

Facebook sebagai Media Referensi Pembelian Barang Elektronik bagi Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UMSIDA

Oleh :

Mukhsin Syamlan

Dosen Pembimbing :

Nur Maghfirah Aesthetika

Progam Studi

Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

13 Juli 2023



Pendahuluan

- ❑ Pesatnya pertumbuhan teknologi informasi berdampak pada hampir setiap aspek kehidupan modern. Penggunaan internet tidak lagi dianggap tabu di masyarakat. Internet tampaknya menghilangkan batasan waktu dan jarak pencarian informasi. Kehadiran internet sebagai jaringan dan infrastruktur telah mendukung kelangsungan dan kemahiran tugas-tugas organisasi, terutama tugasnya untuk distribusi, korespondensi, serta kebutuhan yang mungkin muncul
- ❑ Sejumlah platform media sosial telah muncul dan mendapatkan daya tarik di seluruh dunia. Jenis media sosial ini adalah Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, Instagram, WhatsApp, dan lain sebagainya. Setiap platform media sosial melayani tujuan yang berbeda bagi pengguna untuk berbagi pengalaman, pemikiran, atau momen kehidupan yang sebenarnya. Facebook memberikan jaringan korespondensi yang terdiri dari sahabat, keluarga, dan orang lain yang memiliki rekan sejati. Twitter bertujuan untuk memungkinkan orang berbagi ide dan kritik secara instan dengan orang yang mungkin mereka kenal di kehidupan nyata. LinkedIn berfokus pada kehidupan bisnis, sehingga memudahkan para pelaku bisnis untuk berkomunikasi satu sama lain dan mengikuti satu sama lain

Pendahuluan

- Karena Facebook merupakan jejaring sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, tidak heran jika media Facebook bisa menjadi peluang bisnis sekaligus sarana pemasaran produk. Melalui substansi dan highlight yang dimiliki Facebook, kita bisa menjalankan bisnis yang berbeda secara online, misalnya, mendistribusikan menerangi, untuk memajukan item kepada pembeli dengan cara mentransfer foto barang yang dijual, dengan mencantumkan tulisan yang kuat sehingga pembeli yang melihatnya dapat tertarik dan membeli barang tersebut. Selain itu, konsumen dapat menjalankan bisnis dan menjaga hubungan sebelum, selama, dan setelah proses pembelian dengan memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook, Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, platform media sosial Facebook juga dapat digunakan untuk berbisnis sekaligus sebagai tempat berkomunikasi dengan teman maupun kerabat jauh. Marketplace di Facebook memudahkan seseorang untuk menjual barang, terlebih lagi marketplace dapat memberikan data yang jelas kepada pembeli sebelum perjanjian. Marketplace adalah salah satu sorotan unik di Facebook untuk transaksi jual beli, data yang terdapat di marketplace dapat menyediakan data tentang nilai, kondisi dan sifat barang kepada pembeli yang akan datang. Keuntungan lain yang bisa didapatkan dari marketplace, tepatnya mengetahui harga pasar dari suatu barang yang diunggulkan. Hal ini akan memunculkan barang yang sangat mirip dari beberapa penjual sehingga calon pembeli dapat membandingkan harga dengan memilih barang yang tepat dan sesuai dengan keinginannya. Pebisnis dan calon pembeli akan mudah menggunakan fitur marketplace.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

- ❑ Mengapa peran Facebook Bisa di gunakan sebagai Media Referensi Pembelian Barang Elektronik bagi Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UMSIDA ?

Metode

- ❑ Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang mencoba menggambarkan secara akurat ciri-ciri objek atau subjek yang diteliti serta fakta-faktanya secara sistematis. Ia juga mencoba menggambarkan objek atau subjek secara objektif. Temuan yang bersifat deskriptif bersifat ekstensif, mendalam, dan spesifik. Luas karena pemeriksaan grafis dilakukan pada masalah serta faktor-faktor lain yang terkait dengan masalah tersebut. Karena peneliti memulai dengan subjek yang jelas dan kemudian melakukan penelitian pada populasi atau sampel subjek untuk mendeskripsikannya secara akurat, penelitian deskriptif terstruktur, sistematis, dan terkontrol (Medika Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018).

