

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada saat ini sudah sangat pesat dan berada di berbagai sektor kehidupan salah satunya pada perkembangan teknologi internet. Dengan adanya internet semua kegiatan manusia dapat menjadi lebih mudah dan efisien. Berkembangnya teknologi internet juga banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk menciptakan platform yang memudahkan semua urusan manusia terutama dalam berbelanja melalui aplikasi.

Menurut Hajli (2015) kehadiran dan interaksi sosial yang memungkinkan *live streaming* seperti itu dapat meningkatkan pengalaman berbelanja, mengurangi ketidakpastian pembeli dan meningkatkan keputusan pembelian. Dengan adanya fitur *live streaming* konsumen dapat melihat detail dari suatu produk yang dijual, fitur *live streaming* juga sangat interaktif membuat para konsumen memiliki kesempatan untuk bertanya tentang kelebihan dan kekurangan suatu produk, dan menjadikan konsumen lebih percaya akan suatu brand yang menambah kepuasan dalam transaksi jual beli secara online.

Menurut Jannah, dkk (2023) perkembangan teknologi beberapa dekade ini sangat pesat menguasai lini kehidupan manusia. salah satunya perkembangan teknologi adalah teknologi dibidang informatika dengan menggunakan jejaring internet yang sangat tren untuk semua kalangan. Salah satu nya yaitu situs *e-commerce* yang berkembang pada pesat pada saat ini adalah shopee. Shopee adalah salah satu dari banyak pihak yang memanfaatkan peluang tersebut yaitu dengan

memberi banyak fitur mobile marketplace yang menjembatani penjual dan pembeli untuk mempermudah transaksi jual beli online melalui perangkat mobile yang dipakai.

Pertumbuhan *e-commerce* di indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dibuktikan dengan data yang diterbitkan oleh tempo.co. Mengenai data pengguna *e-commerce* yang ada di indonesia, pengguna *e-commerce* diprediksi terus meningkat hingga 189,6 juta pengguna pada tahun 2024. Sejak 2017, sudah ada 70,8 juta pengguna *e-commerce* dan jumlahnya tiap tahun meningkat. Pada tahun 2018, mencapai 87,5 juta pengguna, sementara pada tahun 2020 mencapai 129,9 juta pengguna *e-commerce*, pada tahun 2021, diprediksi mencapai 148,9 juta pengguna, sedangkan pada tahun 2022 mencapai 166,1 juta pengguna dan tahun 2023 mencapai 180,6 juta pengguna.

Fitur *live streaming* merupakan salah satu fitur yang banyak digunakan oleh pengguna shopee pada saat ini khususnya pada pengguna yang memiliki suatu usaha, dari usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sampai dengan perusahaan besar atau menengah keatas. *Live streaming* sendiri merupakan tayangan langsung yang di tonton oleh banyak orang (*viewers*) dalam waktu yang bersamaan dengan kejadian aslinya. Melalui media komunikasi atau jaringan yang baik (Bonald, T, 2008).

Namun, dibalik meningkatnya pengguna belanja online di indonesia, pembeli masih mengalami suatu permasalahan dan lebih memilih melakukan transaksi offline. Alasannya karena barang yang dibeli secara offline itu bisa dilihat secara langsung dan detail dari suatu barang yang ingin dibeli. Sedangkan pada

pembelian secara online pembeli tidak dapat melihat barang yang ingin dibeli secara langsung, dan hanya melihat foto dan deskripsi dari suatu barang yang ingin dibeli. Sehingga deskripsi itu sangat diperlukan bagi calon pembeli dan barang yang di deskripsikan oleh toko itu benar.

Masyarakat semakin banyak yang beralih ke aplikasi online untuk mencari beragam jenis produk yaitu mulai dari kebutuhan sehari-hari, kesehatan, elektronik, kecantikan, perawatan dan masih banyak lagi berbagai macam produk lainnya (Laoli, 2021). *E-commerce live streaming* di indonesia sangat meningkat secara signifikan, hal ini dibuktikan dengan pengguna e-commerce di indonesia seperti Shopee, dan Lazada yang telah menggunakan platform *live streaming* sebagai sebuah alat promosi penting untuk mendorong penjualan suatu produk dan meningkatkan interaksi terhadap pembeli.

Belanja melalui *live streaming* dapat meningkatkan interaksi langsung antara penjual dan pembeli, yang meyakinkan kepada pembeli dengan kualitas produk tersebut. Dan dapat mendorong pembeli untuk mengambil keputusan yang tepat dan efisien. Penerapan fitur *live streaming* ini berhasil menarik minat masyarakat dan berbagai platform menciptakan fitur *live streaming* dan begitu populer pada saat ini.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti mengambil judul **“Pengaruh *Live Streaming* Shopee Terhadap Tingkat Penurunan Minat Belanja Offline (Survey Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Malikussaleh).**

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Dari pembahasan latar belakang di atas, yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah *live streaming* shopee mempengaruhi persepsi dan minat generasi milenial terhadap belanja offline?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh *live Streaming* Shopee Terhadap menurunkan minat Belanja Offline (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020)

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### a. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan peneliti mengenai perkembangan teknologi komunikasi khususnya *e-commerce* shopee
2. Dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam tema penelitian yang sama.

### b. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi tentang pengaruh media sosial dan khususnya mahasiswa/i yang sering berbelanja secara online.
2. dapat memperoleh manfaat dalam menggunakan media sosial agar terhindar dari dampak negatif yang dapat merugikan diri sendiri dan orang lain.

## 1.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah kesimpulan sementara yang dirumuskan oleh peneliti terkait dengan masalah yang difokuskan. Hipotesis pada penelitian ini adalah:

Ha : terdapat pengaruh dari *live streaming* shopee terhadap menurunkan minat belanja offline pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Malikussaleh.

Ho : tidak terdapat pengaruh dari *live streaming* shopee terhadap menurunkan minat belanja offline pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Malikussaleh.