

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Media sosial

Media Sosial adalah sebuah media daring (online) yang para penggunanya dapat berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, wiki, forum dan dunia virtual. Kaplan dan Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. (Nurhalimah, 2008)

Surat kabar, televisi, dan radio merupakan media informasi yang sangat populer sebelum tahun 2000-an. Tetapi saat ini popularitasnya tergantikan oleh media informasi berbasis internet.

2. Facebook

Facebook diluncurkan pertama kali pada tanggal 4 Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg sebagai media untuk mengenal dan bersosialisasi bagi para mahasiswa Harvard. Pemuda ini memang mahasiswa yang luar biasa karena banyak ide-ide kreatif yang di milikinya. Ia sempat dihukum petinggi kampus lantaran membuat situs yang menilai

penampilan fisik Harvard. Tiga bulan bulan setelah menjalani hukuman, dia malah sukses menciptakan situs yang kini sangat mendunia yaitu Facebook.

Dikenal dengan nama lengkap Mark Elliot Zuckerberg. Lahir di Dobbs Ferry, New York pada tanggal 14 Mei 1984. Mark di Kenal sebagai seorang programmer muda sangat inovatif. Facebook yang merupaka situs jejaring sosial, hanyalah salah satu lecutan mark yang diciptakan semasa duduk di bangku kuliah. Inilah karya yang membuat namanya melambung sampai sekarang.

Facebook merupakan salah satu Online Social Networking atau situs jejaring sosial , yang diciptakan untuk memberikan fasilitas teknologi dengan maksud pengguna dapat bersosialisasi atau berinteraksi dalam dunia maya (internet). Dengan adanya situs ini kita bisa mencari teman, mengirim pesan, menyimpan/mengirim foto maupun vidieo dan masi banyak lagi .

Sebagai situs jejaring sosial, Facebook menyediakan fitur-fitur yang beragam dan mudah untuk dioperasikan. Berikut adalah kelebihan yang di miliki oleh Facebook. (Madcoms, 2011)

a) Clean Layout

Layout yang sangat baik walaupun ada beberapa menu yang posisinya tak gampang di temukan.

b) No Advertaising

Tidak adanya banner ataupun iklan gambar yang mencolok. Facebook memiliki blok atau fitur yaitu flayer untuk mengiklankan sesuatu tetapi pengguna tidak akan menyangka itu adalah iklan.

c) Group

Berbeda dengan friendster yang mengharuskan membuat akun untuk komunitas atau sekolah , di Facebook bisa membuat group. Dimana group ini memiliki fitur yang sangat baik untuk membentuk komunitas atau forum online seperti : diskusi, foto, wall atau testimonial dan fitur lainnya.

d) Selling

Facebook memiliki fitur yang memungkinkan menawarkan barang atau jasa ke pengguna lain. Berbeda dengan situs jejajri sosial lainnya yang hanya menyediakan bulletin.

e) Event

Bisa mengisi atau kegiatan yang ingin pengguna lain ketahui misalnya ada party atau launching produk, bisa mengisi even agar pengguna lain bisa melihatnya. Disitus jejaring lainnya hanya bisa masuk di bulletin.

f) Status Update

Bisa mengisi status sedang apa- apa saja. Misalnya lagi dirumah, pergi kuliah, semua itu bisa di-update dan bisa di lihat oleh pengguna lain. Jadi bisa tahu kegiatan sehari-hari teman.

g) Mobile Acces

Fitur yang sangat mobile. Bisa update status, add friend atau kegiatan di Facebook lainnya dengan mengirim mengirim sms. Hampir sama dengan SMS Banking.

h) Mobile Browsing

Bisa mengakses website Facebook langsung dari telepon seluler (ponsel). Dengan tampilan yang di sesuaikan kondisi ponsel akses lebih mudah dan cepat di banding mengakses website dengan tampilan desktop dari ponsel.

