

## **BAB 1**

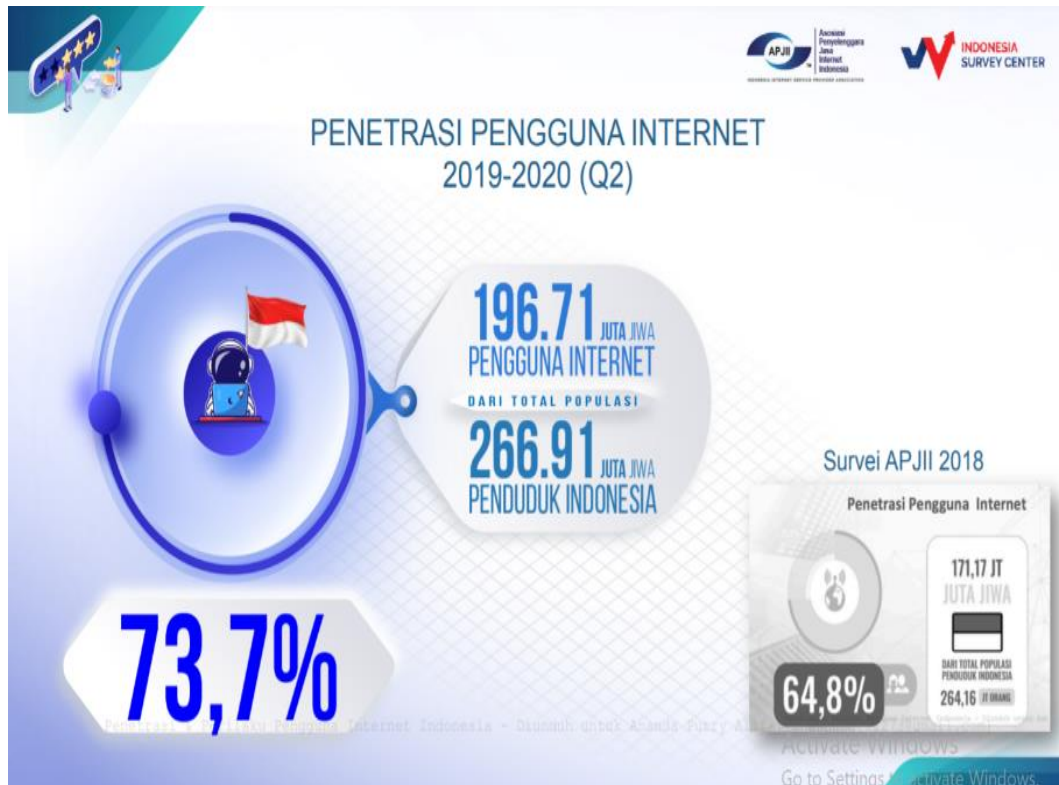
### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Di Indonesia saat ini mengalami situasi yang mengharuskan masyarakatnya untuk meminimalisir keluar rumah karena adanya virus atau penyakit yang menyebar secara luas dan cepat di berbagai daerah di Indonesia. Pada akhir Januari 2020, WHO mengumumkan bahwa situasi ini merupakan darurat kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian internasional, yang disebut sebagai pandemi Covid-19. Situasi pandemi Covid-19 ini membuat masyarakat semakin intens dalam menggunakan *smartphone*. Berbicara *smartphone*, masyarakat juga pastinya menggunakan internet untuk mengakses informasi maupun kebutuhan lainnya. Maka dengan ini, masyarakat pun memanfaatkan *smartphone* sebagai pemenuh kebutuhan yang diperlukan.

