

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bekerja secara umum dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk menghasilkan uang demi mencukupi kebutuhan hidup. Namun tak jarang ditemukan, banyak yang melakukan dua pekerjaan sekaligus dalam kesehariannya. Biasanya selain pekerjaan utama ada satu atau beberapa pekerjaan lainnya.

Part time job atau pekerjaan sampingan begitu biasanya hal ini disebut. Pekerjaan sampingan yang dilakukan biasanya dipicu oleh beberapa hal, seperti masalah ekonomi maupun hanya sekedar mengisi waktu luang. Sama halnya seperti bekerja, pekerjaan sampingan bisa dilakukan mulai dari usia anak-anak sampai dengan orang tua.

Kebutuhan hidup yang cukup tinggi membuat banyak orang dewasa tidak merasa cukup hanya dengan memiliki satu macam pekerjaan. Terlebih lagi gaji yang didapatkan dari satu tempat bekerja tidak mampu mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari, belum lagi tanggung jawab besar untuk menafkahi keluarga. Hal ini memicu banyak orang dewasa mengambil satu atau bahkan beberapa pekerjaan sampingan untuk menambah penghasilannya. Tidak hanya kepala keluarga bahkan ibu rumah tangga sekalipun terkadang membutuhkan pekerjaan sampingan. Hal yang paling mudah dilakukan oleh seorang ibu rumah tangga biasanya adalah berdagang. Hal-hal yang dijual juga beraneka ragam, mulai dari

makanan dan minuman, pakaian, alat-alat rumah tangga sampai dengan tanaman. Selain dianggap praktis, mereka juga tidak perlu meninggalkan rumah sehingga tetap dapat mengurus anak dan keluarga. Salah satu pekerjaan sampingan yang saat ini sedang banyak digandrungi terutama oleh para remaja yaitu bisnis jasa titip.

Seiring perkembangan teknologi komunikasi di era digital seperti saat ini, masyarakat semakin dimanjakan oleh pilihan berbagai kanal belanja. *Online marketplace* tumbuh subur, belum lagi toko-toko *online* kelas rumahan yang tak terhitung banyaknya memanfaatkan saluran media sosial untuk menawarkan produk dengan harga terjangkau. Ini juga yang menjadi peluang bisnis untuk menjadi *personal shopper* atau agen jasa titip barang belanja.

Fenomena bisnis personal kian marak dilakukan dari usia muda hingga tua, dari yang masih merintis hingga untung besar. Berbagai aspek kehidupan masyarakat terutama pada bidang perdagangan banyak dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Kegiatan bisnis yang pada umumnya dilakukan secara konvensional mulai beralih secara elektronik dengan menggunakan jaringan - jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet yang dikenal dengan istilah *Electronic-Commerce* atau disingkat *E-Commerce*. (Abdul Halim, 2005: 10).

Berbeda dengan model bisnis yang dilakukan secara konvensional, *e-commerce* menciptakan kegiatan bisnis yang lebih efektif karena transaksi bisnis antara pelaku usaha dan konsumen tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Keterbatasan waktu yang dimiliki konsumen untuk dapat berbelanja secara

konvensional, karena banyaknya pekerjaan, kondisi jalan yang sangat ramai hingga terjadi kemacetan menyebabkan timbulnya keinginan konsumen untuk dapat berbelanja kebutuhannya dengan mudah dan cepat. Keadaan tersebut tentulah merupakan peluang bisnis yang sangat besar bagi para pelaku usaha dengan membuat toko *online* untuk menawarkan produk-produk barang atau jasa yang akan dijual. Keefektifan yang didapatkan baik oleh pelaku usaha maupun konsumen membuat *e-commerce* semakin diminati masyarakat.

Pelaku usaha dalam melakukan bisnis toko *online* biasanya memanfaatkan aplikasi media sosial seperti : Facebook, Instagram, Twitter, dan Blog. Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan untuk memasarkan barang. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram merupakan suatu aplikasi sosial media yang berbasis [Android](#) untuk *Smartphone*, iOS untuk *iPhone*, *Blackberry*, *Windows Phone* dan bahkan yang terbaru saat ini juga bisa dijalankan di komputer, namun untuk penggunaan di dalam komputer tidak akan bisa sama sepenuhnya dengan yang ada pada perangkat *mobile phone*.

Pada umumnya, orang-orang menggunakan Instagram untuk saling *mensharing* atau membagikan foto maupun video. Prinsip yang satu ini memang cenderung berbeda dengan aplikasi media sosial lainnya yang lebih menekankan pada penggunaan kata-kata saja untuk dibagikan ke publik.

Sama halnya seperti aplikasi media sosial lain, pada Instagram ini anda dapat mencari banyak teman dengan menggunakan istilah *Follow* dan *Follower* atau Mengikuti dan Pengikut. Dengan banyaknya *Follower* maka menandakan akun anda sudah memiliki banyak teman. Interaksi bisa dilakukan dengan kegiatan *like* (menyukai kiriman yang kita unggah) atau saling memberikan komentar pada masing-masing unggahan. Bisa juga dilakukan dengan menggunakan perpesanan atau *Direct Message* (DM) dan yang paling populer saat ini yakni *InstaStory* yang berupa aktivitas membagikan video secara *live* atau langsung. (www.nesabamedia.com diakses pada tanggal 22 Agustus 2019)

Dengan jumlah pengguna Instagram sebanyak 200 juta pada awal tahun 2014, Instagram telah menjadi salah satu media sosial untuk menerapkan strategi paling efektif dan efisien dalam bisnis dan pemasaran. Hal ini dikarenakan banyak konsumen yang lebih memilih melakukan pembelian *online* melalui Instagram. Alasan dari hal tersebut adalah karena Instagram merupakan aplikasi media sosial yang memiliki kemudahan dalam penggunaannya. Kemudahan dalam menggunakan aplikasi tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap sikap yang akan mempengaruhi minat bagi konsumen untuk menggunakan Instagram dalam melakukan pembelian secara *online*.