3. Media Komunikasi

a) Pengertian Komunikasi

Pengertian Komunikasi Secara sederhana kamus umum Bahasa Indonesia menjelaskan pengertian komunikasi sama dengan perhubungan. Dengan komunikasi orang dapat menyampaikan pesan-

pesan tertentu kepada kelompok ataupun kepada masyarakat luas. Komunikasi adalah sarana yang paling vital bagi setiap manusia untuk mengerti dirinya sendiri, mengerti orang lain, dan memahami lingkungannya. Mengetahui tempat dan cara kehadirannya di masyarakat serta hubungan dengan sesama di sekitarnya. Semuanya itu dipahami dengan adanya “jalur komunikasi” yang terjalin baik. Komunikasi tidak saja dikenal dalam bidang kehumasan (public relation) atau dunia pers, melainkan mempunyai cakrawala pemahaman yang sangat luas. Hampir setiap aspek kehidupan manusia selalu terjalin proses komunikasi disadari atau tidak disadari. Berikut beberapa pengertian tentang komunikasi (Timbowo, 2016).

b) Pengertian Media Komunikasi

Berikut ini definisi Media komunikasi menurut sudut pandang para ahli (Kurniawan, 2021):

Menurut (Badusah, dkk 2000) Media adalah suatu kaedah atau perantara berkomunikasi yang berhubungan antara satu sama lain seperti menggunakan kabar, berita dan gambar untuk menyebarkan maklumat dan pandangan. Dalam proses pengajaran dan pembelajaran, ia merupakan perantaraan yang menghubungkan maklumat dan tujuan pengajaran guru dengan penerima yaitu pelajar yang akan memproses perantaraan itu, dan jika sesuai dapat diterima oleh pelajar dengan berkesan.

Menurut (Nurhayati 2013) Media komunikasi memegang peranan penting dalam proses pembelajaran, sehingga seorang guru atau dosen harus mampu mengidentifikasi media-media yang dibutuhkan sebelum memulai proses pembelajaran. Perawat gigi dalam memberikan upaya promotif berupa penyuluhan dapat disetarakan dengan seorang guru atau dosen yang mengajar dikelas. Dengan demikian perawat gigi hendaknya memahami seni mengelola kelas selama komunikasi dalam penyuluhan.

Media komunikasi juga dijelaskan untuk sebuah sarana yang dipakai untuk memproduksi, mengolah, reproduksi, serta mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah informasi. Media komunikasi sangat berperan penting untuk kehidupan seluruh masyarakat. Dengan sederhana, media komunikasi merupakan perantara dalam menyampaikan sebuah informasi dari komunikator kepada komunikan yang memiliki tujuan agar efisien dalam menyebarkan pesan atau informasi. Komunikasi adalah perdakapann yang berlangsung dengand dasar persamaan persepsi.

4. Jual Beli Online

a) Pengertian Jual Beli

Menurut Kamus besar Bahasa Indonesia, Jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Secara etimologis, Jual beli adalah tukar menukar harta dengan harta. Adapun secara terminologis adalah transaksi penukaran selain dengan fasilitas dan kenikmatan. Menurut syara' jual beli adalah pertukaran harta atas dasar suka sama sukass (Anshori, 2010). Dari beberapa definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa jual beli adalah tukar menukar antara harta milik penjual biasanya berupa barang dengan harta milik pembeli biasanya berupa uang. Karena dalam transaksi ini juga bisa terjadi tukar menukar barang dengan barang yang disebut jual beli dengan cara barter atau transaksi tukar menukar uang dengan uang yang disebut jual beli money changer. Jual beli terjadi karena adanya penawaran oleh penjual dan adanya permintaan oleh pembeli yang saling melengkapi.

b) Pengertian Online

Online adalah istilah saat kita sedang terhubung dengan internet atau dunia maya, baik itu terhubung dengan akun media sosial kita, email dan berbagai jenis akun lainnya yang kita pakai atau gunakan lewat internet (Sora, 2015). Beberapa arti kata online lainnya lebih

spesifik yaitu

1. Dalam percakapan umum, jaringan/network yang lebih besar dalam konteks ini biasanya lebih mengarah pada internet, sehingga 'online' lebih menjelaskan status bahwa ia dapat diakses melalui internet.
2. Dalam telekomunikasi, istilah online memiliki arti lain yang lebih spesifik. Suatu alat diasosiasikan dalam sebuah sistem yang lebih besar dikatakan online bila berada dalam kontrol langsung dari sistem tersebut. Dalam arti jika ia tersedia saat akan digunakan oleh sistem (on-demand), tanpa membutuhkan intervensi manusia, namun tidak bisa beroperasi secara mandiri di luar dari sistem tersebut.
3. Dengan Internet kita dapat menerima dan mengakses informasi dalam berbagai format dari seluruh dunia. Kehadiran internet juga dapat memberikan kemudahan dalam dunia pendidikan, hal ini terlihat dengan begitu banyaknya situs web yang menyediakan media pembelajaran yang semakin interaktif serta mudah untuk dipelajari.