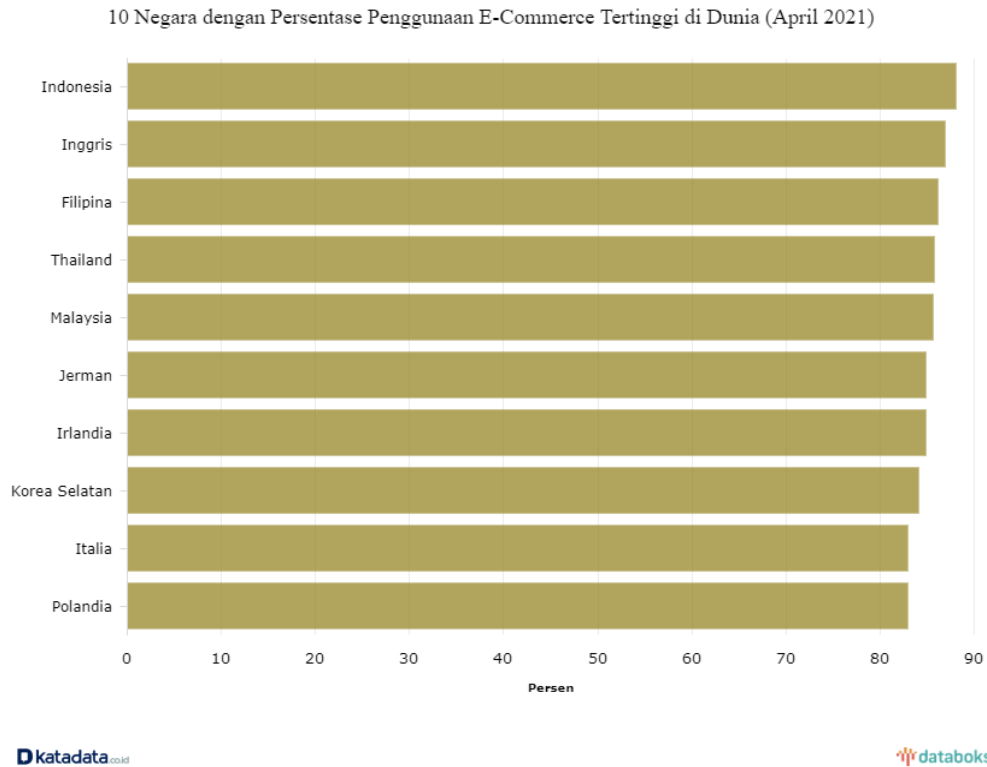
Menurut hasil survei Pengguna Internet Indonesia dari 2019 – Quartal II 2020 yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia berjumlah 73,7% naik dari 64,8% di tahun 2018. Dapat dikatakan bahwa pengguna internet di Indonesia ini naik sekitar 8,9%. Kenaikan persentase dari pengguna internet di Indonesia dikarenakan situasi pandemi Covid-19 yang membuat masyarakat sekarang ini intens menggunakan internet setiap harinya. Di sisi lainnya juga, untuk memutus rantai penyebaran Covid-19 ini, pemerintah memberlakukan untuk semua kegiatan yang biasanya dilakukan di luar rumah seperti pekerjaan, sekolah, ibadah maupun jual-beli

sekarang ini dilakukan secara atau melalui *online*, yang dapat dipastikan bahwa internet memang dipakai untuk kegiatan sehari-hari.



**Gambar 1.1. Persentase Pengguna Internet di Indonesia**

Di tengah situasi pandemi ini, terdapat fenomena di kalangan masyarakat luas yaitu meningkatnya jumlah penggunaan *e-commerce* semenjak pandemi ini berlangsung. Menurut data yang didapatkan melalui [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id) yang bersumber dari *We Are Social*, Indonesia menjadi peringkat pertama di dunia yang memakai layanan *e-commerce* untuk membeli produk tertentu dengan persentase 88,1%.

