

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Facebook merupakan platform media sosial di mana facebook adalah organisasi antarpribadi dengan beberapa komunitas yang memungkinkan seseorang untuk berteman dan berbagi efektif tanpa dibatasi oleh jarak, keberadaan. Facebook sendiri, selain memiliki opsi untuk mengatur kemitraan pribadi, ada juga elemen yang digunakan banyak anggota untuk bekerja sama satu sama lain dan bertukar data, komponen ini dikenal sebagai "Grup Facebook" di mana setiap anggota diharapkan untuk berpartisipasi. mereka dapat memperdagangkan usaha mereka atau hal lainnya. Pengguna Facebook umumnya berbagi data melalui komposisi, gambar, rekaman, koneksi sehingga pengguna yang berbeda dapat mengetahui hal-hal yang disebarkan.

Facebook merupakan salah satu jejaring sosial yang terkenal di Indonesia. ia berperan sebagai media yang menyebarkan informasi secara massal dengan langsung dan cepat. Dengan seperti ini pengguna Facebook mendapatkan kemudahan dan kemudahan untuk menyebarkan dan atau mencari informasi usahanya dengan cara mem-*posting* berita tersebut ke Facebook. Didalam facebook terdapat fitur-fitur seperti *personal account*, *grup account*, *game*, *marketplace*, *reels*, *event*, *stories*, pencarian teman, dan lain lain.

Perilaku pembeli dipengaruhi oleh berbagai variable mempengaruhi harapan seseorang untuk berbelanja online, salah satunya adalah melalui pengalaman pembeli sebelumnya yang beruntung atau tidak beruntung (keterlibatan sebelumnya dengan) berbelanja online. Memberikan tampilan yang baik dapat dilakukan oleh organisasi dengan memahami bagaimana pembeli berpikir dan bertindak sehingga organisasi dapat memutuskan metodologi dan kesepakatan yang layak. Dengan teknik yang baik, tentunya pembeli akan mendapatkan pengalaman belanja online yang

menyenangkan. Pengalaman berbelanja yang positif tidak diragukan lagi dapat diukur dengan apakah pembeli senang dengan pengalaman berbelanja yang mereka dapatkan, terlepas dari apakah mereka senang dengan pengalaman belanja online yang telah dilakukan, dan cara pelanggan merujuk halaman situs belanja online ke mereka. teman atau perkumpulan. Penelitian tentang minat beli pembeli dilihat dari pengalaman masa lalu ditunjukkan oleh penelitian Bo Dai, Sandra Forsythe, Wi-Suk Kwon (2014).

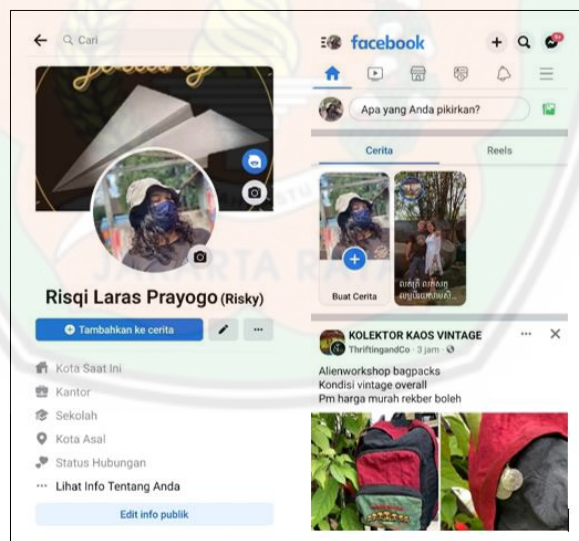
Pengalaman pembeli dirasakan ketika sudah pernah melakukan transaksi jual beli di grup facebook FJB Clobber Casual Indonesia dan memilih untuk bergabung kedalam grup. Sehingga *user experience* perlu menjadi perhatian untuk memuaskan konsumennya, dan mampu membuat konsumen merasakan dan memperoleh pengalaman, baik sebelum dan sesudah membeli produk mereka.

