..ada dua lensa..kodak lens ma snider justru snider yang bagus bukan lensa Kodak tapi orang kan gat au ky gitu-gitu jadi kita klo kasih tau odak gini Olympusgini produk ini murah tapi lensa standar udah bilang gitu kita bilangin aja harus dibilangin. Klo bicara bagus mah semua bangun mmemang ya namanya pedaganag ..

Emang bener yah..namanya pedagang pasti bagus semua..emang bener juga sih ya..komunikasi yag responsive yang harus didepanka

Emang harus fair jangan kita pengen jualan cannon o kita bagusan cannon jangan gitu..semua pasti ada kurnagnya semuany ada. Ga ada yang perfecet..

Ada kesulitan ga sih sebenarnya dalam mengedepankan komunikasi yang resosive

Sejauh ini karena kita punya ilmu nya tidak ada masalah kita punya ilmu kita punya saluran komuniaksinya aaman..sudah...

Jadi utama nya adalah pengetahuan produk?

Iya..klo kita sudah tau..maka pengetahuan produk itu mesti disalurkan lewat saluran komunikasi dalam penyampaian nya donk harus ada itu jadi kita pinter tapi kita gat au cara menyampaikannya lewta mana juga percauma kita respon juga seperti yang saya bilang seperti reseller yang tadi yang jual produk dari saya tapi dia ga punya ilmuna mati jug aga bisa.. jado oeong kosong bisnis online hanya sebagai sampingan mah..susah..mau jualan.temen saya jualan kue..kue keriang di kaskus udah terkenal itu yang beli ampe luar kota..packing..saking lakunya sekarang dia buka kursus memasak gila bener saya bilaang..karena

makanan nya enak..saya nyobain juga enak rasanya tuh..dan dia tidak kerja yang lain-lain..hanya jualan kue online. trus klo kita tanyakue ini lebih enak mana yang ini..ini..o dia jawab..o yang ini..ni campurannya lebih ok. Waktu itu keponakan saya ulang tahun neh kira-kira kue yang cocok buat anak-anak apa neh o..ada dua macemm..ada yang pake toping atau da yang pak kertas tap ibisa dimakan saya bilang pintar banget penjelasnnya nah. Itu tadi yang saya bilang pengetahuan produk harus tau jadi apapun yang kita mau jualan harus kita ngerti

Harus kuasain produk dulu..

Iya..pasti... sampe-sampe moderator kaskus nanya ke saya

Oooo...kenal donk ma moderator?

Iya..kenal..

Pernah dikritika ga dari dia

Dulu kan awalnya kaskus tidak boleh lebih dari 3 x sundul. Namanya pedagang awal nge bum nya lebih dari tiga kali kan..dan yang protes itu pesaing jadi kita saling intim..neh nah klo kita lebih dari tiga kali bum say laporin neh selalu kena laporan karena gat au laporannya..dilaporin trus diperingati sama adminnya. Okelah ngertilah..tapi seiring makin negtop nya saya ga perlu ngebum..orang nanya udah sundul otomatis..jadi hanya itu saja yang ditegor sisianya tidak ada.

Ga pernah sampe di lock atau close..

Ga pernah..moderatornya saya kenal...

Hahaha.a..

Beli kamera di saya..jugaa..hahaha

Dulu kan pernah ini yang ketiga..dia minta dari admin tolong cariin rekomended seller sama yang sering benja dikaskus..dicari lah 5 penjual dan 5 pembeli. Kumpul kita rame-rame diskusi..jadi s2nya ke hanamasa..o rame-rame dah tuh..itu yang pertama ..yang kedua si pemilik Andrew dia lagi entah bikin surevei atau apa ..diwawancara ko ga salaah dia masukin ke video dh tuh sejak ituus saya kenal moderator saya kenal pemiliknya saya kenal dahsama-sama tau lah..-klo saya bikin ulah dikaskus pun saya masih punya teman jadi ..tapi saya ga begitu ornagnya artinya asaya ga mau menamfaatkan ga mau jadi selama ini akhitanya kenal sesama rekomenen seller kenal y memang testi moninya sama-sama bejibuun keliatan lah klo kita lagi kumpul. Gaya-gayanya pedagang semua nya dan memnaga dagang bener. Pernah saya sekali waktu itu pernah id saya diambil. Saya telpon moderator “bos kok id saya ga bisa dibuka yah?” saya tau itu satu jam..langsung saya telepon masa sih..coba deh dicek..sebentar ya 5 menit tlpn lagi iya tuh kynya ada yang ngambil tuh password lo yang baru apa klo bis jangan yang itu rubah dengan ada angkanya biar rumit..y udah ni nin.. ok yudah..lo cek deh.. eh balik lagi..saya coba cek pm ma vm takutnya kan kia kirim apa gitu saya cek juga msih ga ada apa..

Iya ya baru satu jam..

Nipu-nipu gitu saya cek iklan itu ga ada yang berubah takutnya adia rubah takutnya dia nomor rekening nomor kojta dia belum sempet ngapain2..aneh juga ada yang ngambil punya saya untung saya kenal orang dalam jadi aman. Klo ga kenal mah repot bikin masalah baru itu bisa2 saya jadi dikomplain jadi penipu..

Iya abis dah testimony yang bejibun dalam seharian

Iya...kesapu dalam seharian.. ya ga jualan lagi..pdahal peran saya penting jadi penjual di kaskus

Hahahaha... menurut mas sendiri peran ky gimana tuh si penjual dalam kaskus?

Sebenarnya klo saya pribadi penjual itu tokoh centralnya dalam arti gini dia yang memainkan kondisi klo lo mau rame lo harus gencar jualannya sebagai penjual lo harus tawarkan produk-produk terbaik produk-produk berkualitas harga bags danseabagainya klo lo mau jelek lo males-malesan aja jualannya ga niat..jadi penjual itu pa yang diinginkan pembeli harusny abisa tinggal mau apa ga lo meu nipu dikaskus bisa..gampapang lo mau jadi ornag bagus terkenal dikaskus juga bisa mau jadi orang jujur tapi bisa..pasti ada jalannya jadi saya priibadi saya bilang divisi baru ditas itu belum ada 3 bulan baru lah 2 bulan tapi testiomon isudah mulai masuk aja ada ajd nah saya bilang itualah artinya.ayn gpenting kita mau jualan..ditelpon diangkat donkk jangan ditelpon ga diangkat..ditawar marah-marah.. lo beli di lapak sebelah aja klo mau murah gitu jawabnya .. klo saya jawabnya o sory bos..lapak sebelah biarain deh murah..saya ga berani bilanga aja gitu lebih baik ita apa adanya meskipun di halaman satu klo ada yang lebih murah kasihtau y kan? Klo saya bisa lawn y saya lawan tapi klo saya liat harga modal ga masuk bilang aja ga bisa lawan selesai ga usah diomel-omelin. Belanja aja dilapak sebelah ga usah kesini..jualan kaya gitu..pas dicek newbie..biasa itu mah..

Nah itu klo mas tanya ke lapak orang..klo ada yang tanya ke lapakny mas??

