

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digitalisasi saat ini *shopee live* telah digunakan melakukan *live streaming* yang sudah disediakan oleh *platform shopee* dan e-commerce, meskipun banyak orang yang menggunakan *shopee live* untuk menyiarkan langsung penjualan mereka, semua orang bisa mengaplikasikan platform untuk mendapatkan informasi dari *shopee live* tersebut. *Shopee live* sebagai media sosial yang telah digunakan pada saat ini dan banyak manfaat dalam kesehariannya, agar mendapatkan kemudahan dalam berkomunikasi oleh pelanggan saat melakukan transaksi *shopee live* melalui satu orang dan orang lain. Media *shopee live* menjadikan alat yang mudah untuk membeli barang melalui online dari pada sebelumnya, dari media komunikasi yang melalui *shopee live* juga dapat memanfaatkan media tersebut karena adanya tujuan belanja online melalui teknologi dan juga mengembangkan media berkomunikasi antara mahasiswa pada saat pembelian produk online saat ini. *Shopee* juga satu-satunya pengecer online yang ada di Indonesia, telah mencapai puncaknya pada Agustus 2022 dengan lebih dari 190,7 juta pengguna. Saat *live streaming* juga perlu mempersiapkan alat yang perlu di gunakan seperti kamera, koneksi internet yang sangat lancar, produk yang akan di promosikan, dan *lighting*.

Keuntungan adanya *shopee live* itu sendiri sebagai mahasiswa dapat membeli produk yang mereka inginkan, mahasiswa juga dapat menggunakan media *shopee live* agar mudah dapat membeli produk seperti barang baru atau barang bekas dan lain-lainnya. Agar memudahkan mahasiswa untuk mendapatkan produk dengan harga yang murah seperti adanya *flash sale 1.1* dari adanya aplikasi *shopee* untuk memudahkan mahasiswa agar membeli secara online dengan lebih mudah dan tanpa menggunakan komputer ataupun lainnya. *Shopee* juga telah diluncurkan dari Singapura pada tahun 2015 agar mempermudah adanya pengguna untuk berbelanja, menjual barang, aplikasi *shopee* juga sebagai salah satu dari lima startup e-commerce yang paling inovatif di asia dari *shopee live* itu sendiri mempunyai penawaran yang sangat cepat dijangkau bagi mahasiswa, mahasiswa itu juga dapat membeli produk yang telah disediakan oleh *shopee* agar mereka lebih

bisa leluasa untuk membeli barang yang mereka inginkan seperti baju, perawatan wajah dan sebagainya. Dari *shopee live* itu sendiri bertujuan untuk berkomunikasi dengan pembeli melalui *shopee live* dengan cara mereka menawarkan produk dan barang yang telah disediakan oleh shopee dalam hal ini dapat membantu mahasiswa agar mendapatkan peluang besar untuk membeli produk dengan harga yang sangat murah dan juga bisa mendapatkan diskon.

Secara umum adanya *live streaming* dapat meningkatkan penonton karena hal ini dapat melibatkan penawaran produk atau barang dalam lingkungan mahasiswa untuk menarik minat adanya pembeli dari mahasiswa itu sendiri. Saat pengguna akun *shopee* melakukan *live streaming* juga harus mempersiapkan dan memastikan bahwa suara, video, dan konten yang akan di komunikasikan sesama penonton dalam waktu siaran berlangsung dan harus memiliki kualitas yang sangat cukup memadai. Layanan *shopee live* telah menjadi semakin umum dan mempunyai perkembangan yang sangat pesat untuk mendapatkan berlomba-lomba posisi yang sangat besar secara tidak langsung, *shopee* juga mempunyai banyak persaingan diantara adanya layanan *shopee* untuk menanggapi adanya persaingan yang sangat banyak pada era ini dapat di lakukan dengan cara berkomunikasi yang sangat perlu di perhatikan karena menghindari dari bisnis yang sangat penting untuk menjaga komunikasi yang mereka lakukan saat melakukan *live streaming*.