Bisnis jasa titip berawal dari kebiasaan sebagian orang untuk menitip barang-barang yang akan dibeli melalui media orang lain ketika ada teman yang hendak bepergian ke luar kota atau luar negeri. Alasannya, karena harganya jauh lebih murah dibandingkan dengan membeli di Indonesia. Peminat produk-produk *fashion* dan kecantikan semakin banyak, kebiasaan ini pun kemudian berkembang

menjadi ladang bisnis bagi para pebisnis lokal yang menjual barang secara interpersonal.

Tidak hanya barang produksi luar negeri, tapi juga dalam negeri. Tidak hanya *brand* terkenal berharga mahal, tapi juga produk lokal atau barang berdiskon besar. Bisnis jasa titip bukanlah bisnis yang rumit dan tentu amat mudah menjalankannya. Bahkan bisa dijalankan hanya dengan modal sedikit atau bahkan tanpa modal.

Cara kerja yang umumnya dilakukan oleh penyedia jasa titip dengan cara datang ke *mall* atau pusat belanja tertentu, mengambil gambar produk yang akan ditawarkan kemudian mengunggahnya ke akun media sosial. Para pengikut akun tersebut yang berminat untuk membeli produk dapat memesan pihak penyedia jasa titip, dan selanjutnya pelaku bisnis inipun akan membelikan barang pesanan lalu mengirimkannya kepada pemesan dengan tambahan biaya titip dan ongkos kirim.

Berkembangnya kegiatan perekonomian saat ini, menyebabkan banyak produk baru serta layanan jasa bermunculan. Di satu sisi, konsumen akan dibuat senang dengan semakin bervariasinya produk konsumsi dalam memenuhi kebutuhan, namun disisi lain konsumen tentu akan semakin bingung memilih produk yang akan dikonsumsi. Di saat konsumen bingung, para agen jasa titip berlomba-lomba merebut perhatian konsumen kemudian berkomunikasi dengan cara menginformasikan produk terpercaya maupun langka dan menawarkan jasa

mereka. Di sini jasa titip hadir dalam rangka memenangkan persaingan menghadapi dominasi pesaing dalam memperebutkan konsumen.

Barang yang biasa diperdagangkan pada jasa titip sangat beragam, mulai dari produk *fashion*, *skincare*, kosmetik, elektronik dan lain sebagainya. Salah satu produk yang sering dipesan remaja milenial melalui jasa titip saat ini yaitu *skincare*, mereka menyadari pentingnya penggunaan *skincare* untuk mencegah beragam masalah kulit. Mulai dari perempuan hingga laki-laki pasti membutuhkan *skincare*. Tak jarang produk *skincare* ini mencari produk-produk yang tidak diperjual belikan di Indonesia dan menjadi produk murni (asli) dari luar negeri dan bahkan terbilang langka ditingkat lokal itu sendiri.

Remaja milenial sering kali terpaku dengan *trend*, *trend* yang dibawa dari luar akan mempengaruhi para remaja untuk memaksa mereka mengikuti *trend-trend* yang sedang *happening*. Bahkan, generasi muda yang tidak mengikuti *trend* dianggap kuno atau kurang *up to date*. Salah satunya *trend* industri kecantikan yang berkembang pesat diberbagai belahan dunia, termasuk di Indonesia. Negara ini secara umum diakui sebagai salah satu wilayah yang mengalami pertumbuhan paling cepat secara global untuk kategori pasar *cosmetic and toiletries*.

Remaja milenial juga dikenal menyukai segala sesuatu yang praktis dan instan. Maka dari itu, agen jasa titip segera beraksi dengan memberikan pelayanan semaksimal mungkin agar dipercaya. Fenomena agen jasa titip yang menjadi profesi yang populer terutama di era teknologi digital saat ini.

Permasalahannya adalah dari banyaknya media sosial, agen jasa titip hanya menggunakan Instagram sebagai wadah untuk mempromosikan jasanya.

Dari gambaran di atas dengan ini penulis mengangkat judul yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, yaitu **“PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL OLEH AGEN JASA TITIP DI KALANGAN REMAJA MILENIAL”** dengan tujuan untuk mengetahui tentang jasa titip lebih jauh.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan maka rumusan masalah yang dapat dibuat adalah:

“Bagaimana pemanfaatan media sosial oleh agen jasa titip di kalangan remaja?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

“Mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial oleh agen jasa titip di kalangan remaja?”

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penelitian di atas. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi remaja milenial agar lebih mengetahui tentang agen jasa titip secara umum, serta hasil penelitian ini bisa di gunakan sebagai bahan evaluasi bagi agen jasa titip.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Program Studi Ilmu Komunikasi untuk dijadikan sebagai referensi salah satu sumber pengetahuan baru mengenai masalah yang diteliti. Terutama bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama dengan apa yang peneliti tulis ini.