Tetep stay cool tetep kita jabanin kadang terima sms..ada yang bilang..bos lapak sebelah lebih murah..saya bilang mana linknya saya lihat kasih link..saya cek..bos cek donk..ini nya garansinya..bener ga? Bener ..klo garansi bener harusnya sekian tahun.. oy .. benr..selesai..atau setelah cek ternyata harga bagusana sana kayanya krg bagus o sory bos ga bisa lawan mau gimaan lagi atau dithread neh ada yang bilang katanya peling murah neh mungkin mereka lagi promo yang penting jangan marah

Klo pembeli yang bawel?

Klo menurut saya itu aset jadi saya pernah..sms an tiga hari..ga deal-deal..nannya mulu apa aja.. tetap sayabales..tapi akhirnya testimoniya bagus..setiap nya dibales..sms kapan aja dibales respon cepet harga bagus dtanya apapun di jawab yang baca testiomoni kan langsung order tapi kita kan haduh..kapan ordernya udah 3 hari smsan wah..karena di ym pun karyawan bilang..wah ini lagi..saya bilang tetep dijawab tuh y jawab dah pokokny kaga deal-delanneh dari kemaren..maunya apa sih tapi kan ga kedengerna kan ke dia..

Emang namanya pedagang klo udah 10 kali sms ga dibales biasanya

Saya ga,, tetepdibales..pulsa abis itu isi..jadi karyawan saya bilang..kan megang masing-masing megang klo pulsa abis kasih tau yah jangan sampe ga kebales karena pulsa abis..malu-maluin saya bilang bales mau tanya apa pokoknya baes jawab kecuali nanya pribadi..selama berkaitan ma produk jawab..mau bandingin apa.. ap..ayan repot klo dia tanya spek kamera..apa gitu ..dismis..nah..speknya banyak kan..klo di ym mah gampang copy paste..makanya kadang klo gt kita mesti puter otak. Inti-intinya aja qta bandingin yang repot klo dia tanya spek lengkap lewat sms..kadang-kdang.. saya bilang klo spek lengkap ada di website kita..haduh mas..saya lagi ga onlnine. Y udah lah..sebentar ya..

Biasanya mas tiap hari dikantor?

Ada saya kan kadang antar tamu..yang buat travel. Jadi..tiap yang bawel itu tidak masalah.. sekrang maen kuat-kuatan sms aja deh.. pulsa sekarang udah murha.jadi jangan takut rugi kadang yang saya perhatikan penjual pmula berarti klo sms ga dijawab..berarti harga ga cocok. Kalo bai saya lo mau namawr berapa pun saya bales..klo gabisa ya ..ga bilang ga bisa jangan ga dibales. Jadi jangan sampe ga dibales. Itu menurut saya komunikasiny yang macet dan bagi saya pembeli itu bukan raja tapi partner jadi klo ditanya di jawab donk klo raja kesannya saya nunduk-nuduk.. klo mau nawar afgan..setega-tega banget saya jawab..kalo ga masuk y ga masuk..klo bsa gw diskon, tapi tetep dibales..



LAMPIRAN 4
Transkrip Wawancara Informan 2

TRANSKRIP WAWANCARA

Informan A. 02 : Id Kardonce

Aduh ganggu waktunya ya mas..

Oh ga kok ga, kan udah booking time nya udah lama

Mau Minum ga mas?

sip..sip.Sudah..sudah..Rekamannya bagus

Iya doonk.. bw the way Saya jadi deg-degan hahahaha

Tenang-tenang tenang aja mba.. Sebenarnya lebih fokus kearah penelitian apa neh?

Jadi penelitian aq mengenai kompetensi penjual dalam membangun kepercayaan pengguna kaskus. Singkatnya jadi bagaiman Kompetensi yang ada dalam mas sendiri dengan tujuan membangun dulu neh kepercayaan kan dibangun di baru di kembangin. Kaya gitu kira-kira penelitian aq

Kompetensi udah pasti semua wirausaha kunci utamanya jujur ...trus ...apa yah bertanggung jawab namanya jadi kalo namanya bisnis ada resiko rugi itu udah pasti kalo dia berpikir dagang trus takut rugi jangan bisnis klo kata pepatah 10 gagal 11 kali berhasil jadi gagal tuh wajar hal simple klo seumpama baru beli hp trus tiba2 rusak klo saya pribadi saya ganti.

Itu kan baru gimna kalo handphone yang udah sebulan di tangan pembeli?

kalo lebih dari sebulan masalahnya apa dulu dr mana lihat dulunya ya itu dari kesepakatan awalnya. Jadi intinya saya lihat dulu masalahnya apa kalo dari saya ya saya retur pastinya. Kalo ga mau rugi itu jangan berbisnis, jadi gagal adalah hal yang wajar.

Tapi Ada mas yang udah sebulan datang trus mengeluh rusak, kira2 gimana tuh digantiin atau didiemin aja?

Tegas didepan soalnya.. kesepakatan yang ini ky gmn dicek didepan klo ada masalah cepet kasih tau

trus biasanya mas kalo lagi jualan lewat thread atau sms mas bisa memprediksi ga kira-kira orang yang pasti beli tuh ky gmn?

mmm..kalo semuanya bisnis yang bagus itu memang ini udah lama juga lumayan dari hobi dari tahun 2006 mulai suka hunting-hunting handphone smpe akhirnya serius untuk jual beli handphone itu mulai 2007 nah dari situ udah puluhan sms tiap hari dan dari situ banyak jenis orang yang serius dan ga. Dari pengalaman itu mulai tahu lah mana yang serius mana yang ga.

Tau dari bahasanya yah?

Iya tahu dari bahasanya

Ada ga mas orang tanya-tanya gitu..tapi sebelum beli dia mau lihat dulu?

O bisa tapi dia harus datang ke tempat saya. Kalo misalnya saya bolehin trus saya samperin. Tapi klo udah bahas masalah bisnis hal yang kaya ongkos itu harus dipikirin. Boleh lihat tapi ketempat saya. Rugi donk saya kalo misalnya saya samperin dia ternyata dia ga beli

Oh jadi boleh ya?

Boleh..boleh

Kira-kira mas sendiri, punya ga sih penilaian orang yang niat beli dan main-main

Punya..punya itu dari bahasa sms dia ke saya, kalo yang serius keliatan yang ga serius pun keliatan. Kalo yang serius karena saya didepan saya udah tegas..dia udah pasti to the poin..kaya misalnya..ongkos kirim berapa kesini saya minat dengan type hp ini..kirim ke bandung berapa gan? Kalo ada kesepakatan jadi saya tunggu dia transfer trus saya kirim.

Kalo lewat telepon?

Apalagi lewat telepn..itu biasanya yang serius..

Emang mulai jualan kapan sih mas..pas tahun 2007 apa udah sebelumnya pernah jualan..ampe punya criteria khusus pembeli?

Di Kaskus itu dari 2007 cuma dulu level iseng beli..bosen...jual..belum dalam skala besar.

Ada ga trik khusus dari mulai jualan di Kaskus?

Sebetulnya ga ada, klo saya triknya lebih ke arah...Menurut saya yang membangun kepercayaan dari waktu yang tidak mungkin sebentar saya jualan adalah service dalam artian insya allah apa yang diomongkan apa yang udah jadi kesepakatan itu saya tepatin jadi semua memang mau kirim pun jauh ke Kalimantan, dia rusak saya retur ganti baru.

Tapi itu jangka waktunya ?

