**BAB 1**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Konteks Penelitian**

Semakin berkembangnya zaman, tidak hanya teknologi saja yang mengalami perubahan. Banyak aspek-aspek kehidupan yang mulai menyusul perkembangan teknologi tersebut. Begitu pula manusia sebagai makhluk sosial yang senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya, ia selalu memiliki rasa ingin tahu dan rasa itulah yang memaksa manusia untuk berkomunikasi. Komunikasi merupakan hal yang tak lepas dari kehidupan manusia sehari-hari. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, baik yang sudah dikenal maupun yang tidak dikenal sama sekali. Komunikasi memiliki peran yang sangat vital bagi kehidupan manusia, karena itu kita harus memberikan perhatian yang seksama terhadap komunikasi, khususnya teori komunikasi.

Seseorang selalu berupaya mamahami setiap peristiwa yang dialaminya. Orang memberikan makna terhadap apa yang terjadi di dalam dirinya sendiri atau lingkungan sekitarnya. Terkadang makna yang diberikan itu sangat jelas dan mudah dipahami orang lain, namun terkadang makna itu buram, tidak dapat dipahami dan bahkan bertentangan dengan makna sebelumnya. Dengan memahami teori komunikasi, maka seseorang dapat menafsirkan peristiwa secara lebih fleksibel dan bermanfaat.

Teknologi komunikasi yang semakin maju dan berkembang menumbuhkan berbagai pengaruh bagi penggunanya. Teknologi bagai pisau bermata dua yang memberikan kelebihan dan kekurangan. Masyarakat dituntut untuk lebih mampu memanfaatkan teknologi sesuai dengan fungsinya. Internet merupakan bentuk dari perkembangan teknologi yang saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian kalangan. Perubahan zaman yang mengharuskan pengetahuan teknologi dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh semua pihak.

Perubahan teknologi komunikasi yang sangat cepat dan mengglobal telah memberikan perubahan secara signfikan. Jaringan sosial internet juga dapat mempengaruhi tingkat kebutuhan konsumen dalam kehidupannya. Berbagai cara dilakukan konsumen untuk tetap eksis di lingkungannya mulai dari cara belajar, memilih teman, cara berpenampilan, cara memilih hiburan hingga cara mereka mengekspresikan kreativitas. Seseorang mengekspresikan dirinya dengan mencari informasi terkait dengan tatanan kehidupannya dengan menggunakan teknologi internet. Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan dalam gaya hidup seseorang. Internet mengenalkan berbagai informasi mulai dari jejaring sosial, berita, video, foto hingga berbelanja.

Kondisi lingkungan yang mendukung konsumen untuk mengakses berbagai bentuk inovasi atau perubahan yang ada di lingkungan sekitar akibat adanya internet. Internet memberikan berbagai fasilitas yang sangat memudahkan penggunanya untuk mengakses beragam informasi yang diinginkan sehingga para pengguna internet dimanjakan oleh beragam fasilitas tersebut. beragam fasilitas yang disajikan oleh internet memberikan warna baru dalam segi belanja.

Setiap orang pada dasarnya menggunakan teori yang digunakan untuk memandu orang memahami berbagai hal dan memberikan keputusan mengenai tindakan apa yang harus dilakukan. Teori selalu berubah dari waktu ke waktu. Perubahan teori terjadi ketika orang menemukan hal baru atau mendapatkan perspektif baru. Salah satu contohnya seperti trend *online shop*.

Online shop merupakan sebuah sistem terbaru dalam berbelanja yang sekarang banyak di pilih oleh konsumen karena mudah dan cepat dalam proses transaksinya. Bagi konsumen yang ingin memenuhi kebutuhan tetapi tidak sempat karena sibuk dengan aktifitas yang menyita waktu. Semakin online shop ini menjadi booming karena semua *website online* menggunakan sistem belanja online untuk lebih menarik minat para calon konsumen.

Perubahan cara belanja dengan menggunakan *online shop* sedikit banyak menggeser nilai sosial yang semula jika bertransaksi di pasar menggunakan komunikasi secara verbal dalam bertransaksi, sebaliknya jika berbelanja melalui online shop proses bertransaksinya hanya melalui jaringan internet tanpa bertatap muka sehingga tidak adanya proses tawar menawar atau berkomunikasi verbal. Online shop sama halnya dengan pasar tradisional atau modern yang ada di dunia nyata namun perbedaannya hanyalah pada cara bertransaksi atau proses jual belinya dengan menggunakan jaringan internet. Para pengguna jasa jual beli online ini dapat dengan mudah melihat pilihan barang dan harga yang akan dibelinya. Keunggulan pembelian secara online ini prosesnya dapat dengan mudah dilakukan cukup dengan membuka akun online shop dengan sambungan jaringan internet.

