

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>   | <b>v</b>    |
| <b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....</b>                                      | <b>vi</b>   |
| <b>PERSEMBAHAN.....</b>  | <b>vii</b>  |
| <b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>  | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>   | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I.....</b>  | <b>1</b>    |
| <b>PENDAHULUAN.....</b>  | <b>1</b>    |
| <b>1.1. Latar Belakang .....</b>   | <b>1</b>    |
| <b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>   | <b>5</b>    |
| <b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....</b>                              | <b>6</b>    |
| <b>1.4 Tinjauan Pustaka.....</b>   | <b>6</b>    |
| <b>1.5 Kerangka Teori.....</b>   | <b>16</b>   |
| <b>1.6 Metode Penelitian dan Analisis .....</b>                            | <b>22</b>   |
| <b>1.6.1 Lokasi Penelitian .....</b>                                       | <b>22</b>   |
| <b>1.6.2 Pemilihan Informan .....</b>                                      | <b>23</b>   |
| <b>1.6.3 Teknik Pengumpulan dan Analisis Data .....</b>                    | <b>23</b>   |
| <b>BAB II.....</b>   | <b>26</b>   |
| <b>GRUP WHATSAPP JUAL-BELI DALAM LANSKAP E-COMMERCE DI INDONESIA.....</b>  | <b>26</b>   |
| <b>2.1 Digitalisasi Ekonomi dalam Kerangka Infrastruktur Digital .....</b> | <b>26</b>   |
| <b>2.2 Ekonomi Digital .....</b>   | <b>30</b>   |
| <b>2.2.1 Industri Platform Digital .....</b>                               | <b>34</b>   |
| <b>2.2.2 Ekonomi Digital di Indonesia .....</b>                            | <b>37</b>   |
| <b>2.3 Kehadiran E-Commerce di Indonesia.....</b>                          | <b>40</b>   |
| <b>2.4. WhatsApp Grup Jual-Beli dalam Lanskap Ekonomi Digital.....</b>     | <b>48</b>   |
| <b>BAB III.....</b>  | <b>53</b>   |
| <b>GRUP WHATSAPP PASAR DIGITAL JAMBUSARI .....</b>                         | <b>53</b>   |
| <b>3.1 Riwayat Grup Whatsapp Pasar Digital Jambusari .....</b>             | <b>53</b>   |
| <b>3.2 Anggota dan Pengurus Grup.....</b>                                  | <b>62</b>   |
| <b>3.3 Aturan-Aturan dalam WAG Pasar Digital Jambusari.....</b>            | <b>68</b>   |
| <b>3.3.1 Aturan Tertulis.....</b>  | <b>68</b>   |
| <b>3.3.2 Aturan Tidak Tertulis .....</b>                                   | <b>70</b>   |



|   |   |            |
|---|---|------------|
| <b>3.4</b>  | <b>Produk yang dipasarkan .....</b>   | <b>72</b>  |
| <b>3.5</b>  | <b>Penutup .....</b>  | <b>81</b>  |
| <b>BAB IV .....</b>                                       |   | <b>83</b>  |
| <b>FENOMENA PERUBAHAN AKTIVITAS EKONOMI DAN INTERAKSI</b> |   |            |
| <b>SOSIAL WARGA DI LINGKUNGAN JAMBUSARI.....</b>          |   | <b>83</b>  |
| <b>4.1</b>  | <b>Aktivitas Jual-Beli di Pasar Digital Sebagai Sarana Interaksi Warga.....</b> | <b>83</b>  |
| <b>4.1.1</b>  | <b>Interaksi Virtual.....</b>   | <b>84</b>  |
| <b>4.1.2</b>  | <b>Interaksi Non-Virtual .....</b>  | <b>92</b>  |
| <b>4.2</b>  | <b>Lebih Dari Sekedar Transaksi Jual-Beli (Dampak Adanya Grup WhatsApp</b>      |            |
|   | <b>Pasar Digital Jambusari) .....</b>   | <b>100</b> |
| <b>4.2.1</b>  | <b>Secara Ekonomi .....</b>   | <b>100</b> |
| <b>4.2.2</b>  | <b>Secara Sosial.....</b>   | <b>103</b> |
| <b>4.3</b>  | <b>Integrasi Jaringan Sosial dalam Komunitas Virtual dan Fisik .....</b>        | <b>108</b> |
| <b>4.4</b>  | <b>Penutup .....</b>  | <b>111</b> |
| <b>BAB V .....</b>  |   | <b>113</b> |
| <b>KESIMPULAN DAN REFLEKSI .....</b>                      |   | <b>113</b> |
| <b>5.1</b>  | <b>KESIMPULAN .....</b>   | <b>113</b> |
| <b>5.2</b>  | <b>WAG DALAM PROSPEK KE DEPAN: SEANDAINYA PANDEMI</b>                           |            |
|   | <b>BERAKHIR, AKANKAH TETAP SAMA? .....</b>                                      | <b>116</b> |
| <b>5.3</b>  | <b>REFLEKSI PENULIS .....</b>   | <b>117</b> |
|   | <b>LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA TULIS.....</b>                             | <b>124</b> |