Jangka waktunya 4 hari..y 4hari klo disana rusak saya ganti. Tapi saya minta dia kirim dulu walaupun di luar kota. Saya bayarin ongkos kirimnya. Kalo seumpama dari saya yang rusak saya retur. Kalo lain-lainya lebih kea rah jangkauan COD nya lebih jauh.. harus ontime trus apa namanya selalu memberi koordinasi kalo telat kalo apa selalu koordinasi

Kan misalnya orang di thread masukan jarang dibales. Ga takut orang berpikiran..”neh orang kok kaga di bales thread”

Emang ke pikiran..tapi orang yang ada dithread tuh orang iseng logika simpelnya..sama hal nya sama PM klo dia serius ngapain PM atau posting kalo

dia serius dia pasti SMS atau telepon. Kalo dia ga jelas pasti dia telepon saya juga bisa jelasin kelemahan produk dan kekuatan produknya. Kalo disms kan panjang jadi mendinga telepon. Kalo ada apapun kan ga mungkin komplain lewat pm, klo saya sih klo ada taraf serius lebih baik to the poin, janji trus cek barang.

Misalnya saya ga tau handphone android neh, saya minta mas tolong jelasin spesifikasinya

Klo saya sih simple...spek cari di google. Kan orang kaskus kritis yah. Jadi dia pasti cari dulu di google. Kalo ga jelas baru saya jelasin. Dan saya pikir orang yang belanja online maka status ekonominya pun memadai untuk mereka mencari spek di google. Pastinya klo COD saya jelasin se detail-setailnya. Emang saya bukan konsultan..tapi ya itu bagian dari service. Kalo COD ma telpon y mba.

Emang lebih prefer COD yah..dibanding rekber?

Sudah menggunakan rekber. Karena pengalaman dulu pake rekber kurang baik dan saya berpikir dengan perputaran barang tiap hari sangat sayang kalo saya nunggu rekber. Saya lebih prefer yang COD. Kalo rekber ke Kalimantan saya harus nunggu 2 hari uang baru sampe padahal barang udah loss.. nah harusnya kalo transfer kan saya bisa putar uang lagi. Lagian klo direkber kita udah kadang menemukan pembeli yang main-main. Kadang berapa kali saya pernah di Bali. Saya 3 kali pake rekber ada lecet dikit dia minta kurangi harga. Jadi dari sini prefer transfer kalo ada komplain balikin aja. Kalo seumpama saya hubungin rekber.. aduh ribet mba.

Takut ditipu juga donk mas?

Ditipu mah sering tapi belum sampe merugikan materiil yang banyak. Karena sistem proteksi yang tegas di depan. Sistem proteksi kalo harus uang masuk dulu. Kaya sekarang COD yang lagi marak terjadi adalah entah oknum polisi yang bla..bla..atau memang penipu trus pada akhirnya bawa teman banyak saya prefer cod ditempat rame. Saya punya teman jual barang bm ipad pas saya ketemu di JNE..pernah lagi pas BB dia apes. Ketemuan dia dibawa ke mobil..barang yang dia bawa diambil semua alasanya dia polisi.

Trus yang digebukin kaga lapor?

Karena dia juga ketakutan donk, dia kan udah salah jual barang PM. Kalo dia kenapa-kenapa ntar dia kena batunya.

Ih serem..banget..

Iya..mending saya ketemu orang COD an yang marah-maraha dari pada digebukin gitu. Hahaha..

Eh mas pernah nemuin orang yang marah-maraha?

Iya pernah, saya kirim barang trus dia komplain lecet. Saya ga pernah mau ribet orangnya. Kalo misalny dia marah-maraha karena barang lecet saya mah langsung retur. Kalo ga pake rekber..kirim balik deh klo ga memang saya kan memang

orangnya detail saya tahu barang yang saya jual, itu saya lumayan cinta dengan handphone yang mulus. Jadi ga ngasal bilang mulus..mulus..ini yang maksudnya apa yah..jujur tentang barang. Saya soalnya punya perhatian khusus mengenai barang yang saya jual. itu tadi jujur dan tegas di depan. Makanya hingga saat ini orang jarang yang komplain dan itu juga membuat saya bisa membangun kepercayaan pengguna kaskus yang melihat thread saya.

Perhatian khusus kan tadi ke barang..ada perhatian khusus ke pembeli ga mas?

Jadi gini mba kan sundul di kaskus itu kan 3x dalam sehari. Trik saya adalah klo lagi sudul ada yang tanya saya jawab itu kan jdi sundul juga. Itu trik saya..hahahaha...jadi memang kepentingannya bukan kepentingan jawab lebih ke arah nyundulnya. Ada orang kan ya..jawab di post sebenarnya cuma iseng tanya.

Berdasarkan pengalaman banget yah..klo yang tanya di post udah pasti iseng. Hahahaha.. nah sekarang nunu tanya neh. Tujuan dari awal jualan ampe sekarang apa sih?

Tujuan awal adalah iseng, dulu punya usaha ma teman sudah cut trus akhirnya sekarang cuma sebagai investornya saja sekarang ini udah lama menguntungkan satu pasar di kaskus masih terbuka lebar Negara Indonesia yang berkembang usia-usia rate masih baru dan masih awam tetapi sudah mulai mengerti dan beralih ke binis online. jadi peluang masih besar. Di kaskus saya perhatikan tidak ada yang bermodal gila. Taraf uang yang diputarnya skala besar. Ga nyetok tapi dia ambil barang dari orang lain. Ini ada tapi jarang masih sedikit. Bulan maret niat pinjem di bank. Barang dagangan bertambah lagi. Saya mulai partai android, bb..nanti setelah itu pengajuan kerja sama kaskus. Pengen sticky linknya kalo memang bisa saya udah prefer buka web sendiri. Sistem sudah mulai dibuat yang jelas satu pengalaman bisnis kalo masih bergantung itu tidak bagus. Mana kita tahu berapa tahun masih bertahan apa ga? Masalahnya kepentingannya jual beli karena kita berjualan kan berhubungan dengantren maka orang yang mampu bertahan di dalam berbisnis adalah orang-orang yang punya pijakann yang kuat berubah tren trus ambruk. Kan kita gat au kaskus bertahan apa ga apa nantinya bayar karena emang semua ujung-ujungnya mungkin komersial. Apa nantinya COD kena cost..

Ada ga kesulitan buat jualan di kaskus?

Kesulitan sih ga cuma memang saya sadarin memang kekurangan tenaga cuma memang karena dulu punya pengalaman buruk susah untuk percaya ma orang. Jadi kaya kurang tenaga kaya kurir tenaga kaya untuk suruk cek ricek barang ngambil barang kaya hal gitu kan bicara tentang uang. Orang itu pengalaman bisnis ada duit trus gelap mata. Nah makanya saya coba begini dulu yang penting ornag kan bisa percaya dengan upaya ky gt.

Upaya yang dilakukan mas untuk membangun kepercayaan dalam thread gimana?

Makanya kenapa thread di buat satu. Testi mungkin orang bisa buat. Cloning an kalo testi yang sebanyak gitu saya harus buat berapa id. Id nya beragam ga. Disitu

nya kaskus apa newbie atau apa..profilnya member sejak kapan saya banyak maen di forum apa. Enaknya thread saya sudah 125 halaman. Thread itu dibuka tanggal berapa dan sekarang sudah tanggal berapa. Total sudah orang lihat 250.000 orang.

Mas ngitungin orang yang beli ma mas?