c) Pengertian Jual Beli Online

Jual Beli Online adalah Suatu kegiatan Jual Beli dimana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu untuk melakukan

negosiasi dan transaksi dan komunikasi yang digunakan oleh penjual dan pembeli bisa melalui alat komunikasi seperti chat, telfon, sms dan sebagainya (icaltoys, 2014)

Dari pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Jual beli online adalah aktifitas jual beli berupa transaksi penawaran barang oleh penjual dan permintaan barang tanpa harus bertemu dan hanya menggunakan alat komunikasi . oleh pembeli secara online dengan memanfaatkan teknologi internet.

5. Langkah langkah jual beli online

Kehadiran internet sebagai media komunikasi mungkin sudah menjadi hal yang wajar di Indonesia. Begitu juga jual beli, sudah banyak online marketer memanfaatkan jual beli online di Indonesia. Untuk mendapatkan keuntungan atau malah kebuntungan, sebelum bertransaksi atau jual beli online mengetahui langkah-langkah jual beli online. Berikut adalah langkah-langkah Jual beli online (Putra, 2014):

a. Media jual beli

Ada banyak cara untuk menawarkan produk secara online. Bagi penjual, ada produk yang akan di tawarkan, kejelasan informasi produk dari segi harganya hingga keunggulan yang ingin di sampaikan kepada pembeli, sementara pembeli tinggal mengamati saja manakah produk yang menarik untuk dibeli.

b. Ketegasan dalam pengambilan keputusan

Harus melihat sejarah dari lawan di Internet. Baik itu penjual maupun pembeli. Bisa dari testimoni pembeli lain, forum jual beli pihak penjual, kenormalan rentang harga barang. Kita bisa menilai apakah lawan main kita seorang yang jujur atau penipu. Ketika kita mengambil suatu keputusan harus tegas dalam menghadapi resiko dari keputusan tersebut. Untuk memperkecil resiko kita harus jeli dan teliti sebelum menjual atau membeli.

c. Prosedur dan media pemebayaran

Agar kemudahan metode pembayaran, antara pembeli dan penjual dapat melakukan negosiasi. Kedua pihak bisa bernegosiasi mengenai metode apakah yang akan di siapkan pejual (seller). Serta metode apakah yang akan digunakan oleh pembeli. Penjual harus mempersiapkan kemungkinan pembayaran melalui digital online, cash on delivery, rekening bersama, ataupun teller. Penjual harus mampu menyiapkan metode yang umum dan bisa diterima oleh para pelangganya. Pembeli juga harus menyiapkan alat pembayaran yang bisa diterima oleh penjual sebagai alat pembayaran jual beli.

d. Media komunikasi

Transaksi yang sukses hanya bisa terjadi bila komunikasi antara penjual dan pembeli berjalan lancar. Kita bisa memakai media komunikasi yang

sering di pakai, seperti telepon, email, sms, fitur pesan jejaring sosial, ataupun onlinemasenger

e. Prosedur dan alat pengiriman

Sebelum barang ditawarkan penjual harus menentukan apakah ongkos kirim akan ditanggung sendiri atau di tanggung oleh pembeli. Selain itu pembeli harus memberikan alamat yang jelas dan tepat agar barang yang dikirim tidak salah alamat. penjual juga harus mampu menentukan jasa kurir yang bisa di percaya. Metode yang paling aman dan di sukai pembeli adalah metode Cash on Delivery dimana penjual dan pembeli saling bertatap muka.

