



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Denis Julian
44312120070

Komunikasi Antar Pribadi Orang Tua Dan Anak Dalam Perilaku Belanja Online
Di E-Commerce

(Studi Kasus Perumahan Wahana Pondok Ungu Babelan RT10/RW18)

Jumlah Halaman : xi + 105 Halaman + 3 Gambar

Bibliografi : 26 Acuan, Tahun 2001 – 2019

ABSTRAK

Survei terbaru lembaga riset snapcart di januari 2018 mengungkapkan bahwa generasi milenial dan generasi Z usia (15-34 tahun) menjadi pembelanja terbanyak di bidang E-Commerce mencapai sekitar 80%. Dalam rangka menanggulangi perilaku konsumtif. Salah satu bimbingan yang paling mendasar adalah dengan cara komunikasi antar pribadi orang tua dengan anak.

Komunikasi antarpribadi yang efektif berdasarkan humanistic model dan pragmatic model. Lima Efektivitas komunikasi interpersonal yaitu: keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*). Pola komunikasi orangtua dapat diidentifikasi menjadi 3, yaitu: Membebaskan (*Permissive*), Otoriter (*Authoritarian*), Demokrasi (*Democracy*), Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

Paradigma Postpositivisme dengan metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara kepada responden dan teknik pengumpulan data skunder dengan cara Observasi non partisipan, dan penelitian ini dilakukan di Perumahan Wahana Pondok Ungu RT?RW 010/018 dalam wilayah Kabupaten Bekasi.

Hasil dari penelitian ini diperoleh melalui analisis dari rekap hasil wawancara mendalam dengan setiap informan. Dapat di sederhanakan bahwa pola komunikasi yang digunakan para orang tua kepada anak dalam perilaku belanja online di e-commerce yaitu Pola komunikasi antarpribadi Bapak kepada anak menerapkan pola komunikasi permisif sedangkan Ibu menerapkan pola komunikasi demokrasi. Terdapat efektivitas komunikasi interpersonal orang tua dan anak dengan adanya sikap keterbukaan, rasa empaty, dukungan dan rasa positif antara orang tua dan anak. Adanya faktor – faktor yang mempengaruhi anak dalam keputusan pembelian di e-commerce.

Kata kunci : *Perilaku Konsumen, E-commerce, Pola Komunikasi*



Mercu Buana University
Faculty of Communication
Field of Study in Advertising & Marketing Communication
Denis Julian
44312120070

Interpersonal Communication Parents And Children In Online Shopping Behavior
In E-Commerce
(Case Study of Wahana Pondok Ungu Babelan RT10 / RW18 Housing Case)
Number of Pages: xi + 105 pages + 3 images
Bibliography: 26 References, 2001 - 2019

ABSTRACT

A recent survey of snapcart research institutes in January 2018 revealed that millennial generation and generation Z age (15-34 years) were the biggest shoppers in the E-Commerce sector reaching around 80%. In order to cope with consumptive behavior, one of the most basic guidance is interpersonal communication between parents and children.

Effective interpersonal communication is based on humanistic models and pragmatic models. The effectiveness of interpersonal communication, namely: openness, empathy, supportiveness, positive attitude, and equality. Parental communication patterns can be identified into 3, namely: Permissive, Democracy, Authoritarian. Factors that influence consumer behavior are cultural, social, personal, and psychological factors.

The Postpositivism paradigm with the method used in this study is descriptive qualitative data collection techniques by interviewing respondents and secondary data collection techniques by non-participant observation, and this research was conducted at Wahana Pondok Ungu Housing RT/RW 010/018 in the Regency area Bekasi.

The results of this study were obtained through analysis of the recap of the results of in-depth interviews with each informant. It can be simplified that the communication patterns used by parents to children in online shopping behavior in e-commerce are the interpersonal communication patterns father to children applies permissive communication patterns while Mother applies democratic communication patterns. There is the effectiveness of parent and child interpersonal communication with openness, empathy, support and positive feelings between parents and children. There are factors that influence children in purchasing decisions in e-commerce.

Keywords: Consumer Behavior, E-commerce, Communication Patterns