Dalam dua tahun belakang sehari 8 orang.. senin sampai minggu. Tegas deh saya buat nge dealin orang. Misalnya sebelum 1 jam COD saya yang harus konfirmasi. Kalo ga ada kabar ya berarti orang ga serius. Yang sudah beli memang saya maintenance, tiap orang beli saya memberi tahu apa yang ada di hp itu. Saya jelasin klo dia tanya barang ini baru ga. Saya jelasin tuh ke orang yang beli barang saya. Barang baru dilihat dari sini nih.. gitu mba. Sejelas-jelasnya lah karena saya punya peranan sebagai penjual yang punya knowledge yang bagus mengenai produk. Kalo saya udah jelasin kan enak..kita bisa lebih akrab aja gitu layaknya teman ma relasi. Situasi yang saya tampilkan ke pembeli juga jangan kaku. Santai aja..jadi orang yang beli nyaman ke saya nya, nyantai.

Pengennya tujuan kedepannya gimana neh ma kaskus?

Pengennya sih ga ma kaskus juga kedepannya. Nyantai sebenarnya pengennya. Pengen punya kantor yang nyaman. Konsepnya juga tidak seperti toko. Pengennya kaya gini yang tempat nongkrong. Memang kan klo belanja online cek barang kan sulit. Makanya dibuat yang se cozy mungkin. Karena lebih mendominasi kepercayaan klo kita dalam belanja online. internet bedanya kalo konvensional orang jualan ngasih itungitungan seumpama ada yg rusak potong harga. Karena asumsinya dia udah cek barang makanya harga dikurangi. Nu, aku beli rokok dulu yah..

Ok deh..aku disini aja.

Mas, kita terusin lagi yah.. mas jadi donatur kaskus kan?

Iya jadi donatur sebulan 150 ribuan. Bentuk respek saya terhadap kaskus. Saya udah dapet banyak dari kaskus. Masa saya ga bisa ngasih ke kaskus. Segitu mah kecil menurut saya. Dari handphone yang saya jual banyak masa bagi sedikit aja ga mau. Kalo kaskus pun mau naikin tarif berani saya.

Ada ga kritikan dari moderator mas selama ini?

Pernah beberapa kali. Nah tadi makanya threadnya cuma 1. Saya di thread tidak menampilkan tipe handphonenya sementara konsumen searching itu langsung tipe. Itu kekurangannya. Tapi sekarang sih ga. Kelebihannya orang tuh ngeliat thread saya psati lihat dari kapan saya join di Kaskus. Saya juga terus update barang dagangannya. Asal mba tau yah, Karena peran penjual sebagai saya, Kaskus itu kan besar karena penjual. Orang yang semakin banyak tahu ttg internet semakin orang tidak mau ribet. Apa yah? Sistem belanja pergi ke mal lah. Melalui dirumah dia bisa berinternet kaskus sedikit banyaknya dia sampai situs porno sampai hasilnya berhasil ke situs komersil sukses ya penjual. Pembeli pada akhirnya minat yang tadinya tidak punya account di kaskus. Agar dapat bisa berkomunikasi dengan penjual. Makanya penjual itu besar. Kalo saya pribadi,

kesepakatan di depan, pebisnis, tidak ada MOU hitam atas putih yang dipegang kalo online hanya omongannya saja.

Nah, itu ada teorinya mas...hahahaha...

Sebenarnya kan mas tegas dan singkat gitu, aku sebagai newbie bingung aja gt kok bisa sesingkat dan bahasa itu?

Sebenarnya saya ingin menjaring konsumen yang serius karena kalo saya open saya pernah punya bb seharian ga berenti orang tanya-tanya. Pada akhirnya tidak efektif. Maksudnya dengan tingkat mobilitas saya yang tinggi dan masih banyak yang perlu dipikirm..gan ini gimana, harganya berapa, speknya apa saja. Karena emang gratis jadi trus ga efektif. Karena saya juga harus keluar. Itu juga kan bagian dari maintance. Klo ntar ada karyawan saya mau membatasi untuk respon itu.. karena saya yakin kok saya jualan barang bagus makanya saya percaya diri untuk berjualan di kaskus. Dengan thread seperti itu saya rasa bisa membangun kepercayaan para pengguna kaskus. Tanpa ada komplain yang berarti di thread, bahasa-bahasa yang digunakan juga para kaskuser puas dengan pelayanan saya walaupun di thread saya jarang ladeni. Saya sampe buat penelitian sendiri orang – orang dengan karakteristik yang sms ke saya. Daya olah hal tersebut dengan excel. Pak, bos, saya bikin..gan.. seperti penelitian dengan sampe yang banyak. Sudah hampir 4000 an orang.

Peluang yang banyak beli apa neh?

Mas, pak, bos...kalo gan lebih tinggi dari bro. yang serius adalah pak bos mas. Paling sering pak. Udah diteliti tuh nu. Makanya sering saya bilang bahwa konsumen biasanya punya karakteristik masing-masing yang penjual perlu pahami. Sperti yang nunu bilan harapan mengapa saya menulis thread seperti itu adalah supaya menjaring konsumen yang serius dan suasana yang tegas di depan. Karena saya punya keyakinan bahwa barang yang saya jual bagus, jujur, harga juga ok. Pesan yang disampaikan di thread juga cukup jelas. Banyak loh mba nunu yang memberi saya cendol sampai bata pun pernah. Inilah pesan-pesan non verbal yang membuat kepercayaan konsumen meningkat di saya. Apalagi saya udah rekomend seller. Masalah cendol ma bata sih biasa.

Trus memelihara kepercayaan bagi orang yang udah beli ke mas?

Misalnya ada orang yang beli kontinou baru saya maintance dengan benar. Tapi pasti saya pelihara. Itu sudah merupakan relasi saya. Saya punya relasi BTS-BTS yang selalu saya meintence. Kaya semacam barang yang dia butuhin saya harus siapin. Saya kasih info barang baru, harganya, kaya perusahaan itu bicara bisnis besar dan tidak rewel. Keperluan dia memang banyak. Misalnya dia butuh banget dulu malah dia impor kalo saya asli. Asli bukan barang BM. Itu lebih ke partai besar. Kalo yang biasa saya bales biasanya kalo udah biasa beli ma saya. Misalnya dia bilang saya sudah beli ke saya dulu. Itu saya bales. Yang partai besar itu always saya follow. Bisnis itu ada beberapa macam, bisnis kreatif harian. Itu orang yang hub saya ada butuhnya segera beli akhirnya dia ga butuh lagi y sudah klo ada masalah baru dia hubungin saya lagi. Beda ma kreatif yang alwas harus memaintance.

Nah, yakin banget ma barang yang dijual ok gimana tuh?

Ketemuan cek fisik cara ngecek handphone dikasih tahu trik-triknya saya kasih garansi 3 hari uang kembali full. Dirumah ada troublesaya ganti full diluar kota juga dikirim trus saya bayar full pokoknya sampai titik nol. Seumpama kirim ke saya 125 ribu. Itu udah termasuk ongkos kirim pas dia kirim saya tambahin 150 rb jadi sampai ke titik nol ga ada tuh ruginya. Buat saya juju rsebetulnya pola fikir gaya itu terpengaruh temen-temen Chinese soalnya. Saklek, to the poin, kebetulan temen-temen Chinese pemain besar jadi yang sudah berbisnis banyak. Jadi klo seumpama buat saya pribadi, saya sudah kasih seperti itu sudah cukup. Kalo masalah bisnis, saya masih dapat untung fine..

