

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENELITIAN**

#### **2.1 Review Penelitian Sejenis**

Literatur dibutuhkan secara rutin ataupun tersusun secara berkala. Dokumen dalam literatur berfungsi sebagai alat peneliti, selain itu literatur memiliki kriteria yang sangat bagus dan relevan pada fokus kajian. Maksudnya relevan adalah sesuatu literatur dapat memecahkan masalah dalam mencari kebutuhan informasi.

1. Rosyidah Friska Nur, dkk 2022. Universitas Negeri Surabaya melakukan penelitian yang berjudul “Pengalaman Mahasiswa Penggunaan Fitur *Paylater* di *E-Commerce*”. Metode penelitian pada penelitian ini adalah metode pendekatan kualitatif fenomenology dengan subjek penelitian mahasiswa ilmu komunikasi universitas negeri Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan perubahan kehidupan sosial yang berubah karena adanya fitur – fitur yang memudahkan pembeli di *e-commerce*. Perbedaan penelitian yang dibuat yaitu, peneliti menganalisis mengenai perubahan kehidupan sosial masyarakat karena adanya fitur – fitur di *e-commerce*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan layanan *paylater* di platform *e-commerce* membuat daya beli mahasiswa terus meningkat.
2. Arvianti Putri 2023. Universitas Islam Negeri Surabaya melakukan penelitian yang berjudul “Perilaku Konsumtif Pengguna *Shopee Paylater* di Kalangan Mahasiswa UIN Surabaya”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Perbedaan penelitian ini membahas mengenai perilaku konsumtif Masyarakat khususnya dikalangan mahasiswa UIN Surabaya. Hasil penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa uin Surabaya menggunakan *paylater* dilatar belakangi oleh beberapa faktor. Sehingga penggunaan *paylater* yang dilakukan oleh mahasiswa saat berbelanja bukan hanya didasari oleh faktor mininya keuangan saja. Dari hasil analisis mahasiswa uin Surabaya dalam menggunakan *paylater* didasari oleh keinginan atau Hasrat keinginan semata.

3. Rifkiyansyah Beni Muhamad 2023. Universitas Pasundan Bandung melakukan penelitian yang berjudul “Pinjaman Online di Kalangan Masyarakat Bandung”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenology Alfred Schutz. Perbedaan dari penelitian ini adalah, penelitian ini berfokus pada peminjaman online aplikasi akulaku di kalangan Masyarakat kota Bandung. Metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif Masyarakat melakukan pinjaman online di Akulaku ialah untuk memenuhi kebutuhan primer, kebutuhan mendesak, dan gaya hidup. Tindakan yang diperoleh setelah melakukan pinjaman ialah menyetujui pinjaman dan tergiur untuk meminjam dana dengan jumlah dan waktu yang beragam. Makna pinjaman online Akulaku menurut informan aplikasi mudah, aman, pencairan dana cepat, dan bunga rendah.
4. Revan Eria, 2021. Universitas Negeri Surabaya, Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi berupa riwayat transaksinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif mahasiswa di Surabaya menggunakan paylater terdiri atas because to motive yang meliputi urgensi atau desakan, pemanfaatan fitur paylater yang menguntungkan dan pemanfaatan teknologi sistem pembayaran yang baru serta in order to motive meliputi opsi alternative pengganti kartu kredit, solusi pembayaran yang cepat dan mudah dan strategi e-commerce atau online travel agent untuk menghadirkan paylater.
5. Monabila Magelo, 2022. Universitas Pancasila Jakarta. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh dengan mengamati berbagai pola belanja menggunakan Shopee Paylater. Kemudian disajikan secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat umum menggunakan fitur Shopee Paylater di Shopee agar tetap dapat berbelanja online dengan sistem “pay later”. Hal ini muncul sebagai salah satu bentuk kebiasaan belanja online yang terbentuk selama pandemi. Ada banyak fitur Paylater di aplikasi lain, namun Shopee Paylater menjadikan fitur ini lebih

efektif dan efisien dari segi proses pembuatan akun hingga implementasinya. Adanya diskon, asuransi, voucher promo, cashback dan cicilan membuat Shopee Paylater menjadi keunggulan yang diminati konsumen. Fitur ini juga menjadi fitur paling terpercaya karena minimnya kesalahan yang terjadi dari pihak Shopee sendiri.

**Tabel 2. 1 Review Peneliatain Sejenis**

<b>Nama dan Judul Peneliatian</b>	<b>Teori yang Dugunakan</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil</b>	<b>Perbedaan Penelitian</b>
Rosyidah Friska Nur, dkk. Pengalaman Mahasiswa Penggunaan Fitur <i>Paylater</i> di <i>E-Commerce</i> (2022)	Fenomenologi	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan layanan paylater di platform e-commerce membuat daya beli mahasiswa terus meningkat.	Penelitian ini adalah untuk menjelaskan perubahan kehidupan sosial yang berubah karena adanya fitur – fitur yang memudahkan pembeli di <i>e-commerce</i> .
Arvianti Putri Prilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater di Kalangan Mahasiswa UIN Surabaya (2023)	Fenomenologi	Kualitatif	Hasil penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa uin Surabaya menggunakan paylater dilatar belakangi oleh beberapa faktor.	Perbedaan penelitian ini membahas mengenai perilaku konsumtif Masyarakat khususnya

<b>Nama dan Judul Penelitian</b>	<b>Teori yang Dugunakan</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil</b>	<b>Perbedaan Penelitian</b>
			<p>Sehingga penggunaan palater yang dilakukan oleh mahaiswa saat berbelanja bukan hanya didasari oleh faktor mininya keuangan saja. Dari hasil analisis mahasiswa uin Surabaya dalam menggunakan paylater didasari oleh keinginan atau Hasrat keinginan semata.</p>	<p>dikalangan mahasiswa UIN Surabaya.</p>
<p>Rifkiyansyah Beni Muhamad Pinjaman Online di Kalangan Masyarakat Bandung (2023)</p>	<p>Fenomenology Alfred Schutz</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian menunjukan bahwa motif Masyarakat melalukan pinjaman online di Akulaku ialah untuk memenuhi kebutuhan primer, kebutuhan</p>	<p>Perbedaan dari penelitian ini adalah, penelitian ini berfokus pada peminjaman online aplikasi akulaku di kalangan</p>