Oleh karena itu saat melakukan *live streaming* dapat melibatkan adanya penonton yang telah bergabung saat *live streaming* agar dapat meningkatkan produk yang telah dijual dan selain itu mahasiswa juga dapat menyadari dengan adanya produk yang telah dijual oleh *shopee* juga mendapatkan diskon *flash sale* saat pembelian melalui *live* ataupun tidak melalui *live* biasanya juga mendapatkan *flash sale* dari *shopee live* itu sendiri dan tergantung toko yang telah menyediakan adanya *flash sale* tersebut. Mahasiswa biasanya lebih sering membeli produk saat diadakan *flash sale* maupun saat melakukan *live streaming* karena lebih mendapatkan harga yang lebih murah dan juga mempunyai gratis ongkir saat pengiriman barang, jadi lebih memudahkan kalangan mahasiswa untuk membeli produk melalui *shopee live* dan melakukan penawaran produk dengan harga diskon untuk mempunyai jumlah barang yang telah disediakan terbatas untuk waktu yang sangat singkat. Adanya penawaran khusus produk ini juga bisa menjadi yang

sangat kuat untuk menarik dan meningkatkan pelanggan dari mahasiswa saat ini karena telah memiliki minat beli dan akhirnya dari mahasiswa itu sendiri tergiur untuk mengambil keputusan agar membeli produk yang telah di promosi atau yang di rekomendasikan sehingga dapat mempengaruhi kalangan mahasiswa untuk mengambil keputusan pembelian pada saat itu juga. Secara langsung dari mahasiswa itu sendiri juga telah melakukan respon saat *live streaming* dapat merujuk pada komentar, atau pernyataan dari pengguna maka hal ini adanya *shopee live* dapat meningkatkan adanya kepercayaan dan menghasilkan lebih banyak keuntungan harga yang lebih untuk membandingkan dari penawaran harga yang secara langsung dari toko dan gunakan adanya media komunikasi melalui *shopee* untuk memberikan ulasan tentang barang yang sudah dibeli secara langsung melalui ulasan tersebut maka penonton akan lebih percaya dengan adanya ulasan yang secara langsung karena dapat meningkatkan kepercayaan terhadap pelanggan *shopee*. Alasan peneliti tertarik untuk mengambil judul ini karena pada era ini mahasiswa banyak yang berbelanja online melalui *shopee live* untuk mendapatkan harga diskon besar-besaran saat adanya *flash sale* dengan kualitas produk dan brand yang sangat bagus.

Mahasiswa merupakan faktor yang sangat penting dalam mendorong adanya pembelian online dari adanya fenomena *shopee live* dapat mencakup melalui beberapa hal yang dimana tergantung oleh cara penjual yang pertama melalui promosi produk secara langsung, ulasan produk secara langsung, sesi tanya jawab saat melakukan *live*, dan sebagainya. Oleh karena itu dari perbedaan *shopee live* saat ini dan di masa lalu mempunyai beberapa perbedaan yang bisa mencakup, dari perbedaan pada saat ini dan masa lalu lebih mempunyai adanya peningkatan fitur-fitur *shopee live* untuk meningkatkan pengalaman adanya pengguna dan bisa mencoba pembayaran baru, penawaran produk dan promosi khusus, dan juga mempunyai fitur adanya pengguna dan komunitas yang signifikan maka dapat berinteraksi dengan adanya komunitas yang telah mengikuti siaran berlangsung agar menjadi lebih banyak dan aktif.

Bagi mahasiswa lebih merasakan adanya kecepatan dalam pembelian bahwasannya saldo pelanggan harus memenuhi dampak negatif COD terburuk

dikurir. Salah satu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Dan Universitas Jember mereka pasti mempunyai perbedaan saat pembelian produk pada belanja online di aplikasi *shopee* sama-sama lebih memfasilitasi dengan adanya saat pembelian lebih menghemat adanya diskon, gratis ongkir, dan keuntungan lainnya. Sementara itu dapat meningkatkan adanya kepercayaan mahasiswa terhadap toko online tersebut serta meningkatkan adanya keinginan dan motivasi bagi mahasiswa agar untuk membeli dari toko online tersebut maka saat pembelian online mahasiswa tidak bisa langsung melihat produknya meski sesekali bisa melalui dari memerhatikan foto atau video produk dan deskripsi yang disertakan pada deskripsi produk yang dijual agar mahasiswa dapat memahami bahwa informasi yang diberikan adalah akurat dan jujur.

Bagi kalangan mahasiswa telah banyak melakukan pembelian produk untuk membeli suatu barang dagangan tertentu maka mereka biasanya melakukan pembelian secara diam-diam ketertarikan pada merk atau produk pada saat itu juga. Pada dasarnya mahasiswa sebagian besar telah melakukan belanja online di *shoppe live* untuk membeli adanya produk-produk yang mereka butuhkan. Oleh karena itu kalangan mahasiswa umum saat ini disebabkan penggunaannya sangat lebih mudah untuk membeli beberapa macam produk, termasuk barang-barang elektronik, baju, perawatan wajah dan kebutuhan sehari-hari. Hal ini dapat memudahkan mahasiswa untuk berbelanja online dimanapun dan kapanpun mereka mau dan terutama bagi mahasiswa telah menemukan kebutuhan yang secara mudah melalui *shopee live* dengan melakukan klik satu kali bisa dilakukan tanpa keluar rumah.