Itu kan klo mas ketemu orang, barang nya bagus neh..

Ga mendetail sih..di thread saya menampilkan foto apa yang difoto yang dijual. Jadikan orang mempelajari hal simple saya foto tiker warna apa sama ga makanya saya nampilin kardus-kardus banyak agar orang berfikir saya ada stok. Saya ga rewel kalo rusak ganti. Sudah lah itu buat biaya saya saya ga pusing-pusing itu rugi sudah saatnya saya rugi kan ketutup ma untung-untung lainnya. Barang yang rusak saya tumpuk, lambat laun udah banyak saya jual lagi dengan harga mahal. Tapi dengan keadaannya orang tahu keadaannya kan jujur. Bulan ini tinggi penjualannya sehari bisa sampai 10 lebih banyak yang kirim luar kota.

Luar kota paling jauh?

Papua.

Papua?? Serius?

Klo orang yang sudah jauh saya detail kalo ada apa2. Kalo ada apa2 ongkos kirim mahal 125 rb ongkos kirim aja. Sering banget ke papua.

Btw, pernah di kritik ma moderator?

Kritikan moderator, postingan banyak barang baru stok lama. Jadi double thread. Hahahaha..akhirnya di lock. Ga ngasih tau lagi lgsg nge lock. Kan ada peraturannya. Jadi sadar diri aja.

Menurut mas seberapa penting membangun kepercayaan padahan kan paling bis beli udah gitu aja..? nah, gmn tuh?

Penting banget kali, karena masalahnya arahnya disaat punya web sendiri hal ini perlu. Kalo ga dibangun mana dia bisa tau barang yang aku jual bagus. Kalo mereka percaya barang yang aku jual bagus maka mereka dapat dengan pasti bisa percaya aku. Karena yang beli ke aku tidak hanya member kaskus, tapi dari orang-ke orang. Bagi saya ga penting dia member kaskus apa ga yang penting lo beli ma gw.

Pernah ditipu ga?

Pernah aku ditipu dari cibinong ke sarinah. Udah jam sore jam 5 macet jauh-jauh juga ada keperluan lain..udah deal. Kaya kemaren sebelum puasa dari oberolan

temen ke temen ga jelas kenapa ga jadinya. Dia cek barang ga jelas aja ga jadinya. Barang ga sesuai thread? Saya udah bilang ky gini. Jadi dia bingung aja jawabnya. Kaya orang linglung gitu. Bingung mau jawab apa gitu. Saya sms aja, agak kasar smsnya. Dia ga sih ga ninggalin thread apa-apa. Saya taruh dikaskus nomor-nomor yang tidak ga bagus untuk penjual. Nantinya akan disimpan, jadi seumpama ada apa2 dia searching nomor di google pasti ada nama saya tuh. Saya ampe nyimpen neh di handphone kaya kampret,..brengek..hahaha dealneh malem 4 orang..ntar pagi ada aja yang hilang. Yah itu resiko bisnis online.

Rese juga yah...hahaha...eh ada yg rese juga ga dithread?

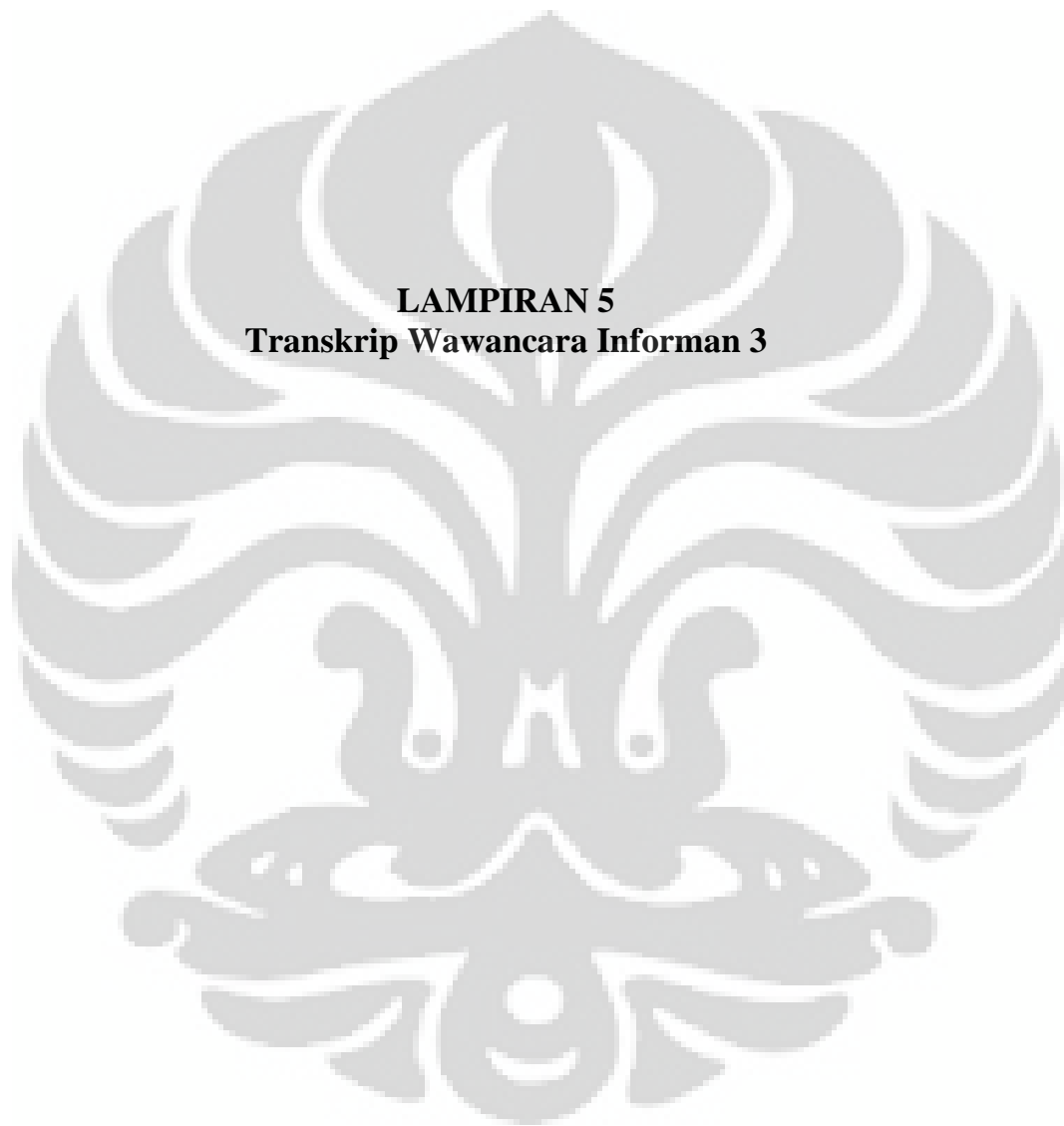
Ga peduli deh klo di thread..yang pasti ga ada yang komplain di saya. Klo di thread mah..ga penting langsung aja disms. Saya pasti tanggung jawab atas apa yang saya jual. dari awal saya kan ga menimbulkan masalah hahaaa..duka nya dikit lah. Keuntungan aja ampe sekarang sebulan 21 juta. Rata-rata transaksi 20 juta. Pokonya perhitungan saya pokoknya saya ga mau libur.