Nama dan Judul Penelitian	Teori yang Dugunakan	Metode Penelitian	Hasil	Perbedaan Penelitian
			mendesak, dan gaya hidup. Tindakan yang diperoleh setelah melakukan pinjaman ialah menyudai pinjaman dan tergiur untuk meminjam dana dengan jumlah dan waktu yang beragam. Makna pinjaman online Akulaku menurut informan aplikasi mudah, aman, pencairan dana cepat, dan bunga rendah.	Masyarakat kota bandung.
Revan Eria Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa Di Surabaya (2021)	fenomenologi	kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif mahasiswa di Surabaya menggunakan paylater terdiri atas because to motive yang meliputi urgensi atau desakan, pemanfaatan fitur	Perbedaan dari penelitian ini, penelitian ini berfokus hanya pada motif mahasiswa atau Masyarakat di Surabaya.

Nama dan Judul Penelitian	Teori yang Dugunakan	Metode Penelitian	Hasil	Perbedaan Penelitian
			<p>paylater yang menguntungkan dan pemanfaatan teknologi sistem pembayaran yang baru serta in order to motive meliputi opsi alternative pengganti kartu kredit, solusi pembayaran yang cepat dan mudah dan strategi e-Commerce atau online travel agent untuk menghadirkan paylater.</p>	
<p>Monabila Magelo Analisis Pemanfaatan Shopee Paylater Sebagai Alat Pinjaman Online Di Era Pasca Pandemic Covid-19 (2022)</p>	<p>Deskriptif</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat umum menggunakan fitur Shopee Paylater di Shopee agar tetap dapat berbelanja online dengan sistem “pay later”. Hal ini muncul sebagai salah satu bentuk kebiasaan</p>	<p>Perbedaan dari penelitian ini, penelitian ini fokus pada pemanfaatan shopee paylater sebagai alat pinjam online, selain itu perbedaannya terletak pada</p>

Nama dan Judul Penelitian	Teori yang Dugunakan	Metode Penelitian	Hasil	Perbedaan Penelitian
			<p>belanja online yang terbentuk selama pandemi. Ada banyak fitur Paylater di aplikasi lain, namun Shopee Paylater menjadikan fitur ini lebih efektif dan efisien dari segi proses pembuatan akun hingga implementasinya. Adanya diskon, asuransi, voucher promo, cashback dan cicilan membuat Shopee Paylater menjadi keunggulan yang diminati konsume</p>	<p>teori yg digunakan.</p>

**Sumber: diolah peneliti 2023**

## **2.2 Kerangka Konseptual**

### **2.2.1 Komunikasi**

#### **2.2.1.1 Definisi Komunikasi**

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan. Komunikasi selalu kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi merupakan satu-satunya cara untuk bertukar informasi dalam kehidupan bersosial. Komunikasi sangat sering dilakukan baik secara verbal maupun non-verbal. Roudhonah menyampaikan komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang menyampaikan pesanya baik dengan lambang bahasa maupun dengan isyarat, gambar, gaya yang antara keduanya terdapat kesamaan makna sehingga keduanya dapat mengerti apa yang sedang dikomunikasikan (2019, hlm 24).

Dalam buku Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer (Nurudin, 2016:8) komunikasi setidaknya mengandung berbagi, kebersamaan atau pemahaman pesan. Dengan demikian secara akar proses komunikasi bisa terjadi jika ada pesan yang dibagi ke pihak lain dan pesan tersebut bertujuan untuk mencapai kebersamaan dalam pemahaman. Widjaja menjelaskan bahwa komunikasi merupakan hubungan antar makhluk hidup yang terjadi secara tatap muka maupun virtual dengan memberikan informasi satu sama lain agar mendapatkan tanggapan dan pemahaman mengenai informasi yang disampaikan (2017, hlm 1)

#### **2.2.1.2 Tujuan Komunikasi**

Tujuan komunikasi adalah untuk mengubah sikap, pendapat, perilaku, dan perilaku sosial. Tujuan komunikasi menunjuk pada suatu harapan atau keinginan yang dituju oleh pelaku komunikasi. Menurut Harold D.Lasswel menyebutkan bahwa tujuan komunikasi ada empat, yaitu:

1. Perubahan sosial (*sosial change*)

Seseorang mengadakan komunikasi dengan orang lain diharapkan adanya perubahan sosial dalam kehidupannya, seperti kehidupannya akan lebih baik setelah berkomunikasi.

2. Perubahan sikap (*attitude change*)

Seseorang berkomunikasi ingin mengadakan perubahan sikap.



3. Perubahan pendapat (*opinion change*)

Seseorang dalam berkomunikasi mempunyai harapan untuk mengadakan perubahan pendapat.

4. Perubahan perilaku (*behavior change*)

Seseorang berkomunikasi karena ingin mengadakan perubahan perilaku.

### 2.2.1.3 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi yang dipaparkan oleh Deddy Mulyadi dalam buku yang berjudul “Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar” (2016, hlm 5) ialah sebagai berikut:

1. Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi menjadi komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu krusial buat membangun konsep diri kita, buat kelangsungan hidup, buat memperoleh kebahagiaan, terhindar berdasarkan tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk interaksi menggunakan orang lain.

2. Pembentukan Konsep Diri

Konsep diri adalah pandangan kita tentang siapa diri kita, itu diperoleh melalui informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Konsep diri yang paling dini umumnya dipengaruhi oleh keluarga dan teman dekat, termasuk kerabat.

3. Pernyataan eksistensi diri

Orang berkomunikasi hanya untuk mewujudkan bahwa dirinya eksis. Inilah yang disebut akulturasi diri atau lebih tepatnya lagi pernyataan eksistensi diri.

