

**Motif Pengakses E Commerce Shopee di Pulau Jawa dalam Memanfaatkan
Shopee sebagai Media Belanja Online**



Oleh:

Prayson Solavide Panjaitan

NRP:1423022013

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2026**

SKRIPSI

**Motif Pengakses E Commerce Shopee di Pulau Jawa dalam Memanfaatkan
Shopee sebagai Media Belanja Online**



Oleh:

Prayson Solavide Panjaitan

NRP:1423022013

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2026

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Prayson Solavide Panjaitan

NRP : 1423022013

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**“Motif Pengakses E Commerce Shopee di Pulau Jawa dalam Memanfaatkan
Shopee sebagai Media Belanja Online”**

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 11 Mei 2026

Peneliti,



Prayson Solavide Panjaitan

NRP: 1423022013

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**“Motif Pengakses E Commerce Shopee di Pulau Jawa dalam
Memanfaatkan Shopee sebagai Media Belanja Online”**

Oleh:

Prayson Solavide Panjaitan

NRP. 1423022013

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Putra Aditya Lapalelo, *S.I.Kom., M.Med.Kom.*

NIDN. 0731039501

Pembimbing II : Theresia Intan Putri Hartiana., *S.Sos., M.I.Kom* ()

NIDN. 0725058704

Surabaya, 11 Mei 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada: Senin, 11 Mei 2026

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi,
Dekan,



Dr. Finsensius Yuli Purnama S.Sos, M.Med.Kom
NIDN. 0719078401

Dewan Penguji:

1. Ketua : Brigitta Revia Sandy Fista., S.I.Kom., M.Med.Kom ()
NIDN. 0715108903
2. Sekertaris : Putra Aditya Lapalelo., S.I.Kom., M.Med.Kom ()
NIDN. 0731039501
3. Anggota : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom ()
NIDN. 0707078607
4. Anggota : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom ()
NIDN. 0725058705

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas
Katolik Widya Mandala Surabaya.

Nama : Prayson Solavide Panjaitan

NRP : 1423022013

Menyetujui Skripsi/karya ilmiah saya

**Judul : “Motif Pengakses E Commerce Shopee di Pulau Jawa dalam
Memanfaatkan Shopee Sebagai Media Belanja Online”**

Untuk dipublikasi / ditampilkan di Internet atau media lain (Digital Library
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik
sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta yang berlaku.

Dengan demikian surat pernyataan SETUJU publikasi Karya Ilmiah ini saya buat
dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 Mei 2026

Peneliti,



Prayson Solavide Panjaitan


NRP. 1423022013

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, peneliti mempersembahkan karya sederhana ini kepada kedua orang tua tercinta yang telah memberikan cinta, doa, dan dukungan tanpa henti, yang menjadi sumber kekuatan dan motivasi dalam setiap langkah hidup. Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada keluarga tersayang yang selalu memberikan semangat dan kasih sayang, para dosen pembimbing yang dengan tulus membimbing dan memberikan ilmu selama proses penelitian ini, sahabat dan teman seperjuangan yang senantiasa mendukung serta memberikan kebersamaan yang berarti, dan almamater tercinta yang telah menjadi tempat belajar dan berkembang. Semoga skripsi ini dapat menjadi wujud nyata dari usaha peneliti dan membawa manfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 11 Mei 2026

Peneliti,



Prayson Solavide Panjaitan

NRP. 1423022013

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kasih, dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Motif Pengakses E Commerce Shopee di Pulau Jawa dalam Memanfaatkan Shopee Sebagai Media Belanja Online*. Ini Sebagai Salah Satu Syarat Untuk menyelesaikan program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Skripsi ini disusun dengan harapan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang komunikasi. Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa pencapaian ini tidak akan mungkin terwujud tanpa bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan penyertaan-Nya sehingga peneliti diberi kesehatan, kekuatan, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua dan keluarga besar yang selalu memberikan dukungan moral, finansial serta doa yang tidak pernah putus, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, terima kasih banyak karena telah selalu merayakan dan memperjuangkan segala lebih dan kurangnya peneliti.
3. Putra Aditya Lapalelo S.I.Kom., M.Med Kom., Selaku dosen pembimbing pertama yang membantu peneliti dalam memperdalam perspektif, mempertajam fenomena serta teori. Terima kasih banyak atas bantuan tenaga, pikiran, dan waktunya untuk bimbingan yang diberikan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom. Selaku dosen pembimbing kedua yang telah menyempurnakan skripsi peneliti sehingga dapat terselesaikan dan menjadi skripsi terbaik versi peneliti. Terima kasih banyak atas bantuan tenaga, pikiran, dan waktunya untuk bimbingan yang diberikan kepada peneliti.