Udah coba bisnis yang lain selain kaskus ga?

Udah 2 bulan ini di toko bagus. Efektif bagus tapi memang dia lebih open market mereka lebih kebawah frekuensi pembelinya lebih sedikit nanya nya lebih banyak daripada belinya. Toko bagus memang g akaya kaskus. Orang kan liat sms tlp tanya lebih banyak tanya. Bedanya sih seumpama kaskus udah pada tahu lah thread fjb yang dikejar. Lounge nya jg dikejar.. toko bagus kan open di media massa, orang yang baru tahu internet mau nyoba internet. Nah orang yang awam itu banyak tanya. Ga dimanintence sih yang di toko bagus cuma pengen tahu aja. Dulu ada tuh forum ponsel cuma yang ngomongin masalah ponsel. Apalagi yah banyak deh tapi semua kalah ma kaskus. Makanya saya mainannya cuma di kaskus. Karena itu merupakan bisnis yang potensial untuk dikembangkan. Klo mba nunu tau saya juga mempelajari situasi-situasi dimana saya nyundul bagus. Hahaha

Gmana tuh mas?

Klo siang bis jam istirahat..ma malem..makanya saya tidur tengah malem. Pagi..sebelum kerja..jam pagi sampe jam 12 bagus. Klo ada lagi jam 5 an..sama malem deh. Klo jam segini sih ga begitu sibuk. Tengah bulan ma awal bulan banyak orang tanya..banyak orang beli.



LAMPIRAN 5
Transkrip Wawancara Informan 3

TRANSKRIP WAWANCARA

Informan B. 01 : ML

Hai, met siang

Hai,..siang juga..hahaha..jadi ngomongin apa neh

Kaskus lah...hahahaaa

Sok lah dimulai...

Sering maen di kaskus ga?

Wah, Kaskus mah rumah ke dua saya, pernah juga tuh belanja di FJB kaskus ..Bajunya bagus mba? Kaos official kayanya. Mahal tuh..

Iya neh dikasih sama moderatornya.

Wah, kayanya moderatornya nge fans ma mba..hahahaha.. mahal loh..itu bajunya..

Saya mau tanya tentang penjual di forum jual beli Kaskus, mas..

Oo penjual, menurut saya adalah aset besar dalam kaskus. Tanpa penjual, kaskus bukan apa-apa mba. Dan alhamdulillah selama saya bertransaksi, saya bertemu penjual yang orangnya asik, produk yang dijual juga menyakinkan dan pastinya dapat di percaya. Karena orang awam ngertinya Kaskus itu situs jualan. Dulu tuh bukan jualan, dulu jualan tuh sebagai pelengkap. Malah sekarang jadi 50% di forum, 50% lagi di forum jual belinya.

Wah, mas tahu banyak neh? Udah lama juga yah merhatiin kaskus?

Maen sih 2005, jaman-jaman BB 17. Jaman sukma ayu ma bjah. Dulu beredar foto syur nya di Kaskus. Sekarang kan udah ga ada, jadi saya baru aktif banget itu 2007. Jadi sekarang udah punya id sepuh.

Kenapa pilih kaskus mas? Ga forum lain?

Klo untuk beli barang kaskus tuh pilihannya banyak. Lebih efisien, dari pada ke toko buang-buang waktu. Harga kaskus lah klo bisa nawar hahahaha...sekarang kan enak, transfer trus barang dikirim.

Id itu digunakan buat apa aja mas?

Banyak sih, mba, saya suka baca-baca forum..forum apa aja. Saya lebih sering bacaanya. Tapi pernah juga beli. Tapi ga sering. Saya kalo baca banyak sih ya..dari forum satu ke forum yang lain. Dari the lounge, KSP, surat pembaca. Dari baca gitu, jujur saya jadi menambah pengetahuan, dari ga tau tentang sesuatu jadi akhirnya tahu. Banyak ilmunya deh di Kaskus.

Biasanya buka kaskus dimana mas?

Di PC saya, malem, pagi, sore, wah..kapan aja deh se mood saya. Tapi klo lagi deal masalah harga, lagi beli barang saya suka cek PM lewat handphone.

Nah, saya mau tanya neh mas, mengenai forum jual beli kamera. Dulu sempet beli kamera kan mas?

Iya sempet, kamera poket sih. Itu pas 2010. Dulu pas cari kamera, langsung cari di forum khusus kamera. Muter-muter akhirnya dapet kamera yang saya mau. Nah, harga bagus, garansi OK lagi. Itu Elyudien deh id nya, saya masih inget soalnya threadnya saya control D, saya bookmark.

Emang mas pernah compare?

Saya pernah compare barang, tapi ga dikaskus doank yah kompare harganya. Saya kompare harga mah dimana-mana, karena saya mau dapet harga murah, tapi barang bagus, garansinya juga harus jelas.

Dan saya lihat dengan seksama, memang Elyudien paling murah, mba. Saya juga liat testimonial nya..menyakinkan lah.

Mas milih dia juga karena testimonial kah?

Ga juga, saya lihat kebutuhan saya dulu, lihat gambar produknya. Baru hal lain..kaya testimoni, profil dan sebagainya..saya memang lebih suka nyari by page by page. Kira-kira menarik saya bookmark.

Pas mas ma elyudien langsung yakin?

Ga juga mba, kan saya dalemin dulu. Saya baca-baca dulu. Ga langsung saya yakin dengan penjual itu.

Yang saya lihat di thread Elyudien itu memang lengkap. Dibanding lapak lain.

Tadi yang mas cari page per page, banyak donk yang di bookmark?

Ga juga, hanya beberapa, yang menarik aja yang saya bookmark. Dan hanya thread yang menurut feeling saya bisa dipercaya. Kepercayaan itu penting kali, mba. Jangan sampai saya kena penipuan. Banyak loh sekarang yang jual tapi nipu.

Dulu pas beli di Elyudien itu, COD atau kirim?

COD sih mba, itu menghindari penipuan juga. Tapi saya pengen kirim pada saat itu. Biar cepet. Cuma bayar 6000 plus asuransi.

Menghubungi Elyudien by sms or telponn?

Dulu saya hubungin Elyudien lewat YM untuk deal harga, SMS buat janjiin, Telepon untuk menayakan warna dan kesemua itu direspon dengan cepat. Respon yang cepet juga saya rasain waktu saya tanya tentang kamera yang akan saya beli baik itu kelemahan dan kekuataannya apa. Trus yang rekomen apa. Saya tanya mendetail. Tapi yah, pihak Elyudien menjawab tuh. Saya termasuk pembeli bawel

soalnya. Saya tanya dengan budget saya segini, saya dapet apa, itu responnya cepet banget..

Mas tanya-tanya dulu donk yah?

Iya..saya tanya apa juga direspon cepet. Dan dia memang mengklasifikasi annya memang lewat harga. Saya kan awalnya liat thread, dan memang benar harga jauh lebih murah dibanding toko-toko lain. Sesuai lah yang di thread. Dan respon juga cepet.

Dulu saya sempet ditelpon, sampe kaget, karena saya masih bingung masalah warna. Baik banget. Sampe masalah warna aja di telpon jarang seller kaya gitu paling sms, itu juga kan butuh tenaga dan uang buat telpon saya.