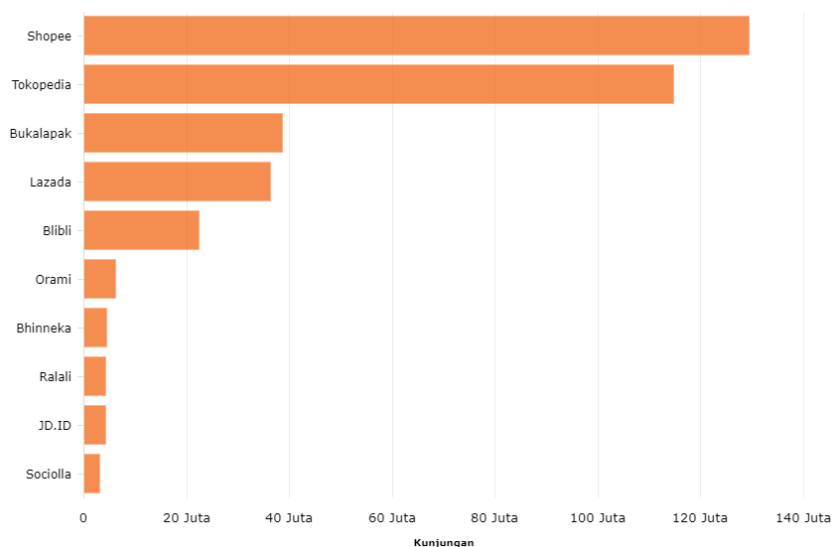


**Gambar 1.2. Persentase Penggunaan E-Commerce di Dunia**

Meningkatnya jumlah penggunaan *e-commerce* di Indonesia ini juga dapat diartikan dengan meningkatnya penggunaan *marketplace* yang menjadi wadah atau tempat antara penjual dengan pembeli melangsungkan transaksi. Penggunaan *marketplace* di kalangan masyarakat ini muncul karena adanya pembatasan kegiatan di luar rumah. Jadi, masyarakat kini memanfaatkan *smartphone* untuk membeli atau memenuhi kebutuhan yang diperlukan di saat pandemi Covid-19 melalui *marketplace* agar meminimalisir keluar rumah. Meskipun sebelumnya masyarakat telah mengenal dan mengetahui *marketplace* di Indonesia, tetapi penggunaannya belum meluas seperti saat pandemi sekarang.

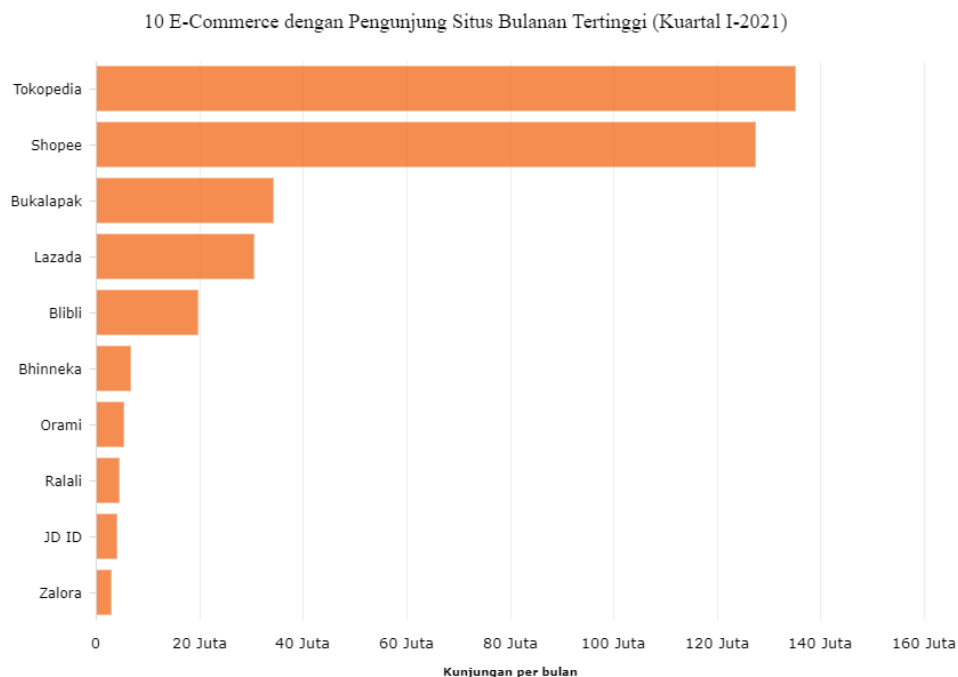
Salah satu *marketplace* yang banyak digunakan di Indonesia adalah Tokopedia. Dengan banyaknya yang menggunakan *marketplace* Tokopedia ini menghadirkan fenomena baru di tengah pandemi Covid-19. Menurut data yang didapatkan melalui databoks.katadata.co.id yang bersumber dari iPrice, hasil data dari 10 *E-Commerce* dengan Pengunjung Terbesar pada Kuartal IV 2020 ini menampilkan bahwa Shopee ada di urutan pertama dengan jumlah pengunjung tiap bulannya sebesar 129,3 juta sedangkan Tokopedia berada di urutan kedua dengan jumlah pengunjung tiap bulannya rata-rata sebesar 114,67 juta. Urutan selanjutnya diisi oleh Bukalapak, Lazada, Blibli, Orami, Bhinneka, Ralali, JD.ID dan Sociolla. Hasil yang di dapat ini memperlihatkan bahwa masyarakat sudah intens melakukan pembelian produk melalui *marketplace* selama pandemi Covid-19 ini.