Media sosial sebagai jalur distribusi baru untuk mengambangkan usaha semakin lama semakin terasa di kehidupan sehari-hari. Setelah facebook dan twitter menjadi tempat favorit para pengusaha untuk menawarkan bisnis mereka, kini Instagram menjadi jalur baru bagi para pengusaha tersebut untuk memasarkan bisnisnya.

Instagram pada perkembangannya menjadi sahabat terbaik bagi para pemilik online shop untuk pemasaran produk yang mereka miliki. Istilah sista-sita instagram menjadi istilah sehari-hari yang tidak lagi asing. Bahkan banyak orang-orang yang di sekitar kita memilih untuk berbelanja di instagram dibanding di sosial media lain. Salah satunyaitu akun instagram *online shop* yang menawarkan produk kosmetik yang akan menjadi subjek penelitian ini yaitu **Jafra**

JAFRA Cosmetics adalah produsen sekaligus pemasar langsung produk kosmetik internasional asal Amerika yang beroperasi di lebih dari 18 negara. Sejak tahun 2004, JAFRA menjadi anggota dari Vorwerk Group, sebuah perusahaan keluarga yang didirikan pada tahun 1883 dengan kantor pusat di Jerman.

Untuk menjangkau pasar, Jafra dengan aktif memperluas market dan menciptakan brand awareness baik lewat promosi baik secara *offline* maupun *online* di dunia maya. Secara offline, Jafra secara rutin mengadakan berbagai event. Sementara di dunia maya, Jafra bisa ditemui di berbagai sosial media seperti Twitter, Facebook, Instagram, Pinterest, Youtube, serta website.

Produk Jafra mulai terkenal di Indonesia yang pada perkembangannya membuka peluang usaha untuk menjadi reseller dari produk-produk Jafra tersebut. Kemudian para reseller mulai berfikir untuk menjualnya secara online melalui instagram yang merupakan jejaring sosial yang sangat populer untuk saat ini.

 Konsumen Jafra adalah kaum muda yang peduli akan penampilan mereka dalam melakukan aktifitas sehari-harinya. Jafra menyediakan variasi produk kosmetik untuk wanita khususnya kalangan remaja. Mereka seringkali lebih memilih untuk membeli produk tersebut secara online daripada membeli secara langsung.

Berdasarkan fenomena dan pemaparan diatas, maka peneliti berminat untuk mendalami dan meneliti lebih lanjut mengenai kasus tersebut dengan judul **“FENOMENA ONLINE SHOP JAFRA PADA KALANGAN REMAJA DI KOTA BANDUNG”.**

**1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

**1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan judul penelitian ini,peneliti merasa tertarik akan meningkatnya online shop Jafra di kalangan remaja kota Bandung, dan yang menjadi focus penelitian yaitu **“Bagaimana Fenomena online shop Jafra pada kalangan remaja di Kota Bandung”**

**1.2.2** **Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian yang sudah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan beberapa focus penelitian menjadi beberapa pertanyaan yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana pola hidup konsumen online shop Jafra pada kalangan remaja di kota bandung.
2. Bagaimana motif konsumen online shop Jafra pada kalangan remaja di kota bandung.
3. Bagaimana perilaku konsumen online shop Jafra pada kalangan remaja di kota bandung.
   1. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**
      1. **Tujuan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini peneliti mempunya beberapa tujuan yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pola hidup konsumen online shop Jafra pada kalangan remaja di kota bandung.
2. Untuk mengetahui motif konsumen online shop Jafra pada kalangan remaja di kota bandung.

3. Untuk mengetahui perilaku konsumen online shop Jafra pada kalangan remaja di kota bandung.

**1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Beberapa kegunaan yang sekiranya dapat diperoleh dari pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan manfaat bagi pengguna pendekatan dan teori yang digunakan dalam penelitian ini, dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, sehingga dalam bidang ilmu komunikasi pendekatan yang berkaitan dengan penelitian ini dapat dilihat dan tersampaikan kepada pembaca kegunaanya. Bagi penelitian-penelitian yang relevan selanjutnya dapat dijadikan sebagai studi perbandingan dan dapat mengaplikasikan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian mengenai fenomonologi.

1. **Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai ilmu komunikasi khususnya bidang Humas sebagai bahan perbandingan antara teori dengan penerapannya atau praktiknya.

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai online shop Jafra pada kalangan remaja di kota bandung.

1. **Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan konstribusi dalam menambah wawasan serta pengetahuan dan mengaplikasikan ilmu komunikasi, khususnya tentang fenomena online shop Jafra pada kalangan remaja di kota bandung.

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah kepustakaan ilmu komunikasi terutama bidang Humas, serta meningkatkan informasi dan memperluas pengetahuan bagi pihak yang berkepentingan mengenai materi yang diteliti.