Yang saya suka adalah Elyudien tahu banget masalah produk. Jadi saya yakin juga barang yang saya beli bagus. Saya juga sempet membandingkan produk dan tanya pendapat Elyudien, responnya baik. Dibandingin bener-bener dari klasifikasi produk, ga ngasal, ga cuma harga, dan yang saya suka adalah dia ga milih kamera mahal. Buat saya, dia memberi saran harga murah tapi barang OK. Spek hampir sama, dan dia menyarankan untuk mengambil kamera yang saya beli. Menurut saya saran seperti itu memang dibutuhkan untuk orang awam dan sangat membantu. Tapi ya..si elyudien tidak mengarahkan kita beli apa. Semua kembali lagi disesuaikan dengan kebutuhan barang yang mau kita beli.

Yang terpenting pas mas lyat thread itu apa sih?

Yang terpenting jika liat thread sih Gambar, sesuai ga ma yang saya cari. Dan yang penting lagi harga. Testimoninya apa aja, saya klik profilnya ternyata dia juga udah lama di forum kamera. Ya dari sini sudah mulai sedikit demi sedikit percayanya. Yang saya perhatiin waktu itu, keanggotaan Elyudien yang telah lama bergabung dalam FJB, testimonial menyakinkan. Kalo tanpa testimoni kayanya ragu deh.

Dalam testimoninya, banyak yang gambar-gambar ngasih rekomen seller, best seller kan ada icon-iconnya tuh. Membantu banget tuh biar supaya tambah yakin dan percaya ma Elyudien. Thread udah lama berdiri, testimonial banyak. Dan rata-rata yang ngasih testimonial itu bukan newbie. Klo newbie bisa aja cloningan. Klo penjual newbie biasanya baru bergabung.

Barang murah jauh dibawah pasaran biar dipercaya tapi barang bagus ga.. tapi tergantung juga sih..servicenya. sekarang klo kita ga percaya barang itu bagus, kita pake rekber. tapi klo elyudien ga nerima rekber, terlihat bahwa dia aja yakin dengan barang yang ia jual. tanpa rekber-rekberan. Kita juga yang beli jangan juga tergiur dengan barang murah. Rekber kan dipake klo kita gay akin barang yang dijual penjual. Si Elyudien ga mau, karena barang yang ia jual jujur bagusnya. Menurut saya itu terbukti, saya beli barang bagus ke dia, ga ada komplain sampe hari ini.

Image yang ditampilkan oleh Elyudien kepada mas, apa sih?

Respon bagus, penjelasan produk OK, dan harganya yang menjadi faktor utama. Belum ada komplain saya kepada dia. Garansi resmi. Itu penting banget garansi, secara kita belanja online.

Kalo saya beli barang pertama saya lihat threadnya. Saya cari speknya, saya kompare deh di google. Yakinnnya si Elyudien itu punya image yang menguasai produk banget bukan kaya yang ditoko yah..tapi dia memang punya pengetahuan lebih masalah perkameraan. Terlihat banget pas saya YM, SMS, tanya produk dengan cepet dia respon. Pengetahuan produk yang mantap dan sudah teruji kayanya.

Keliatan dari bahasa dia menguasai banget yang namanya daleman kamera. Dia berani banget untuk ngasih garansi klo ada apa-apa ganti baru. Selama tiga hari. Jam berapa pun saya lihat ditherad, dia respon sms. Saya tanya apapun juga bahasanya mudah dimengerti.

Nah, karena online itu yang dibutuhkan kepercayaan yang besaaar. Kepercayaan itu penting. Dan respon Elyudien yang saya rasakan, pada saat itu saya hanya bertanya mengenai kamera SLR, ternyata responnya sama cepatnya pada saat kita membeli. Padahal saat itu saya hanya tanya aja, ga mau beli. Nah ini yang ngebuat saya percaya. Dia gamblang, welcome, tanya apa aja dijawab.

Emang biasanya seller kaskus ga gitu mas?

Saya udah lama kan dikaskus, ada yang jawab ngasal, lebih mementingkan menjual produk mahal. Ada yang kadang-kadang ngejar-ngejar pembeli.

Kalo di Elyudien, kita mau beli atau ga ya gapapa. Cuma tanya juga silahkan. Dia itu lebih mengutamakan service sebagai penjual. Dan Elyudien tuh welcome banget kayanya ma siapa aja, di thread tuh terlihat banget dia selalu memelihara kepercayaan pelanggannya.

Oo gt..pengen jualan juga ga mas?

Untuk sekarang sih belum, mungkin ntar nyoba deh..hahaha...

Hahhaa...sip..sip

Trus apa lagi neh?

Alhamdulillah kayanya udah cukup ntar klo misalnya ada yang kurang saya hubungi mas deh..

Ok..hubungin aja deh.. take care..saya ada janji yang lain soalnya..

Ok, mas..thanks yah..

Sipp..





LAMPIRAN 6
Transkrip Wawancara Informan 4

TRANSKRIP WAWANCARA

Informan B. 02 : MM

Siang mas

Siang mba

Mas mau tanya soal Kaskus nih.

Ok. Silahkan. Forum jual beli kan?

Iyah FJB nya, Mas sering belanja di Kaskus ga?

Beberapa kali sih mba pernah,

Kenapa pilih kaskus?

Ya karena saya tahu dari teman-teman saya kaskus adalah web terbesar di Indonesia. Mungkin sekarang udah cape kali cari-cari di toko. Udah gitu belum tentu saya dapat barang yang saya mau. Buang-buang waktu. Jadi mendingan di Kaskus. Tinggal searching, dapet barang, lyat threadnya dapat dipercaya apa ga, trus janji deh. Klo di kaskus saya lebih cari yang prefer COD dibanding kirim barang,

Masih newbie y mas?

Iya mba, saya punya id memang untuk lihat-lihat barang klo ada yang menarik y saya beli klo gay a ga. Tapi kebanyakan cari barang disaat saya butuh sesuatu. Punya id kan biar bisa tanya-tanya ma penjual.

Misalny masa

Waktu itu saya kehilangan hp, nah trus saya kan mencoba untuk mencari kaskus. Mtuter-muter nyari sony ericson dengan tipe yang sama dengan handphone saya yang hilang.

Dan ternyata di Kaskus, ada barang yang mungkin di toko ga ada tetapi di Kaskus ada. Produk yang saya dapat saat itu adalah "Barang Baru Stok Lama". Pada saat saya mencari, saya masih newbie. Nah thread itu, jarang sekali saya temui. Saya juga kurang percaya, kok ada barang baru tapi stok lama. Kan aneh. Tapi setelah saya ketemu dan beli handphone di situ, ternyata jujur yang jual.

Klo masih newbie..cara mas untuk mencari barang seperti apa?

Saya cari-cari sendiri, thread ke thread, dari page ke page.

Berapa lama mas?

Ga lama sih dulu sih pas page 10 sudah dapet thread itu. Idnya saya masih inget Kardonce deh klo ga salah.

Dulu memang hanya mencari yah? Belum kenal ma Kardonce? Apa dikenalin temen gitu?

Belum kenal lah, dulu emang nekat-nekat aja. COD an aja ma Kardonce.

Dulu cari apa mas?

Sony Ericcson K800i, itu harganya 850 rb apa 875 rb gitu. Murahlah dibanding saya cari seken. Goal competence

Kok mas yakin sih ma kardonce

Ya karena saya lihat dithreadnya dia, dia itu lebih prepare CODan.