4. Komunikasi ekspresif

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif dapat mengekspresikan diri, baik secara tunggal maupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain, tetapi dapat dilakukan dalam komunikasi untuk menyampaikan perasaan kita.

#### 5. Komunikasi Ritual

Fungsi komunikasi untuk memenuhi identitas manusia sebagai individu, sebagai anggota komunitas sosial, dan sebagai elemen alam semesta. Mereka yang terlibat dalam komunikasi ritual mengkonfirmasi hal ini adalah keterikatan pada keluarga, etnis, bangsa, ideologi, atau tradisi agama.

#### 6. Komunikasi Instrumental

Tujuan umumnya untuk menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, mengubah keyakinan dan perilaku, atau menggerakkan Tindakan, dan juga untuk menghibur.

#### 2.2.1.4 Unsur Komunikasi

Unsur – unsur komunikasi menurut Roudhonah (2019, hlm 56) sebagai berikut:

- a. Sumber (Source) adalah apa yang ada dalam benak seseorang baik berupa ide pemikiran gagasan, peristiwa/kejadian, pengetahuan dll yang semuanya itu hasil dari persepsi yang kemudian disimpan dalam kepala.
- b. Komunikator yakni orang yang pertama kali menyampaikan pesan.
- c. Pesan (Message) adalah pesan baik berupa kata-kata, lambing-lambang, isyarat atau gambar yang disampaikan.
- d. Komunikan adalah orang yang menerima pesan.
- e. Destination adalah tujuan yang ingin dicapai dari proses komunikasi.
- f. Media adalah alat yang digunakan untuk berkomunikasi agar hasil komunikasi dapat mencapai sasaran yang lebih banyak dan luas.
- g. Feedback adalah tanggapan/umpan balik/jawaban atau respons komunikan kepada komunikator bahwa komunikasi dapat diterima.
- h. Efek adalah perubahan yang terjadi dipihak komunikan sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui komunikasi.

### **2.2.1.5 Prinsip Komunikasi**

Menurut Prof. Deddy Mulyana, didalam buku yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar menjelaskan terdapat prinsip komunikasi (2013, hlm 87), yaitu:

#### **1. Komunikasi Adalah Proses Simbolik**

Komunikasi merupakan sebuah lambang atau symbol ialah salah satu kategori yang digunakan untuk menunjuk suatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang.

#### **2. Setiap Perilaku Mempunyai Potensi Komunikasi**

Manusia tidak bisa berinteraksi dan berkomunikasi, bahwa tak semua perilaku adalah sebuah komunikasi. Komunikasi terjadi apabila seseorang memberikan arti terhadap sikap seseorang atau sikap dirinya sendiri.

#### **3. Komunikasi Punya Dimensi Isi dan Dimensi Hubungan**

Dimensi isi digunakan secara verbal, berbeda dimensi isi, dimensi hubungan adalah kebalikannya, yaitu digunakan secara nonverbal. Dimensi isi merupakan dimensi yang menunjukkan muatan komunikasi. Sedangkan dimensi hubungan adalah menunjukkan bagaimana cara mengatakan dan mengisyaratkan.

#### **4. Komunikasi Berlangsung Dalam Berbagai Tingkat Kesengajaan**

Komunikasi dilakukan pada aneka macam tingkat kesengajaan, dari komunikasi yang tidak disengaja sama sekali sebagai akibatnya komunikasi direncanakan benar dan disadari.

### **2.2.1.6 Proses Komunikasi**

Berlangsungnya komunikasi itu adalah jika antara komunikator dan komunikan mengadakan kesamaan makna atau arti. Karena pada hakikatnya beromunikasi adalah membuat komunikator dan komunikan sama-sama memberi arti yang sama terhadap lambang yang sama terhadap yang dikomunikasikan. Adapun proses pelaksanaan komunikasi dapat berlangsung sebagai berikut:

#### **1. Primer**

Yakni proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media, seperti Bahasa, isyarat,

gambar, warna, dan lain-lain. Yang dilakukan secara langsung tanpa ada media lain atau yang keduanya sebagai alat penyampai. Lambang bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi karena hanya bahasalah yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang yang abstrak sekalipun.

## 2. Sekunder

Yakni proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama. Pengguna media kedua ini bisa dikarenakan sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Media tersebut bisa berupa surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, TV, dan sebagainya. (2019, hlm 57)

### 2.2.2 Internet

#### 2.2.2.1 Definisi Internet

Dalam buku 10 jam menguasai internet: teknologi dan aplikasinya (2008, hlm 2) Yuhefizar menjelaskan bahwa internet adalah rangkaian hubungan jaringan komputer yang dapat diakses secara umum diseluruh dunia, yang mengirimkan data dalam bentuk paket data berdasarkan standar *internet protocol*. Lebih dalam lagi, internet adalah Kumpulan jaringan dari jaringan – jaringan komputer dunia yang terdiri dari jutaan unit – unit kecil, seperti e-mail, online chat, transfer file dan saling keterhubungan (*linked*) antara satu halaman web dengan sumber halaman web lainnya.

Menurut Gani dalam jurnalnya internet kepanjangan dari *interconnected networking*, yang mempunyai arti hubungan computer dengan dengan berbagai tipe yang membentuk sistem jaringan yang mencakup seluruh dunia. Sedangkan menurut Ramadhan internet adalah singkatan dari *interconnected network*. Internet merupakan sebuah sistem komunikasi yang mampu menghubungkan jaringan-jaringan komputer diseluruh dunia (2005, hlm 1).

### 2.2.2.2 Fungsi Internet

Sejalan dengan perkembangan zaman, kemajuan teknologi juga semakin maju. Seperti halnya awal mula fungsi terbentuknya internet, internet memiliki fungsi yang lebih sempit, sekarang fungsi tersebut hampir tidak bisa menyebukan satu persatu fungsi dari internet tersebut, tetapi secara garis besar fungsi internet tersebut bisa dikelompokkan menjadi beberapa saja. Quarterman dan Mitchell dalam jurnal berjudul Pengenalan teknologi internet serta dampaknya yang ditulis oleh Gani menyebutkan fungsi internet, diantaranya:

1. Internet sebagai media komunikasi

Merupakan fungsi internet yang paling banyak digunakan dimana setiap pengguna internet dapat berkomunikasi dengan pengguna lainya dari seluruh dunia.