**Gambar 1.3. 10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar pada Kuartal IV 2020**

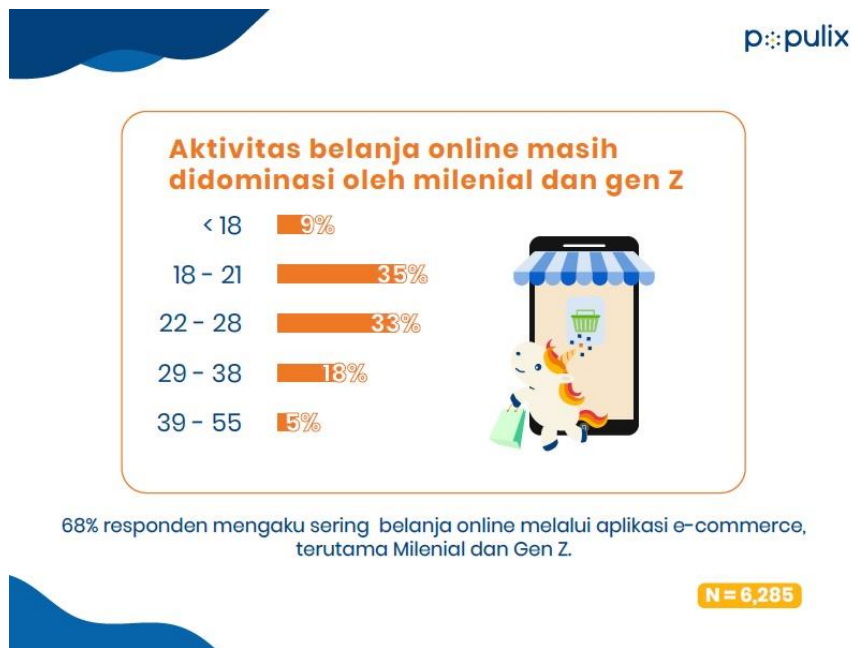


Kemudian pada kuartal I 2021, menurut data yang didapatkan melalui databoks.katadata.co.id yang bersumber dari iPrice ini mendapatkan hasil bahwa Tokopedia berada di urutan pertama dengan jumlah kunjungan tiap bulannya mencapai 135,1 juta naik 17,8% dari 114,67 juta kunjungan. Hasil dari data di kuartal I 2021 ini memiliki perbedaan peringkat. Di urutan selanjutnya ditempati oleh Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli, Bhinneka, Orami, Ralali, JD.ID dan Zalora. Dari hasil yang di dapat ini, dapat dikatakan Tokopedia menjadi *marketplace* pertama yang menjadi pilihan bagi masyarakat Indonesia untuk membeli produk yang diperlukan. Tokopedia berhasil menjadi urutan pertama, karena masyarakat menilai bahwa Tokopedia sebagai *marketplace* yang dipercaya.