Kajian Hasil-Hasil Penelitian Yang Relevan

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang telah di lakukan oleh:

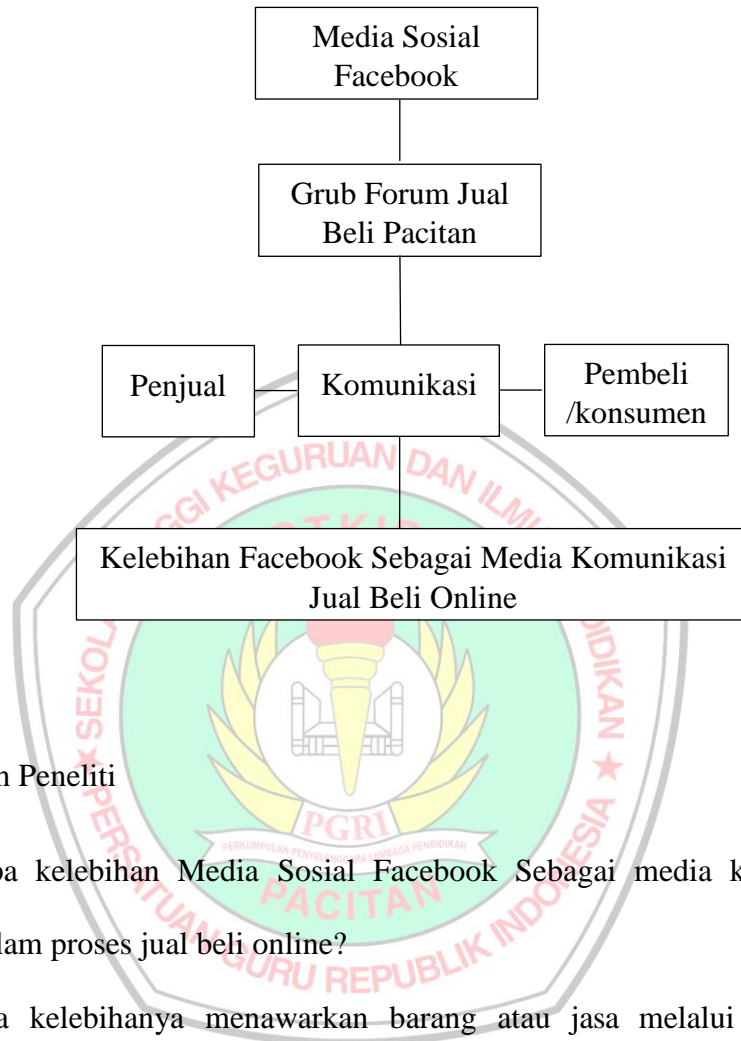
1. Fauzan Jatinika Abror (20115) yang berjudul “Kelebihan Facebook Sebagai Media Komunikasi Jual Beli Online”, Skripsi Jurusan program studi ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kali Jaga Yogyakarta, Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada tujuan akhir penelitian yaitu mencari kelebihan media sosial facebook. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada tempat penelitian yang diteliti.

2. Mahardika Putra (2018) yang berjudul “Efektifitas Media Sosial Facebook Sebagai Media Komunikasi Pemasaran”, Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, menunjukkan efektifnya penggunaan media sosial Facebook sebagai media komunikasi pemasaran. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahardika Putra terletak pada kesamaan pemanfaatan media sosial Facebook Sebagai media jual beli. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada pencapaiannya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui mengetahui keefektifan media sosial facebook sebagai media komunikasi pemasaran.

Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir merupakan kerangka penalaran logis, urutan berfikir logis sebagai suatu ciri dari cara berfikir ilmiah yang digunakan dan cara menggunakan logika tersebut dalam memecahkan masalah.. Dasar penelitian ini adalah adanya kerangka konseptual yang menjelaskan Kelebihan media sosial Facebook pada forum jual beli sebagai media komunikasi jual beli online . Untuk lebih jelasnya kerangka berpikir ini jika dijabarkan dalam bentuk bagan, maka akan tampak seperti dibawah ini :

Tabel 2.1
Kerangka Berfikir



Pertanyaan Peneliti

1. Apa kelebihan Media Sosial Facebook Sebagai media komunikasi dalam proses jual beli online?
2. apa kelebihannya menawarkan barang atau jasa melalui Facebook dibanding situs jejaring sosial lainnya?