5. Keluarga dan teman-teman tersayang, yang telah memberikan dukungan moral, motivasi, serta kebersamaan yang berarti.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan terdapat kekurangan yang mungkin terjadi, baik dari segi isi maupun teknis penulisan. Oleh karena itu, peneliti dengan terbuka menerima saran dan kritik yang membangun demi perbaikan dan pengembangan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta pihak-pihak yang berkepentingan, dan menjadi kontribusi kecil peneliti untuk perkembangan ilmu pengetahuan. Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak atas segala dukungan dan doa yang telah diberikan. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan rahmat dan berkah-Nya kepada kita semua.

Surabaya, 11 Mei 2026



Prayson Solavide Panjaitan
NRP. 1423022013

ABSTRAK

Penelitian ini ingin melihat bagaimana Motif Pengakses E Commerce Shopee di Pulau Jawa dalam Memanfaatkan Shopee sebagai Media Belanja Online. Penelitian ini dilakukan dengan mempertimbangkan interaksi pengguna di aplikasi shopee bahwa pengguna saat mengonsumsi media, merasa bahwa media tersebut mampu memenuhi kebutuhan atau keinginan tertentu dalam hidup mereka. Menggunakan metode penelitian Kuantitatif Survey, dengan variable motif, peneliti ingin melihat bagaimana motif pengguna aplikasi shopee saat memanfaatkan aplikasi shopee untuk belanja online. Hasilnya urutan motif penggunaan Shopee dimulai dari yang paling dominan hingga yang terendah adalah motif identitas pribadi, diikuti oleh hiburan, kemudian informasi dan pengetahuan, serta yang terakhir adalah motif interaksi sosial.

Kata Kunci: Motif; E-Commerce; Shopee; Survey; Pulau Jawa

ABSTRACT

This study aims to examine the motivations of Shopee e-commerce users on the island of Java in utilizing Shopee as an online shopping platform. The study was conducted by analyzing user interactions on the Shopee app, based on the premise that when users engage with a platform, they perceive it as capable of fulfilling specific needs or desires in their lives. Using a quantitative survey method with motivation as the independent variable, the researcher sought to identify the motivations of Shopee app users when using the platform for online shopping. The results show that the order of Shopee usage motives, from the most dominant to the least dominant, is personal identity, followed by entertainment, then information and knowledge, and finally social interaction.

Keywords: Motives; E-commerce; Shopee; Survey; Java Island

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	9
I.3 Tujuan Penelitian.....	9
I.4 Batasan Masalah	9
I.4.1 Objek Penelitian	9
I.4.2 Subjek Penelitian.....	9
I.4.3 Kajian Penelitian	10
I.5 Manfaat Penelitian.....	10
I.5.1 Manfaat Akademis	10

I.5.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
II.1 Penelitian Terdahulu.....	11
II.2 Kerangka Teori	20
II.2.1. Teori Uses and Gratification.....	20
II.2.2 Perilaku Konsumen	21
II.2.3 Komunikasi Pemasaran	25
II.2.4 Nisbah Antar Konsep	26
II.4 Bagan Kerangka Konseptual	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	29
III.2. Metode Penelitian	29
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian.....	29
III.4 Definisi Konseptual.....	30
III.5 Definisi Operasional	30
III.6 Populasi dan Sampel.....	34
III.6.1 Populasi	34
III.6.2 Sampel	34
III.7 Teknik Penarikan Sampel.....	35
III.8 Teknik Pengumpulan Data	36
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas	36
III.10 Teknik Analisis Data	37
III.11 Interval Skala	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
IV. 1 Gambaran Subjek Penelitian.....	39
IV. 2 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
IV. 3 Temuan Data dan Pembahasan.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
V.1 Kesimpulan	101
V.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Perbandingan Fitur E-Commerce di Indonesia.....	3
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel III. 1 Definisi operasional	31
Tabel III. 2 Skala Pengukuran.....	36
Tabel III. 3 Interval skala	38
Tabel IV. 1 Hasil Uji Validitas	44
Tabel IV. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel IV. 3 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel IV. 4 Identitas Responden Berdasarkan Asal Provinsi	48
Tabel IV. 5 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel IV. 6 Identitas Responden Berdasarkan Apakah anda Mengakses Shopee untuk berbelanja Online?	50
Tabel IV. 7 Identitas Responden Berdasarkan Berapa kali anda Mengakses Shopee untuk berbelanja Online?.....	50
Tabel IV. 8 Identitas Responden Berdasarkan Sejak kapan menggunakan Shopee?	51
Tabel IV. 9 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Shopee	51
Tabel IV. 10 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian di Shopee	52
Tabel IV. 11 Motif Informasi dan Pengetahuan.....	53
Tabel IV. 12 Motif Hiburan	57
Tabel IV. 13 Motif Interaksi Sosial.....	61