User experience mempengaruhi kepuasan konsumen dan mempengaruhi keinginan untuk berbelanja kembali. Menurut Alma (2011) Adanya kepuasan yang dirasakan oleh pembeli membuat reaksi yang baik saat berulang kali membeli dan mengusulkan pembeli yang berbeda untuk membeli barangnya, pembuat akan menggandakan keuntungan, melalui penyebaran informasi yang baik dari pelanggan. Begitu pula sebaliknya jika tidak ada kepuasan maka dapat menyebabkan pembeli pindah ke pertemuan lain. Ketiadaan pemenuhan akan menyebabkan pembeli ragu untuk membeli kembali suatu bagian dalam pertemuan tersebut.

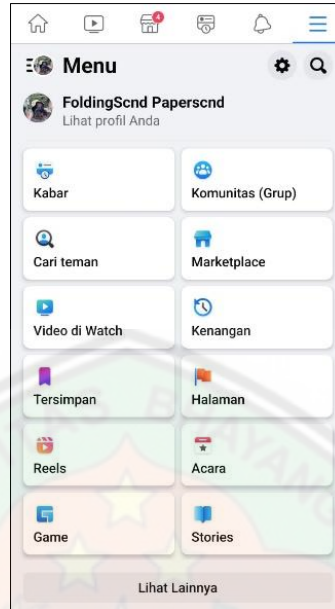
Kepercayaan adalah elemen utama dari banyak objek yang memengaruhi peristiwa pertukaran dalam pengaturan berbasis web. seperti yang ditunjukkan oleh Gustavsson dan Johansson (2006) menyatakan bahwa tanpa rasa percaya akan sulit untuk memperdagangkan pertukaran melalui internet. Kepercayaan berasal dari bidang kekuatan utama untuk kecenderungan yang diciptakan oleh berbagai variabel pada penilaian pelanggan terhadap satu pihak. Hal ini dapat dicontohkan dengan rasa aman pelanggan saat memberikan data pribadi dan data akhir yang rentan terhadap

pertukaran online karena jaminan keamanan yang ditawarkan, tawaran remunerasi untuk kerugian atau sertifikat dengan asumsi produk dianggap tidak sesuai. sesuai dengan data yang diberikan, dan tingkat kepercayaan pembeli dengan dealer dimana pembeli merasa yakin bahwa merchant akan menyelesaikan komitmennya dengan tepat. Penelitian tentang Minat beli pembeli tergantung pada kepercayaan pembelanja yang ditunjukkan oleh penelitian Abdalslam et al., (2013). Konsekuensi dari tinjauan tersebut menunjukkan bahwa salah satu variabel signifikan yang memiliki dampak penting dalam membentuk minat beli di web adalah kepercayaan. Ini dievaluasi oleh sejauh mana calon pembeli akan melanjutkan pembelian secara penuh percaya pada halaman web belanja berbasis web. Dengan demikian faktor kepercayaan menjadi alasan seseorang dalam melakukan perdagangan secara online.

