**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Konteks Penelitian**

Kemajuan serta inovasi yang terjadi pada bidang teknologi informasi dan komunikasi mampu membawa sebuah perubahan yang luar biasa dalam sikap dan tingkah laku setiap individu. Lahirnya media sosial menjadikan pola perilaku setiap individu mengalami berbagai macam bentuk pergeseran, baik dari segi norma maupun budaya. Seorang individu berkomunikasi dengan beragam bentuk, strategi serta situasi atau keadaan. Tingkat kebutuhan dan kondisi menjadi salah satu faktor dalam pemilihan strategi komunikasi oleh setiap individu, baik melalui lisan, tulisan, maupun berupa simbol. Mengacu kepada pemanfaatan media komunikasi atau media-media lainnya yang berbasis *web,* setiap individu memiliki motif yang berbeda-beda, sekadar berinteraksi, hiburan, pemenuhan dan berbagi informasi, atau untuk melakukan suatu perkembangan promosi.

Penggunaan media sosial dalam hubungan antar manusia memang memiliki berbagai macam manfaat serta kemudahan yang ditawarkan bagi yang menggunakannya. Sebagai makhluk sosial, komunikasi dan interaksi yang terjadi antar makhluk hidup memang menjadi suatu kebutuhan pokok alamiah yang bersifat fundamental. Perkembangan teknologi informasi serta komunikasi yang terjadi, telah berhasil merubah dan menciptakan sesuatu yang baru dalam kegiatan komunikasi oleh setiap individu sosial, yang mendorong untuk dimanfaatkan oleh setiap manusia pada segala aspek kehidupan.

Media sosial menjadi salah satu alternatif yang banyak dipilih oleh setiap individu sampai saat ini. Seperti halnya *Facebook,* yang banyak digemari dan digunakan oleh seluruh elemen masyarakat menyangkut pemenuhan kebutuhan akan informasi sebagai makhluk sosial. Bahkan bukan hanya itu, media sosial *Facebook* telah dijadikan suatu sarana untuk melakukan sebuah promosi dan penjualan pada saat ini, hal tersebut hadir dan menciptakan sebuah budaya dan kebiasaan baru dalam kehidupan bersosialisasi antar individu manusia.

Perubahan tersebut berkembang dengan sangat cepat, ditambah dengan lahirnya ide-ide baru dari para penggunanya, yang kemudia dianggap menjadi sebuah inovasi dalam pemanfaatan media *Facebook* sebagai sarana komunikasi dan promosi. Hal tersebut mendorong terbentuknya persepsi mengenai kemudahan yang dirasakan pada saat menggunakannya, terutama mengacu kepada tidak adanya batasan ruang dan waktu. Dari adanya kemudahan-kemudahan tersebut, timbulah ide dan inovasi lainnya dari para pengguna *Facebook* yang juga ikut berkembang seiring terjadinya perkembangan zaman, yang mengacu kepada pemenuhan kebutuhan ekonominya, terlihat dari adanya banyak kegiatan jual beli *online* di media sosial *Facebook* yang berlangsung sampai saat ini.

*Facebook.inc,* di *Menlo, California, Amerika Serikat* adalah sebuah perusahaan yang telah melahirkan *Facebook* sebagai layanan jejaring sosial, serta yang berperan aktif menyangkut pengendalian dan kontroling di dalamnya. *Facebook* sendiri merupakan suatu bentuk transformasi dari *FaceMash,* yang telah diresmikan dirubah dan berganti nama menjadi *Facebook* sejak 4 Februari tahun 2004 lalu.

*Mark Zuckerberg,* mahasiswa Ilmu Komputer dari *Harvard University* menjadi salah seorang ikon dibalik sejarah berdirinya perusahaan *Facebook.inc.* Kemajuan dan perkembangan yang terjadi pada Facebook sampai saat ini, menjadikannya salah satu media populer yang memiliki banyak sekali pengguna aktif sampai ke seluruh penjuru dunia, ditambah dengan adanya hubungan kerjasama perusahaan yang terjadi antara *Facebook* dengan perusahaan lainnya, seperi *Whatsapp* dan *Instagram.*

Melihat dari luasnya jangkauan penyebaran *Facebook* mengenai kegiatan jual beli secara *online,* maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai kehandalan, karakteristik dan efek media Facebook sebagai media komunikasi jual beli *online* yangkhususnya dilakukan oleh remaja di Kabupaten Karawang. Penulis melakukan penelitian ini dengan judul :

**“Penggunaan *Facebook* Sebagai Media Komunikasi Jual Beli *Online* Di Kalangan Remaja Di Kabupaten Karawang.”**

* 1. **Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**
		1. **Fokus Penelitian**

Berdasarkan pada uraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini berfokus kepada **Bagaimana Praktik Dan Kegunaan *Facebook* Sebagai Media Komunikasi Dalam Kegiatan Jual Beli Di Kalangan Remaja Di Kabupaten Karawang.**

* + 1. **Pertanyaan Penelitian**
1. Bagaimana kehandalan *Facebook* sebagai media komunikasi jual beli *online*?
2. Bagaimana karakteristik *Facebook* sebagai media komunikasi jual beli *online*?
3. Bagaimana efek media sosial *Facebook* sebagai media komunikasi jual beli *online*?
	1. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**
		1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah guna mengetahui kelebihan dan pandangan menyangkut media sosial *Facebook* sebagai media komunikasi *online* dan sarana jual beli di kalangan remaja di Kabupaten Karawang.

* + 1. **Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap perkembangan dan pendalaman ilmu yang berkaitan dengan judul penelitian Media Sosial. Selain itu, penelitian ini terbagi menjadi dua kegunaan, yaitu :

1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan persepsi dan gambaran secara komprehensif kepada para pelaku bisnis *online* mengenai praktik dan pemanfaatan Facebook sebagai media komunikai jual beli *online,* dan di pilih oleh para remaja di Kabupaten Karawang.

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara teoritis melalui sumbangan teori yang telah dikembangkan kedalam bentuk karya tulis ilmiah sebagai kepentingan acuan serta rujukan penelitian sejenis pada masa mendatang.