

## DAFTAR ISI

|                                                                                   |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                                                         | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                                           | ii   |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....                                             | iii  |
| HALAMAN MOTTO .....                                                               | iv   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                                                         | v    |
| KATA PENGANTAR.....                                                               | vii  |
| DAFTAR ISI.....                                                                   | xi   |
| DAFTAR GAMBAR.....                                                                | xiii |
| DAFTAR TABEL .....                                                                | xii  |
| ABSTRAK .....                                                                     | xiii |
| ABSTRACT .....                                                                    | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                                            | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                                                  | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                                         | 10   |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                                       | 10   |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                                       | 10   |
| 1.5 Kerangka Teori .....                                                          | 12   |
| 1.6 Kerangka Pemikiran .....                                                      | 14   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                                                      | 14   |
| 2.1 Mediatization .....                                                           | 14   |
| 2.2 Fenomena <i>Counterfeit</i> .....                                             | 16   |
| 2.3 Konsumsi Barang Palsu .....                                                   | 17   |
| 2.4 Fenomena <i>Counterfeit</i> dalam E-commerce.....                             | 20   |
| 2.5 Pembelian Melalui <i>E-commerce</i> di Indonesia .....                        | 22   |
| 2.6 Idealisme Konsumen Terhadap Penolakan Produk Palsu di <i>E-commerce</i> ..... | 24   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                                                   | 27   |
| 3.1 Jenis Penelitian.....                                                         | 27   |
| 3.2 Lokasi Penelitian .....                                                       | 28   |
| 3.3 Subjek Penelitian.....                                                        | 28   |
| 3.4 Sumber data .....                                                             | 30   |

|                                                                                                     |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.4.1 Data primer .....                                                                             | 30        |
| 3.4.2 Data sekunder .....                                                                           | 30        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....                                                                   | 31        |
| 3.5.1 Metode Wawancara .....                                                                        | 31        |
| 3.5.2 Metode Observasi .....                                                                        | 31        |
| 3.6 Teknik Analisis Data .....                                                                      | 32        |
| 3.6.1 Reduksi Data .....                                                                            | 32        |
| 3.6.2 Penyajian Data .....                                                                          | 32        |
| 3.6.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi .....                                                     | 33        |
| 3.7 Uji Triangulasi .....                                                                           | 33        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                            | <b>35</b> |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                                                                          | 38        |
| 4.1.1 Media Logic Membentuk Otentisitas .....                                                       | 38        |
| 4.1.2 <i>Mediatized Practices</i> : Konsumen Melawan Logika Media atau Mengikuti Logika Media ..... | 47        |
| 4.1.3 <i>Media as Environment</i> dalam Pembentukan Realitas Sosial .....                           | 52        |
| 4.1.4 <i>Normalization Effect</i> terhadap Produk Palsu .....                                       | 57        |
| 4.2 Pembahasan .....                                                                                | 63        |
| 4.2.1 Rekonstruksi Otentisitas oleh Shopee .....                                                    | 63        |
| 4.2.2 Normalisasi <i>Merchandise</i> Palsu dalam <i>E-commerce</i> .....                            | 74        |
| 4.2.3 Resistensi Konsumen Idealis Terhadap <i>Merchandise</i> Palsu .....                           | 78        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                                                                          | <b>82</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                                | 82        |
| 5.2 Saran .....                                                                                     | 84        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                         | <b>86</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                                               | <b>90</b> |