Mas cuma lyat hanya dia prefer COD aja?

Prefer COD sama stock barang. Trus di dia banyak yang beli deh. Memang saya lebih suka COD an dalam mencari barang. Itu mengurangi ketipu, mba. Liat-liat testimonialnya dan ternyata tuh ada banyak testi yang beli ma dia. Pengakuan yang beli sama dia. Trus juga..emang kayanya produk menyakinkan. Goal competence

Pas saya COD juga dia ontime, saya telat, dia juga menunggu. Self competence

Kenapa ga rekber juga mas? Kan mengurangi penipuan.

Sampe saat ini belum pernah Rekber. Karena saya juga memikirkan jarak barang yang dijual.

Mas langsung percaya sih mas ma Kardonce?

Percaya sih belum 100%, ragu sih ada. Kok ada barang lama stok baru. Tapi memang saya liat fotonya memang ada, saat saya telpon orangnya angkat telpon. Respon cepat sih, sesuai yang dibilang di thread. Dan satu lagi, dia tegas tanpa nawar-nawar. Role competence

Saya langsung liat merk sony erricson sih.. liat tipenya..eh kebetulan ada. Dia tuh ngelompokin barangnya menurut merk. Lebih mudah aja si..liatnya. interpretive competence

Waktu itu saya serius kan yah..jadi sms dulu..pas janji di telpon ma dia. Ya mungkin dia nilai saya serius karena saya sms dia kali yah..makanya dia respon. Yang nanya di thread mah..jarang saya liat di respon. interpretive competence

Ga pengen nawar yah?

Pengen sih nawar, tapi memang jelas kondisinya perlu handphone. Logikanya gini, dengan harga segitu saya dapat di ITC barang seken, sedangkan di Kardonce dapat barang baru. Goal competence

Percaya itu barang baru dari mana mas?

Kan COD, dari COD kita dapat melihat fisik barang itu baru atau tidak. Mungkin kalo kirim rekening y agak-agak ragu. Fisik barang memang penting sih. Karena di thread kan cuma foto doank. Tapi alhamdulillah setelah saya beli, saya percaya barang itu baru. Goal competence

Spesifikasi produknya ga dijelaskan secara jelas ma Kardonce. Kan saya udah tau, lagian dia bukan tipe penjual yang ngejelasin speknya. Yang ngebuat saya percaya dia jelasin barang baru dari handphone timer masih nol. Itu aja. Role Competence

Dulu mas cari barang, memang tahu spesifikasi produknya ya?

Ya saya tahu. Karena saya pecinta Sony Ericson. Saya sudah mengerti speknya. Lagian kalo emang ga ada spek di thread kan bisa cari di google. Yang penting itu klo dithread ada tipe barang dan harga plus foto original dari barang tersebut. Spek mah ga terlalu penting pada saat itu, yang penting pada saat itu, yakin ga nih orang jual. trus liat testimoni, icon-icon yang saya perhatiin kaya rekomen seller rata-rata barang yang dikirim sampe. Karena waktu itu saya minta kirim. Nonverbal competence

Kalo mulus bilang mulus, klo ada yang lecet kasih tahu donk. Dan yang saya baca dithread dia, waktu itu, dia kalo mulus bilang mulus..jujur lah. Self competence

Tapi penjual ngejelasin lagi ga speknya waktu COD an?

Semua dijelaskan pada saat COD, kelengkapan dari barang yang kita beli trus spesifikasi barang walaupun singkat. Trus juga bukti barang itu baru, garansinya semuanya dijelaskan pas COD. Jadi di telpon ma sms, cuma buat deal aja. Yang ngebuat saya percaya juga adalah boks handphonenya masih ada, plastik di LCD juga masih ada. Charger masih terlihat baik. Verbal Message competence

Berarti bener donk yah dithread?

Bener banget yang ada dithread, tegas banget tapi sesuai ma thread. Belum tentu kalo di seller lain kaya gitu. Di Kaskus sih banyak seller yang kaya Kardonce. Tapi belum tentu tuh stocknya ada. Mungkin harga dibawah Kardonce, tapi barang belum jelas ada. Buat apa?. Goal competence

Ada juga saya temui, hampir COD an, kendalanya adalah sepertinya dia susah untuk mengeluarkan barang. Dia mirip dengan Kardonce, barang lama stock baru. Dia berkelewat sehingga saya berpikir, bahwa barang susah keluar dari gudang. Saya ragu, tapi ragu karena dia berkelewat itu. Dia minta kasih waktu dua hari. Saya tunggu tuh dua hari. Setelah dua hari, saya konfirmasi ke dia untuk janji barang. Dia balas dengan ada kesulitan untuk mengeluarkan barang dari gudang. Nah, padahal dithread ready stock. Goal competence

Mas, ada alasan khusus selain itu ga kenapa pilih barang di kardonce?

Pertama saya prefer COD, ready stock, respon cepat mungkin memang tegas di thread tapi klo udah ketemu ya orang nya welcome, ngejelasinnya gamlang. Dengan performa seperti itu, hingga saat ini saya udah 4x transaksi ma dia.

Karena orangnya simple ga ribet. Barang bermaslah tinggal telpon. Mana ada sih, barang stok lama trus baru juga digaransi ok juga lagi.. barang jelas ada dan bukan barang mimpi. Garansinya ok selama 3 hari..kalo lebih ya..konfirmasi aja. Relational competence

Berarti yang dibilang di thread sma dengan kenyataannya?

100% saya bilang sama, apa yang disampaikan di thread, dengan kenyataan sama. Kejelasan dan ketegasan yang tersirat dalam thread membuat saya percaya. Mungkin saya bilang, tegas itu untuk menjaring konsumen yang serius beli. Dari pada seller yang manis-manis tapi barang ga Ok, ngapain percaya juga. Mending liat yang tegas. Saya pernah ngobrol ma dia. Foto penting banget untuk menyakinkan kita dalam membeli barang. Self competence

Menurut mas, setelah 4x beli, pengen punya kedekatan khusus sebagai relasi kerja ma Kardonce ga?

Kayanya ga mba, selama ini cum sekedar penjual ma pembeli aja. Selama ini dia saya percaya. Dari sekian hp yang saya beli ke dia ga ada yang bermasalah. Makanya dia mempunyai image positif di mata saya. Belum pernah saya komplain. Memang ia seperti pedagang pada umumnya. Yang saya suka to the poin. Garansi pribadi, setelah lebih dari sekali beli. Kardonce memberi saya garansi lebih, seminggu kalo ga salah. Self competence

Harapan mas dengan seller di Kaskus?

Jujur. Yang saya tangkep dari transaksi dengan kardonce. Punya kompetensi dan barang yang dijual sesuai di thread. Self competence

Menurut saya seller punya nilai jual jika dia prefer COD karena dia berani menunjukkan barang yang dia jual dan dicek bareng-bareng. Kondisi barang harus ditampilkan. Goal competence

iya juga sih mas..harus berani tuh penjual ngecek barang bareng-bareng.

Itu yang saya cari..berarti dia jujur donk.. itu yang saya cari.

mmm...saya juga cari yang gitu sih..

penting itu mba..

yup..penting mas..

mba nunu, masih ada lagi kah? Udah mau hujan neh..

o ya..udah deh..ntar kalo kurang aku hubungin yah...