Penelitian dilakukan untuk memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian dan sebagai pembahasan hasil penelitian serta memperoleh keterangan yang luas mengenai hal-hal yang diteliti (Rukin, 2019). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif. Penjelasan atau deskripsi tentang situasi atau kondisi yang diteliti dalam bentuk deskripsi naratif disediakan sebagai pengganti pernyataan analisis data yang diperoleh berupa kata-kata, gambar, atau perilaku dalam bentuk pendekatan deskriptif kualitatif (Anggito & Setiawan, 2018). Fokus penelitian ini adalah mengetahui gambaran umum penggunaan media facebook dari kaca mata mahasiswa yang menjadikan facebook sebagai referensi dalam mencari barang elektronik untuk melakukan pembelian.

Berbagai sumber, termasuk observasi, wawancara tidak terstruktur, wawancara kelompok, kumpulan bahan dokumenter, dan sebagainya, dapat digunakan dalam penelitian kualitatif (Rofiah, 2022).

Hasil & Pembahasan

- ❖ Facebook adalah media yang berguna untuk menyebarkan informasi dengan cepat kepada penggunanya. Layanan Facebook telah meningkat sebagai hasil dari kemajuan teknologi informasi. Berbagai fitur yang ada di Facebook antara lain fitur siaran langsung, unggah foto dan video, messenger, grup/komunitas, safety check, marketplace dan sebagainya. Setiap fitur memiliki kegunaan yang berbeda dengan keunggulannya masing-masing. Fitur siaran langsung dapat digunakan untuk menyiarkan kegiatan yang sedang berlangsung. Fitur unggah foto dan video dapat digunakan untuk membagikan cerita dengan mengekspresikan diri menggunakan foto maupun video. Memulai percakapan dengan teman jauh dapat kita lakukan dengan menggunakan fitur messenger. Kita juga dapat bergabung di grup/komunitas sesuai dengan hobi yang kita sukai. Fitur safety check digunakan sebagai pencari informasi terhadap kronologi suatu kejadian atau bencana. Fitur marketplace adalah fitur yang digunakan oleh pengguna Facebook untuk berbisnis atau jual beli online. Fitur-fitur tersebut dimanfaatkan oleh beberapa pengguna khususnya mahasiswa sebagai media hiburan, informasi, mencari teman, jual beli online, dan juga sebagai media referensi pembelian barang.

Hasil & Pembahasan

Mahasiswa dapat mencari informasi tentang suatu peristiwa dengan menggunakan fitur grup pada media Facebook, yang meningkatkan nilai Facebook dalam hal kecepatan pelaporan. Fitur grup Facebook memungkinkan penggunanya memposting konten yang pemirsanya adalah pengikut grup tersebut. Dapat diartikan bahwa data dalam suatu grup adalah kumpulan dari semua posting klien secara keseluruhan. Sehingga dengan menggunakan grup facebook mahasiswa dapat dengan cepat dan mudah mencari informasi. Grup Facebook biasanya tidak hanya digunakan untuk menyebarkan berita, tetapi juga sebagai tempat mencari informasi lowongan pekerjaan, kuliner, dan juga digunakan untuk jual beli barang jadi. Seperti contoh pada grup facebook yang berada di wilayah Sidoarjo berikut



