

ABSTRAK

Internet adalah salah satu perkembangan yang paling mutakhir dari teknologi informasi. Abad 21 ini dikenal sebagai abad informasi, dimana informasi sangat mudah dijumpai dan dikonsumsi oleh orang perorangan dengan cara menggunakan alat-alat elektronik yang berteknologi tinggi. Alat-alat ini yang tersambung secara komunikatif dengan orang lain atau lembaga akan menghasilkan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh seseorang untuk membuat keputusan-keputusan yang tepat dan sesuai untuk keperluannya.

Penelitian ini berlangsung di awal abad 21 dan memasuki kajian teknologi informasi dimana melihat hubungan yang dihasilkan antar individu dengan individu yang lain dengan didasarkan pada teknologi internet. Secara lebih khusus penelitian ini mengkaji iklan dan jual-beli *on-line* yang dilakukan di internet pada situs www.Bekas.Com. Pada lingkup situs tersebut, peneliti membuka gambaran yang terjadi kepada pembaca mengenai pola perdagangan dan interaksi sosial yang terjadi pada situs tersebut.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Metode ini akan membuka gambaran pembaca tentang gambaran kejadian yang terjadi pada situs tersebut dengan deskripsinya yang menulis setiap kejadian yang ditemui. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan observasi, baik pada situs www.bekas.com, maupun pada penggunaannya secara langsung. Gambaran yang ditemui akan dianalisa dengan menggunakan teori komunitas virtual dari Bungin dan teori interaksi sosial dari Soekanto.

Hasil dari penelitian ini adalah peneliti menemukan bahwa perdagangan yang dilakukan lewat media internet mempunyai kelebihan dan kekurangan yang tidak bisa ditemui pada perdagangan tatap muka secara konvensional. Pada perdagangan dan iklan *on-line* pada situs Bekas.com terbukti bahwa terdapat persaingan dagang, kerjasama, trik-trik untuk menjatuhkan lawan usaha, trik untuk memasarkan barang dagangan, trik untuk bermain curang, sampai menggunakan situs iklan *on-line* tersebut melenceng jauh dari manfaat sebenarnya. Interaksi sosial yang tidak secara langsung juga akan membuka tabir komunikasi baru di abad informasi dimana orang akan belajar menyadari bahwa informasi dan pengetahuan adalah kunci yang dibutuhkan untuk menuju kepada kehidupan yang lebih baik.

Penelitian ini memberikan gambaran secara deskripsi bagi pembaca yang ingin mendalami permasalahan kebudayaan di internet atau khususnya iklan dan jual-beli barang *on-line* melalui komunitas virtual. Representasi yang dihasilkan akan membuka lembaran baru era berkomunikasi dan transformasi sosial budaya dari masyarakat modern yang berciri pada produktifitas dan kontak langsung kepada masyarakat posmodern yang berada pada abad informasi yang cepat dan kontak virtual.

Kata kunci : Internet, teknologi informasi, perdagangan dan iklan *on-line*, pola perdagangan dan interaksi sosial.