2. Media pertukaran data

Dengan menggunakan e-mail dan www (*world wide web* – jaringan situs-situs web) para pengguna internet di seluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah.

3. Media untuk mencari informasi dan data

Perkembangan internet yang pesat, menjadikan www sebagai salah satu sumber informasi yang penting dan akurat.

4. Fungsi komunitas

Internet membentuk Masyarakat baru yang beranggotakan para pengguna internet dari seluruh dunia. Dalam komunitas ini para pengguna internet dapat berkomunikasi, mencari informasi, berbelanja, melakukan transaksi bisnis, dan sebagainya. Karena sifat internet yang mirip dengan dunia kita sehari-hari maka internet sering disebut dengan *cyberspace* atau *virtual world* (dunia maya).

Internet berfungsi sebagai aspek komunikasi, penyedia informasi, dan fasilitas untuk promosi. Internet apat menghubungkan kita dengan berbagai pihak di berbagai lokasi di seluruh dunia.

### 2.2.2.3 Karakteristik Internet

Menurut Nasrullah dalam bukunya yang berjudul Teori Riset Media Siber (Cybermedia) (2022) menyebutkan beberapa karakteristi internet, diantaranya:

#### 1. Jejaring

Jejaring tidak hanya diartikan sebagai infrastruktur yang menghubungkan antara computer dan perangkat keras lainnya, namun juga menghubungkan antara individu. Jejaring itu tidak hanya bertipe koneksi dengan dua individu, tetapi juga bisa melibatkan jumlah individu yang bahkan tidak bisa dibatasi. Pada dasarnya karakteristik jejaring ini memiliki beragam tipe jaringan yang dibuatnya, yakni *local area network* dan *a wide area network*.

#### 2. Interaksi

Merupakan konsep yang sering digunakan untuk membedakan antara media baru yang digital dan media tradisonal yang menggunakan analog. Interaksi merupakan salah satu cara yang berjalan diantara pengguna dan mesin dengan memungkinkan para pengguna maupun perangkat yang saing terhubung secara interaktif.

#### 3. Perangkat

Teknologi media baru, baik perangkat keras seperti komputer maupun perangkat lunak seperti jaringan internet, pada dasarnya beroperasi dengan saling terhubung. Bahwa setiap computer, sebagai missal, merupakan satu entitas tersendiri yang membentuk jaringan diantara computer yang lain. Namun pada dasarnya, baik computer maupun internet merupakan media lalu lintas informasi yang mewakili manusia sebagai konsumen dan produsen (hlm, 75-77).

### 2.2.3 Online

#### 2.2.3.1 Definisi Online

Menurut Wibawa (2019) Dalam Bahasa Indonesia, kata online diterjemahkan menjadi daring yaitu singkatan dari “dalam jaringan”. Istilah online semakin populer dan seolah telah menjadi milik dunia internet. Hal ini terjadi

karena pesatnya perkembangan teknologi internet, apalagi saat ini bukan hanya perangkat komputer yang mampu terhubung dengan internet, berbagai perangkat elektronik lainnya juga telah dapat melakukannya. Sedangkan menurut Jasmadi dan Solusindo online adalah sebuah online yang juga dapat diartikan menjadi sebuah tempat berbagi informasi dimana para pengguna bisa menyumbangkan kemampuan untuk membuat komunitas solid melalui internet.

Dari beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa online yaitu segala apapun aktivitas yang dilakukan dalam jaringan yang menggunakan internet.

### **2.2.3.2 Fungsi Online**

Menurut Vanya (2021) dalam jurnalnya menyebutkan beberapa fungsi online, diantaranya:

1. Fungsi pengawasan

Media daring merupakan sarana yang dapat digunakan untuk melakukan pengawasan terhadap aktivitas Masyarakat.

2. Fungsi sosial learning

Media daring merupakan media paling efektif dalam melakukan *guiding* serta Pendidikan sosial kepada seluruh Masyarakat.

3. Fungsi penyampaian informasi

Media daring digunakan sebagai sarana penyampaian informasi yang cepat dan tidak terbatas ruang serta waktu

4. Fungsi transformasi budaya

Fungsi media daring ini dijadikan perantara untuk sejumlah kepentingan politik, agama, hukum, perdagangan, militer, dan lainnya.

5. Fungsi hiburan

Fungsi media daring ini memungkinkan pengguna internet mencari hiburan di media daring misalnya mengakses Youtube, Facebook, Instagram, dan lain-lain yang memuat konten hiburan.

## **2.2.4 E- Commerce**

### **2.2.4.1 Definisi E-Commerce**

Seperti yang dilansir dalam Gramedia.blog E- Commerce adalah semua kegiatan perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik. Definisi e-commerce menurut Adi Nugroho (2006), e-commerce (perdagangan elektronik) adalah cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa lewat jaringan internet. Sedangkan menurut Rahmati (2009), ecommerce adalah singkatan dari Electronic Commerce yang artinya sistem pemasaran secara atau dengan media elektronik. E-commerce ini mencakup distribusi, penjualan, pembelian, marketing dan service dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah system elektronika seperti internet atau bentuk jaringan komputer yang lain.

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan e-commerce adalah sistem pemasaran dan perdagangan yang dilakukan melalui elektronik.