Tabel IV. 14 Motif Identitas Pribadi	65
Tabel IV. 15 Motif Pengakses E-Commerce di Pulau Jawa dalam Memanfaatkan Shopee sebagai Media Belanja Online.....	70
Tabel IV. 16 Tabulasi Silang Usia dengan Motif Informasi dan Pengetahuan.....	71
Tabel IV. 17 Tabulasi Silang Asal Provinsi dengan Motif Informasi dan Pengetahuan	73
Tabel IV. 18 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Motif Informasi dan Pengetahuan	74
Tabel IV. 19 Tabulasi Silang Apakah anda Mengakses Shopee untuk berbelanja Online? dengan Motif Informasi dan Pengetahuan.....	75
Tabel IV. 20 Tabulasi Silang Berapa kali anda Mengakses Shopee untuk berbelanja Online? dengan Motif Informasi dan Pengetahuan	75
Tabel IV. 21 Tabulasi Silang Sejak kapan menggunakan Shopee? dengan Motif Informasi dan Pengetahuan	76
Tabel IV. 22 Tabulasi Silang Frekuensi Menggunakan Shopee dengan Motif Informasi dan Pengetahuan	77
Tabel IV. 23 Tabulasi Silang Frekuensi Pembelian di Shopee dengan Motif Informasi dan Pengetahuan	78
Tabel IV. 24 Tabulasi Silang Usia dengan Motif Hiburan	79
Tabel IV. 25 Tabulasi Silang Asal Provinsi dengan Motif Hiburan	80
Tabel IV. 26 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Motif Hiburan.....	81
Tabel IV. 27 Tabulasi Silang Apakah anda Mengakses Shopee untuk berbelanja Online? Dengan Motif Hiburan	81

Tabel IV. 28 Tabulasi Silang Berapa kali anda Mengakses Shopee untuk berbelanja Online? dengan Motif Hiburan.....	82
Tabel IV. 29 Tabulasi Silang Sejak kapan menggunakan Shopee? Dengan Motif Hiburan.....	82
Tabel IV. 30 Tabulasi Silang Frekuensi Menggunakan Shopee dengan Motif Hiburan.....	83
Tabel IV. 31 Tabulasi Silang Frekuensi Pembelian di Shopee dengan Motif Hiburan.....	84
Tabel IV. 32 Tabulasi Silang Usia dengan Motif Interaksi Sosial.....	85
Tabel IV. 33 Tabulasi Silang Asal Provinsi dengan Motif Interaksi Sosial	86
Tabel IV. 34 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Motif Interaksi Sosial	87
Tabel IV. 35 Tabulasi Silang Apakah anda Mengakses Shopee untuk berbelanja Online? Dengan Motif Interaksi Sosial.....	87
Tabel IV. 36 Tabulasi Silang Berapa kali anda Mengakses Shopee untuk berbelanja Online? dengan Motif Interaksi Sosial	88
Tabel IV. 37 Tabulasi Silang Sejak kapan menggunakan Shopee? Dengan Motif Interaksi Sosial	89
Tabel IV. 38 Tabulasi Silang Frekuensi menggunakan Shopee dengan Motif Interaksi Sosial	90
Tabel IV. 39 Tabulasi Silang Frekuensi Pembelian di Shopee dengan Motif Interaksi Sosial	91
Tabel IV. 40 Tabulasi Silang Usia dengan Motif Identitas Pribadi	91
Tabel IV. 41 Tabulasi Silang Asal Provinsi dengan Motif Identitas Pribadi.....	92

Tabel IV. 42 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Motif Identitas Pribadi.....	93
Tabel IV. 43 Tabulasi Silang Apakah anda Mengakses Shopee untuk berbelanja Online? dengan Motif Identitas Pribadi	94
Tabel IV. 44 Tabulasi Silang Berapa kali anda Mengakses Shopee untuk berbelanja Online? Dengan Motif Identitas Pribadi.....	94
Tabel IV. 45 Tabulasi Silang Sejak kapan menggunakan Shopee? Dengan Motif Identitas Pribadi	95
Tabel IV. 46 Tabulasi Silang Frekuensi Menggunakan Shopee dengan Motif Identitas Pribadi	96
Tabel IV. 47 Tabulasi Silang Frekuensi Pembelian di Shopee dengan Motif Identitas Pribadi	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Pengguna <i>e-Commerce</i> terbanyak di Indonesia.....	2
Gambar II. 1 Kerangka Konseptual	28