**Gambar 1.4. 10 E-Commerce dengan Pengunjung Situs Bulanan Tertinggi Kuartal I 2021**



**Gambar 1.5. Kelompok Masyarakat yang Paling Banyak Belanja *Online***



Tidak hanya meningkatnya jumlah kunjungan Tokopedia tiap bulannya yang menjadikan Tokopedia sebagai *marketplace* yang banyak digunakan masyarakat Indonesia untuk berbelanja *online*. Menurut data yang didapat melalui buletin APJII Desember 2020 yang bersumber dari Populix, hasil survei ini melibatkan 6.285 responden di seluruh Indonesia yang menunjukkan bahwa kelompok usia tertinggi ditempati oleh kalangan usia 18-21 tahun dengan 35% dan 22-28 tahun yang mendapatkan 33% suara. Di posisi ketiga kelompok usia 29-38 tahun dengan perolehan suara 18%. Dari survei yang dihasilkan, dapat dikatakan bahwa generasi milenial (kelahiran 1981-1996) dan generasi Z (kelahiran 1997 ke atas) merupakan kelompok masyarakat yang paling banyak berbelanja online.

Hal ini menjadi fenomena di tengah pandemi Covid-19, tidak hanya di kalangan luas tetapi di kalangan mahasiswa, di mana mahasiswa sekarang ini sebagai generasi muda yang memang memiliki berbagai keperluan dalam hal pribadi maupun pendidikan. Oleh karena itu, peneliti berminat untuk mendalami dan meneliti lebih lanjut mengenai fenomena tersebut dengan judul “FENOMENA PENGGUNAAN APLIKASI TOKOPEDIA SAAT PANDEMI COVID-19 DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS PASUNDAN”.

## **1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Masalah**

### **1.2.1. Fokus Penelitian**

Melihat konteks penelitian di atas maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada “**Bagaimana Fenomena Penggunaan Aplikasi Tokopedia saat Pandemi Covid-19 di Kalangan Mahasiswa Universitas Pasundan?**”

### **1.2.2. Pertanyaan Masalah**

- 1) Bagaimana motif pengguna aplikasi Tokopedia saat pandemi Covid-19 di kalangan mahasiswa Universitas Pasundan?
- 2) Bagaimana tindakan pengguna aplikasi Tokopedia saat pandemi Covid-19 di kalangan mahasiswa Universitas Pasundan?
- 3) Bagaimana mahasiswa Universitas Pasundan memaknai penggunaan aplikasi Tokopedia saat pandemi Covid-19?

### **1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab semua pertanyaan yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang harus dicari gambarannya dan tujuan dari penelitian ini antara lain:

- 1) Mengetahui motif penggunaan aplikasi Tokopedia saat pandemi Covid-19 di kalangan mahasiswa Universitas Pasundan.
- 2) Mengetahui tindakan penggunaan aplikasi Tokopedia saat pandemi Covid-19 di kalangan mahasiswa Universitas Pasundan.
- 3) Mengetahui makna penggunaan aplikasi Tokopedia saat pandemi Covid-19 di kalangan mahasiswa Universitas Pasundan.

#### **1.3.2. Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta nilai guna pengembangan ilmu pada umumnya dalam bidang Ilmu Komunikasi. Sesuai dengan tema yang diangkat, maka kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua golongan, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

##### **1.3.2.1. Kegunaan Teoritis**

- 1) Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat menambah variasi bahan kajian tentang fenomena penggunaan aplikasi Tokopedia saat pandemi Covid-19 di kalangan mahasiswa Universitas Pasundan.



- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah variasi bahan kajian tentang penggunaan aplikasi Tokopedia saat pandemi Covid-19 di kalangan mahasiswa Universitas Pasundan, serta memberikan kontribusi bagi penelitian komunikasi lain.
- 3) Menjadi bahan masukan, informasi, referensi dan melengkapi bahan kepustakaan bagi pihak yang membutuhkan.

#### **1.3.2.2. Kegunaan Praktis**

- 1) Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam menyikapi adanya penggunaan Tokopedia saat pandemi Covid-19 di tengah – tengah masyarakat khususnya dikalangan mahasiswa Universitas Pasundan.
- 2) Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan berusaha menjadi bahan pertimbangan dalam bahan referensi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan penggunaan Tokopedia.
- 3) Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan, rekomendasi, pemikiran, informasi dan kontribusi positif bagi peneliti komunikasi lain yang mengambil objek serupa.