### **2.2.4.2 Jenis-jenis E-Commerce**

Menurut rehatanit dalam jurnalnya menyebutkan bahwa E-Commerce dapat dibagi menjadi beberapa jenis yang memiliki karakteristik berbeda-beda. Diantaranya:

**a. Business to Business (B2B) Business to Business** E-Commerce memiliki karakteristik:

- 1) Trading partners yang sudah diketahui dan umumnya memiliki hubungan (relationship) yang cukup lama. Informasi hanya dipertukarkan dengan partner tersebut. Dikarenakan sudah mengenal lawan komunikasi, maka jenis informasi yang dikirimkan dapat disusun sesuai dengan kebutuhan dan kepercayaan (trust).
- 2) Pertukaran data (data exchange) berlangsung berulang-ulang dan secara berkala, misalnya setiap hari, dengan format data yang sudah disepakati bersama. Dengan kata lain, servis yang digunakan sudah tertentu. Hal ini



memudahkan pertukaran data untuk dua entiti yang menggunakan standar yang sama.

- 3) Salah satu pelaku dapat melakukan inisiatif untuk mengirimkan data, tidak harus menunggu parternya.
- 4) Model yang umum digunakan adalah peer-to-peer, dimana processing intelligence dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

**b. Business to Consumer (B2C) Business to Consumer** eCommerce memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarakan ke umum.
- 2) Servis yang diberikan bersifat umum (generic) dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh khalayak ramai. Sebagai contoh, karena sistem Web sudah umum digunakan maka servis diberikan dengan menggunakan basis Web.
- 3) Servis diberikan berdasarkan permohonan (on demand). Konsumer melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.
- 4) Pendekatan client/server sering digunakan dimana diambil asumsi client (consumer) menggunakan sistem yang minimal (berbasis Web) dan processing (business procedure) diletakkan di sisi server.

**c. Perdagangan Kolabratif (Collaborative Commerce)**

Dalam c-commerce, para mitra bisnis berkolaborasi ( alih-alih membeli atau menjual ) secara elektronik. Kolaborasi semacam ini seringkali terjadi antara dan dalam mitra bisnis di sepanjang rantai pasokan.

**d. Consumenten to consumenten(C2C)**

Dalam C2C seseorang menjual produk atau jasa ke orang lain. Dapat juga disebut sebagai pelanggan ke palanggan yaitu orang yang menjual produk dan jasa ke satu sama lain. Lelang C2C. Kebanyakan lelang dilakukan oleh perantara, seperti eBay.com, auctionany thing.com; para pelanggan juga dapat menggunakan situs khusus seperti buyit.com atau bid2bid.com. Selain itu banyak pelanggan yang

melakukan lelangnya sendiri seperti greatshop.com menyediakan piranti lunak untuk menciptakan komunitas lelang terbalik C2C online.

## **2.2.5 Shopee**

### **2.2.5.1 Profil dan perkembangan Shopee**

Menurut Adinda Putri (2020, hlm 32) Shopee adalah sebuah situs e-commerce atau elektronik komersial yang didirikan oleh sebuah Perusahaan di Singapura yaitu SEA Group yang berdiri sejak tahun 2009. Shopee pertama kali hadir di Singapura tahun 2015 dan sejak saat itu shopee melebarkan sayapnya ke berbagai negara di Asia. Shopee sendiri dipimpin oleh Chris Feng ia merupakan salah satu mantan pegiat rocket internet yang pernah bekerja di Zalora dan Lazada.

Shopee mulai memasuki pasar Indonesia pada akhir Mei 2015, sedangkan shopee mulai beroperasi di Indonesia pada akhir Juni 2015, aplikasi ini menawarkan berbagai macam produk seperti fashion, elektronik, hingga barang kebutuhan sehari-hari. Shopee menyediakan layanan jual beli barang, dan juga keuangan kelas dunia yang dikelola secara fleksibel dengan menawarkan kredit dalam bentuk tunai dan kredit komoditas. Tujuan dari platform ini untuk menjadikan kekuatan transformatif teknologi guna mengubah dunia menjadi lebih baik dengan menyediakan platform yang bisa menghubungkan penjual dan pembeli dalam satu komunitas. Shopee sebagai platform jual beli barang memungkinkan kamu untuk bisa kredit barang apa saja, kapan saja, dan dimana saja hanya dengan mengunduh aplikasi melalui Appstore dan Playstore.

### **Gambar 2.1 Aplikasi Shopee**



Sumber: [www.shopee.co.id](http://www.shopee.co.id)

### 2.2.5.2 Visi Misi Shopee

Shopee memiliki visi dan misi dalam mengembangkan Perusahaan dan mensejahterakan perekonomian Masyarakat, dilansir pada website resmi shopee berikut visi dan misi yang dikelola oleh shopee, ialah:

1. Visi Shopee

“Menjadi mobile marketplace nomer 1 di Indonesia”

2. Misi Shopee

“Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia”

### 2.2.5.3 Berbagai Layanan Shopee

Layanan shopee terus berkembang hingga kini, shopee memiliki banyak fitur layanan diantaranya seperti:

- a. shopee loyalty yaitu program apresiasi yang diberikan kepada para pelanggan setia shopee
- b. shopee live yaitu fitur yang memungkinkan penjual untuk membuat sesi live streaming untuk mempromosikan toko dan produk secara langsung ke pembeli.
- c. Shopeepay yaitu fitur layanan uang elektronik yang berfungsi sebagai metode pembayaran dan untuk menyimpan pengembalian dana di shopee.
- d. Koin shopee yaitu uang virtual resmi di shopee yang akan dikreditkan ke akun pelanggan setiap pelanggan berhasil berbelanja di shopee mall.
- e. Shopee games yaitu games yang ada di shopee guna memberikan promosi yang berbeda dan menarik bagi masyarakat.
- f. Gratis ongkir, yaitu memberikan kesempatan bagi penjual untuk menawarkan minimal pembelian gratis ongkos kirim kepada para pembeli dengan syarat dan ketentuan program.
- g. Cashback Xtra shopee yaitu memberikan kesempatan kepada penjual untuk menawarkan cashback kepada pembeli dengan syarat dan ketentuan program
- h. Shopee paylater adalah metode pembayaran dalam bentuk pinjaman instan dengan bunga pinjaman yang relative minim.