Hasil&Pembahasan

- Dalam penelitian ini informan peneliti adalah Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang memiliki akun facebook dan aktif menggunakannya. Dari hasil wawancara dengan informan terdapat beragam grup yang diikuti dan yang sering diakses adalah grup berita, jual beli motor second, dan jual beli barang elektronik seperti hp, laptop, komputer, dan printer. Grup Jual Beli Barang Elektronik tentunya yang paling sering diakses oleh mahasiswa. Karena barang tersebut sudah menjadi kebutuhan pokok yang perlu dimiliki untuk menunjang perkuliahan. Alasan informan sering mengakses grup tersebut adalah mencari barang elektronik yang harganya terjangkau tetapi masih bisa digunakan untuk kuliah atau kegiatan sehari-hari. Penjual juga menyertakan foto serta keterangan yang lengkap mengenai barang yang diiklankan, sehingga informan mengetahui kelebihan dan kekurangan barang tersebut.
- “...kalau di wilayah sidoarjo ada beberapa grup yang saya ikuti, seperti grup berita, jual beli motor second, jual beli hp, laptop, printer. Yang paling sering saya kunjungi tentunya grup jual beli hp dan laptop second. Iya namanya juga mahasiswa, kalau udah semester 5 ke atas mulai butuh yang namanya laptop buat ngerjain tugas kuliah. Karena laptop baru itu mahal, akhirnya saya cari referensi di facebook kan banyak itu biasanya laptop second yang harganya terjangkau tapi masih bisa buat sekedar ngerjain tugas kuliah...”(Hasil wawancara, 2023)

Kesimpulan

- Pengguna internet di Indonesia saat ini lebih banyak menggunakan media sosial salah satunya yaitu facebook. Facebook memberikan jaringan korespondensi yang terdiri dari sahabat, keluarga, dan orang lain yang memiliki rekan sejati. Karena Facebook merupakan jejaring sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, tidak heran jika media Facebook bisa menjadi peluang bisnis sekaligus sarana pemasaran produk. Sebagai kelompok usia yang paling banyak menggunakan Facebook, mahasiswa dapat dianggap sebagai pendorong utama bisnis di dunia maya saat ini. Sebagai pelanggan, mereka merupakan perkumpulan dasar dalam mencari dan membandingkan barang yang akan mereka membeli. Dengan adanya marketplace saat ini mahasiswa sebagai pembeli semakin mudah untuk mencari referensi salah satunya melalui Facebook yang dapat menjadi referensi pelanggan. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang mencoba menggambarkan secara akurat ciri-ciri objek atau subjek yang diteliti serta fakta-faktanya secara sistematis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif. Fokus penelitian ini adalah mengetahui gambaran umum penggunaan media facebook dari kaca mata mahasiswa yang menjadikan facebook sebagai referensi dalam mencari barang elektronik untuk melakukan pembelian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari informan/narasumber yaitu mahasiswa prodi ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data model interaktif berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja. Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi, 131
- Agustina Setyaningsih, L., Hanif Fahmi, M., & Sawidodo, F. (2021). Media Referensi berbasis Teknologi Facebook bagi Wartawan dalam Menyusun Berita. Jurnal Spektrum Komunikasi, 159-176
- Alfian Nasrullah, M. (2022). Model Perlindungan Konsumen pada Jual Beli Hp Android oleh Forum Facebook dengan Sistem COD dan Transfer di Jember.
- Amalita, R., & Inda Fadhila Rahma, T. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Produk, Harga Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Facebook pada Mahasiswa/i UINSU dengan Structural Equation Modeling. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi, 594.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. Jawa Barat: CV Jejak.
- APJII. (2023, Maret 10). Retrieved from <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Hartono, J. (2018). Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Medika Zellatifanny, C., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi dalam Ilmu Komunikasi. Jurnal Diakom, 83-90.
- Resti Piranda, D., Sinaga, D. Z., & E. E. (2022). Online Marketing Strategy in Facebook Marketplace as A Digital Marketing Tool. Journal of Humanities, Social Sciences and Business, 80.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. Jurnal Alhadharah, 83.
- Rofiah, C. (2022). Analisis Data Kualitatif: Manual atau dengan Aplikasi. 36.
- Rukin. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Simatupang, S., Efendi, & Eka Putri, D. (2021). Facebook Marketplace serta Pengaruhnya terhadap Minat Beli. Jurnal EKBIS, 28-41.

DAFTAR PUSTAKA

- Syaharullah, Yahya, M., & Syarif, A. (2021). Penggunaan Facebook dalam Promosi Produk Barang Jadi. Jurnal Pilar, 29.
- Titisari Anugraheni, D., & Kusdiartini, V. (2018). Preferensi Konsumen terhadap Media Sosial dalam Mencari dan Membeli Produk secara Online. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 8-17.