Gambar 1. 1 Personal Account

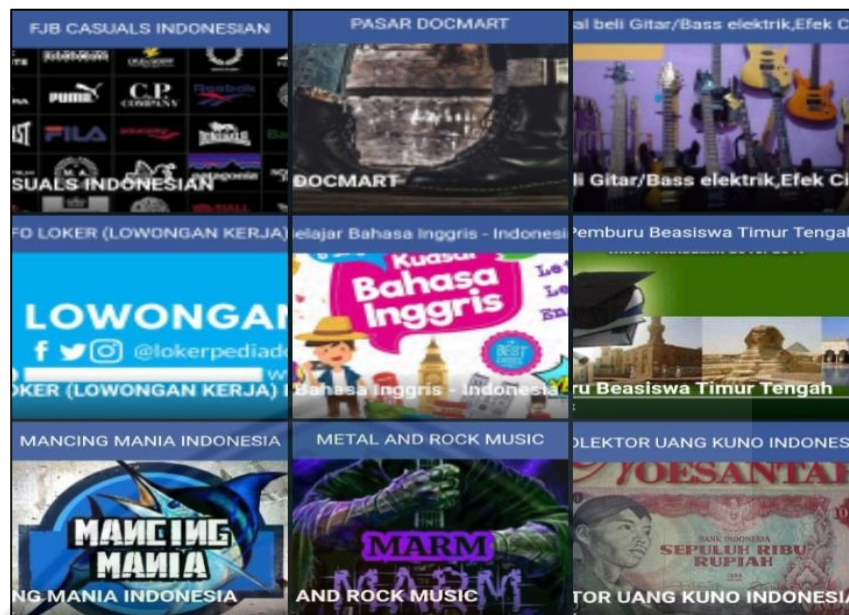


Gambar 1. 2 Fitur-Fitur Facebook



Grup Account atau Komunitas adalah salah satu fitur Facebook dimana didalam grup tersebut (yang disebut anggota grup) dapat saling berinteraksi, biasanya member didalam grup ialah orang-orang yang memiliki minat/tujuan yang sama untuk saling terhubung, bisa berdasarkan hobi, info pendidikan/pekerjaan, jual/beli dan atau sebagainya. Grup facebook ada 2 jenis yaitu, grup publik dan grup privat. Grup publik adalah grup yang akun siapa saja bisa masuk dalam grup tersebut dan dapat melihat postingan orang lain yang ada pada grup tersebut, sedangkan grup privat adalah grup yang perlu persetujuan untuk masuk kedalam grup privat tersebut dan juga postingannya hanya bisa dilihat ketika akun kita sudah menjadi anggota digrup tersebut. Didalam grup tersebut, berisikan 3 status, yaitu Admin Grup, Moderator dan Anggota grup.

Gambar 1. 3 Contoh Contoh Grup Facebook



FJB CLOBBER CASUAL INDONESIA merupakan salah satu grup facebook privat dimana untuk menjadi member didalamnya harus disetujui oleh admin grup. Grup ini berisikan 82.289 member yang berasal dari berbagai daerah, dimana didalam grup tersebut para member bisa menjual atau membeli berbagai macam produk yang dipasarkan, misalnya adalah baju, kaos, hoodie, topi, sepatu, dan lain lain dari merk-merk *sporty* seperti Stone island, C.P company, Adidas, Nike, lyle&scoot, fredperry dan lain-lain baik dalam keadaan baru ataupun bekas.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **ANALISIS ISI USER EXPERIENCE GRUP FACEBOOK FJB CLOBBER CASUAL INDONESIA.**

1.2. Fokus Penelitian

Agar pembahasan dalam penelitian ini terarah maka diberikan fokus permasalahan yang akan dikaji. Objek penelitian utama dalam penelitian ini yaitu menganalisis analisis isi *user experience* grup facebook FJB Clobber Casual Indonesia.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang diatas maka masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana grup facebook FJB Clobber Casual Indonesia memenuhi kebutuhan pengguna?
2. Bagaimana unggahan member memberikan nilai tambah bagi member lain di grup facebook FJB Clobber Casual Indonesia?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjabaran dari latar belakang dan rumusan masalah, yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui User Experience anggota pada Grup Facebook FJB Clobber Casual Indonesia.

1.5. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan seperti telah disebutkan di atas, diharapkan melalui penelitian ini didapat beberapa manfaat untuk berbagai pihak seperti di bawah ini :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari pelaksanaan penelitian ini diharapkan bermanfaat dan berkontribusi untuk mengembangkan ilmu Komunikasi khususnya berkaitan dengan komunikasi massa online, sekaligus dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk penelitian mendatang yang masih berkaitan.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini, diharapkan wawasan serta pengetahuan peneliti terkait komunikasi tertulis dapat semakin meningkat dan berkembang.

b. Bagi Mahasiswa

Melalui penelitian ini, diharapkan tersedianya bahan baru yang dapat dirujuk serta dijadikan acuan oleh penelitian lain dengan menambahkan variabel baru, mengganti objek atau lokasi.

c. Bagi Pengguna Facebook

Bagi pengguna facebook yang berminat menjadi anggota Facebook FJB Clobber Casual Indonesia agar bisa mengetahui pengalaman mengesankan dan apa saja kelebihan dan kekurangan menjadi member grup tersebut.

d. Bagi Member Grup Facebook FJB Clobber Casual Indonesia

Melalui penelitian ini diharapkan member baik penjual maupun pembeli dapat mengetahui cara-cara bertransaksi dengan komunikasi yang baik dan santun sehingga akan terciptanya komunikasi yang efektif sehingga dapat pengalaman yang mengesankan.