## **2.2.5 Paylater (Bayar Nanti)**

### **2.2.5.1 Definisi Paylater (Bayar Nanti)**

Beli sekarang bayar nanti atau yang sering disebut *Paylater* merupakan gabungan dari dua kata dalam bahasa Inggris, '*pay*' artinya 'bayar' dan '*later*' yang artinya 'nanti'. Sederhananya fitur ini merupakan metode pembelian dengan pembayaran di belakang. Fitur ini merupakan inovasi terbaru yang memudahkan Masyarakat untuk dapat membeli barang yang diinginkan. Rosydh menyebutkan bahwa layanan Paylater menjadi semakin populer karena menawarkan kemudahan dan keamanan untuk transaksi online. Selain itu, fitur pembayaran menjadi solusi

bagi mereka yang mengalami kesulitan keuangan dan membutuhkan pinjaman dengan cepat (2022, hlm 495).

Sedangkan menurut OJK paylater pada dasarnya adalah layanan untuk menunda pembayaran atau berutang yang wajib dilunasi di kemudian hari. Paylater merupakan sebuah istilah yang merujuk pada transaksi pembiayaan barang atau jasa. Di Indonesia, paylater dapat difasilitasi melalui beberapa lembaga jasa keuangan seperti bank, lembaga pembiayaan, atau *Fintech Peer-to-Peer Lending*.

#### **2.2.5.2 Keuntungan Fitur Spaylater**

Berikut merupakan kelebihan dari shopee paylater:

- a. Memberikan kemudahan dalam berbelanja dengan menyicil  
Fasilitas kredit atau cicilan sangat banyak diberikan kepada mereka yang memiliki credit card. Dengan adanya shopee paylater ini bagi kalian yang belum memiliki credit card sangat pas untuk digunakan untuk berbelanja secara kredit.
- b. Mengatasi berbelanja dalam keadaan mendesak  
Fasilitas ini merupakan jalan pintas dalam berbelanja saat keadaan mendesak, Bayangkan jika pada saat kesulitan membeli tiket pesawat tersebut sudah ada ShopeePayLater tentu saya merasa sangat terbantu.
- c. Hanya mendapatkan bunga yang rendah  
Di fasilitas shopee paylater ini bagi pengguna hanya dibebankan bunga sebesar 1 % pada setiap transaksi. dibandingkan dengan layanan pinjam uang lainnya di internet, persentase bunga ini tergolong rendah di kelasnya.

## **2.3 Kerangka Teoritis**

### **2.3.1 Teori Kontruksi Realitas Sosial Peter Berger Dan Thomas Luckman**

Menurut Christina dalam jurnalnya yang berjudul “Teori Kontruksi Realitas Sosial” kontruksi sosial atas realitas didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu tau sekelompok individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif (2015).

Kontruksi sosial merupakan teori sosiologi kontemporer yang dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Teori ini merupakan suatu kajian teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan (penalaran teoritis yang sistematis) bukan merupakan suatu tinjauan historis mengenai perkembangan disiplin ilmu. Berger dan Luckman berpendapat bahwa institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Walaupun Masyarakat dan institusi sosial terlihat nyata secara objektif, namun pada kenyataannya semua dibentuk dalam definisi subjektif melalui proses interaksi.

Menurut Berger dan Luckman terdapat tiga bentuk realitas sosial, antara lain:

1. Realitas sosial objektif

Merupakan suatu kompleksitas definisi realitas (termasuk ideologi dan keyakinan) gejala-gejala sosial, seperti tindakan dan tingkah laku yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan sering dihadapi oleh individu sebagai fakta.

2. Realitas sosial simbolik

Merupakan ekspresi bentuk-bentuk simbolik dari realitas objektif yang umumnya diketahui oleh khalayak dalam bentuk karya seni, fiksi, serta berita di media.

3. Realitas sosial subjektif

Realitas subjektif yang dimiliki masing-masing individu merupakan basis untuk melibatkan diri dalam proses eksternalisasi atau proses interaksi sosial dengan individu lain dalam sebuah struktur sosial.

Menurut Charles Ngangi dalam jurnalnya yang berjudul “Kontruksi Sosial Dalam Realita Sosial” kontruksi sosial memiliki arti yang luas dalam ilmu sosial. Hal ini biasanya dihubungkan pada pengaruh sosial dalam pengalaman hidup individu. Asumsi dasarnya pada “realitas adalah kontruksi sosial” dari Berger dan Luckman. Selanjutnya dikatakan bahwa kontruksi sosial memiliki beberapa kekuatan pertama, peran sentral bahasa memberikan mekanisme konkret dimana budaya mempengaruhi pikiran dan tingkah laku individu. Kedua, kontruksi sosial dapat mewakili kompleksitas dalam satu budaya tunggal hal ini berarti tidak mengasumsikan keseragaman. Ketiga, hal ini bersifat konsisten dengan Masyarakat dan waktu. Selain itu kontruksi sosial merupakan sebuah pandangan kepada kita bahwa semua nilai, ideologi, dan institusi sosial adalah buatan manusia. Charles Ngangi menyebutkan bahwa kontruksi sosial adalah sebuah pernyataan keyakinan dan juga sebuah sudut pandang bahwa kandungan dari kesadaran dan cara berhubungan dengan orang lain itu diajarkan oleh kebudayaan dan Masyarakat (2011, hlm 1-4).

Fenomena sosial pada Masyarakat yang tampak dalam fenomenologi Berger lebih komprehensif, karena kecermerlangannya dalam mengkaji fenomena sosial dalam bingkai sosiologi. Berger dan Luckman menjelaskan suatu pendekatan fenomenologi senantiasa terkait dengan tindakan manusia yang tidak bisa dilepaskan dari suatu proses internalisasi, objektivitas dan eksternalisasi (hlm 36).

Dalam jurnalnya yang berjudul “Teori Kontruksi Sosial Dari Peter L. Berger dan Thomas Luckman” Dermatot (2013) menyebutkan bahwa Berger dan Luckman berpandangan bahwa kenyataan itu dibangun secara sosial, sehingga sosiologi pengetahuan harus menganalisis proses terjadinya itu. Dalam pengertian individu-individu dalam Masyarakat itulah yang membangun Masyarakat, maka pengalaman individu tidak terpisahkan dengan masyarakat. Dalam sosiologi pengetahuan atau kontruksi sosial Berger dan Luckman, manusia dipandang sebagai pencipta kenyataan sosial yang obyektif melalui proses eksternalisasi, sebagaimana kenyataan obyektif mempengaruhi kembali manusia melalui proses internalisasi. Dalam proses berpikir dialektis, Berger memandang Masyarakat sebagai produk manusia dan manusia sebagai produk Masyarakat.

Teori kontruksi realitas sosial Berger dan Luckman mencoba mengadakan sintesa antara fenomena-fenomena sosial yang tersirat dalam tiga momen dan memunculkan suatu kontruksi kenyataan sosial yang dilihat dari segi asal-muasalnya merupakan hasil ciptaan manusia, buatan interaksi subjektif. Masyarakat adalah sebagai kenyataan obyektif sekaligus menjadi kenyataan subjektif. Sebagai kenyataan obyektif, Masyarakat sepertinya berada diluar diri manusia dan berhadap-hadapan denganya. Sedangkan sebagai kenyataan subjektif, individu berada individu berada di dalam Masyarakat itu itu sebagai bagian yang tak terpisahkan. Dengan kata lain bahwa individu adalah pembentuk Masyarakat dan masyarakat adalah pembentuk individu. Kenyataan atau realitas sosial itu bersifat ganda dan bukan tunggal, yaitu kenyataan subjektif dan obyektif. Kenyataan atau realitas obyektif adalah kenyataan yang berada di luar diri manusia, sedangkan kenyataan subjektif adalah kenyataan yang berada di dalam diri manusia (Dermatoto, 2013).

#### **2.4 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah kerangka yang diperuntukan untuk memecahkan suatu masalah. Kerangka pemikiran sangat dibutuhkan sebagai alat peneliti berupa Teori ataupun pendapat para ahli. Kerangka pemikiran memberikan tahapan singkat mengenai fase penelitian dari tahap awal sampai tahap akhir. Peneliti menggunakan teori Alfred Schutz sebagai kerangka pemikiran yang dijadikan tolak ukur dalam pemecahan masalah yang ada dalam penelitian ini.

Fenomenologi adalah ilmu mengenai fenomena yang dibedakan dari suatu yang sudah jadi untuk menggambarkan dan mengklasifikasikan fenomena yang tampak di hadapan kita. Fenomenologi Schutz diartikan sebagai pandangan seseorang mengenai makna yang terbangun dalam kehidupan sehari hari. Fenomenologi secara kritis dapat menginterpretasikan secara luas mengenai peristiwa yang dialami oleh masyarakat sebagai subjek atau aktor sosial dalam kehidupan sehari hari. Schutz memaparkan bahwa fenomena sosial terdiri dari sebuah interaksi yang dilahirkan dari hasil pemikiran seseorang dalam dunia yang tersubjektif. Fenomenologi dapat diterapkan untuk mengembangkan wawasan kedalam dunia



sosial. Schutz memusatkan perhatian pada cara orang memahami kesadaran orang lain, akan tetapi ia hidup dalam aliran kesadaran diri sendiri. Perspektif yang digunakan oleh Schutz untuk memahami kesadaran itu dengan konsep intersubyektif. Yang dimaksud dengan intersubyektif ini adalah kehidupan dunia (life world) atau dunia kehidupan sehari-hari (Ritzer, 2020).

Dalam buku yang berjudul “Makna Kesejahteraan Bagi Pendakwah” Schutz membagi motif menjadi motif tujuan dan motif karena. Motif tujuan (*in order to motives*), motif ini merujuk pada masa depan dan dimaknai sebagai sebuah tujuan serta harapan yang ingin diraih. Sehingga tujuan ini menjadi sebuah tujuan dari apa yang dilakukan dalam aktivitas pemeran utama dalam fenomena sosial. Melalui motif tujuan ini dapat diketahui apa yang sebenarnya ingin dicapai oleh pelaku dalam kehidupan sosial. Motif karena (*because of motives*), juga dapat dikatakan sebagai motif sebab adalah sebuah alasan dari seorang individu dalam melakukan sesuatu tindakan, sebagai usahanya dalam menciptakan situasi dan kondisi yang diharapkan pada masa depan. Maka itulah, hal ini juga dapat dikatakan sebagai sesuatu yang melatar belakangi seseorang individu dalam melakukan tindakan tertentu. Karena motif ini berkaitan dengan pengalaman masa lalu pada individu seseorang, yang kemudian dijadikan sebagai sebuah alasan atas tindakan yang diambil (hlm, 79).

Fenomenologi Alfred Schutz melahirkan pemikiran tentang dasar metodologis ilmu sosial sebagai tindakan sosial. Tindakan sosial merupakan realitas yang tampak dan mengandung makna dan nilai. Menurut Alfred Schutz suatu tindakan akan terkait disaat orang mulai merefleksikan makna dunia yang telah tereduksi. Fenomena paylater di Kecamatan Nagreg merupakan suatu fenomena yang terlihat bahkan sudah dianggap sebagai kebiasaan baru bagi Masyarakat. Schutz menjelaskan bahwa model dari Tindakan manusia yang dilalui oleh proses dan dinamakan “Tindakan” dalam bukunya fenomenologi dijelaskan bahwa: “Tindakan sejauh ini mengacu pada Tindakan manusia dalam berhubungan suatu yang lain dan lingkungannya”. (2009:39)

Pendapat tersebut memberikan gambaran bahwa fenomenologi sangat membantu penelitian untuk memahami bagaimana subjek penelitian dalam

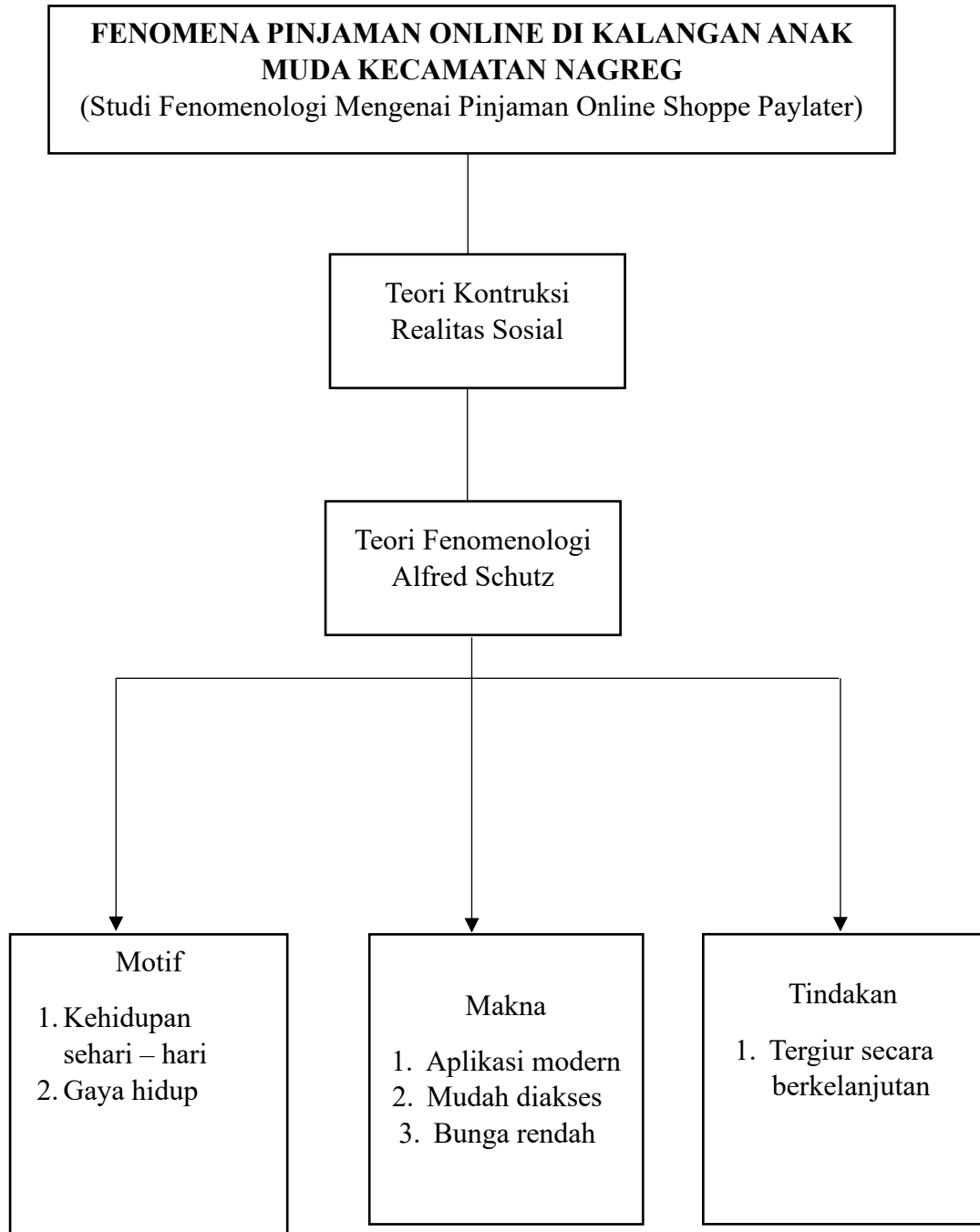
menjalani kehidupannya sehari-hari. Dan tujuan utama dari fenomenologi adalah untuk mempelajari bagaimana fenomena yang dialami dalam kesadaran pikiran dan tindakan serta fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksikan makna dan konsep penting dalam sebuah kerangka. Perilaku tindakan sosial oleh Alfred Schütz dinamakan sebagai aktor yang memiliki makna subjektif terhadap tindakan sosial yang dilakukannya dan makna subjektif itu bukan berasal dari suatu hal yang *private* atau *individual*.

Schutz mempunyai pandangan bahwa manusia merupakan makhluk sosial yang mempunyai kesadaran dalam kehidupan sehari-hari yang merupakan kesadaran sosial. Dan dunia individu merupakan sebuah kehidupan dunia intersubjektif dengan berbagai perasaan dan makna sebagai bagian dari sebuah kelompok dan manusia harus saling memahami dan bertindak pada kenyataan yang sama.

Hubungan teori fenomenologi Alfred Schutz dengan penelitian ini, digunakan untuk mengungkap “makna” yang dilabelkan sebagai suatu “perbuatan” atau “tingkah laku” seseorang atas hasil melihat kembali pengalaman dimasa lalu, situasi serta kondisi dimasa kini serta apa harapan dimasa yang akan datang. Pemahaman makna tindakan dapat dipahami dari perbuatan subjek yang diteliti. Proposisi atau teori yang dapat dibangun dari penelitian fenomenologi yang menggunakan teori Alfred Schutz sekaligus peneliti dapat menghasilkan sebuah teori deskripsi dan proposisi atau teori perspektif (Fatchan,2020).

Atas dasar teori – teori tersebut, dan dengan menggunakan teori fenomenologi dalam penelitian ini, berguna untuk mendalami serta mencari hakikat dari bagaimana sebuah fenomenologi yang telah terjadi yakni **Fenomena Pinjaman Online Dikalangan Remaja Kecamatan Nagreg**. Dalam sebuah penelitian terdapat kerangka pemikiran yang menjadi sebuah acuan untuk menemukan jawaban dari berbagai masalah didalam penelitian ini, dengan penelitian yang berjudul “FENOMENA PINJAMAN ONLINE DI KALANGAN REMAJA KECAMATAN NAGREG (Studi Fenomenologi Mengenai Pinjaman Online Shoppe Paylater)” maka dari itu peneliti membentuk kerangka berfikir seperti gambar dibawah ini:

**Gambar 2. 2 Bagan Kerangka Pemikiran**



Sumber: Alfred Schutz, diolah peneliti, 2023