Adanya *shopee live* saat melakukan penjualan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pembelian, karena promosi penjualan, yang berkisar dari media promosi hingga program promosi yang agresif, dapat menarik perhatian konsumen dan berujung pada pembelian produk yang diinginkan. Dampak positif dari *shopee live* juga menyediakan pengalaman belanja yang lebih mudah cukup melalui obrolan diam, pengguna memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan penjual, Dampak negatif dari *shopee live* cukup mendengarkan saat siaran berlangsung agar dapat membantu mahasiswa menjadi lebih responsif terhadap pembelian online tanpa penundaan yang tidak wajar. Mahasiswa mungkin

mengalami kecemasan jika berada didaerah terpencil dengan koneksi internet yang kurang stabil maka hal ini dapat menyebabkan kesulitan saat bertanya dengan penjual secara langsung. Salah satu fitur utama *shopee live* mempunyai kemampuan untuk melakukan siaran langsung maka penjual memiliki kemampuan untuk melakukan percakapan secara diam-diam untuk mengklarifikasi rincian produk secara detail dan memberikan harga produk agar memiliki pembicaraan diam dengan pembeli. Dari keuntungan penjual bahwa mereka dapat menawarkan produk secara siaran langsung dan sedangkan keuntungan mahasiswa yang mereka bisa mendapatkan dari adanya informasi setiap yang mahasiswa dapat. menawarkan berbagai saran berdasarkan pengalaman bisnis mereka.

Dari adanya faktor yang melatar belakangi mahasiswa telah muncul pembelian karena ada salah satu faktor yang telah dapat mempengaruhi mahasiswa untuk mempunyai keputusan membeli melalui *shopee live* dan juga dari segi harga yang dapat mengambil keputusan mahasiswa untuk pembelian produk yang ingin di beli. Dari adanya penawaran khusus dan diskon tambahan itu yang telah membuat tertarik pada mahasiswa karena lebih cenderung mencari produk dengan harga relatif murah dan diskon yang membuat mereka tertarik dari mahasiswa saat ini lebih sering berbelanja seperti pakaian, aksesoris, atau barang-barang unik lainnya yang dapat menarik perhatian dari mereka. Mahasiswa sering membeli sebuah produk yang banyak diskonnya dan dapat membantu mereka mengurangi biaya dan menciptakan produk atau layanan yang lebih terjangkau, dengan adanya diskon atau penawaran khusus dapat menjadi alat tambahan untuk melakukan transaksi. Pilih metode pembayaran online yang aman, seperti melalui adanya COD karena untuk mengurangi risiko penipuan atau lain sebagainya dan yang disarankan untuk menggunakan metode pembayaran yang tidak sepenuhnya dijamin atau tidak diterima secara luas. *Flash sale* menawarkan harga diskon yang sangat menarik, sering kali dengan potongan harga yang cukup besar dibandingkan dengan harga normalnya. Diskon ini biasanya mencapai persentase yang tinggi, seperti 50% atau lebih, sehingga menarik perhatian konsumen untuk segera membeli produk tersebut.

Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Jember dan Universitas Jember karena adanya *shopee live* merupakan bagian dari *e-commerce* yang pada saat ini telah berkembang pesat dalam penelitian ini memungkinkan mahasiswa untuk memahami terkait adanya *platform* tersebut, dari penelitian ini dapat membantu mahasiswa yang dimana adanya *shopee live* dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk yang telah mereka inginkan. Mahasiswa saat ini mungkin lebih cenderung menggunakan adanya *platform shopee* karena adanya kenyamanan, keamanan, diskon harga, gratis ongkir, *flash sale* yang telah di tawarkan dan dapat mengambil keputusan pembelian pada mahasiswa saat ini. Selanjutnya alasan peneliti tertarik untuk mengambil judul ini karena pada era ini mahasiswa banyak yang berbelanja online melalui *shopee live* untuk mendapatkan harga diskon besar-besaran saat adanya *flash sale* dengan kualitas produk dan brand yang sangat bagus.

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Bagaimana analisis *shopee live* sebagai media komunikasi mahasiswa?
- 2.2.1 Bagaimana peran mahasiswa dalam melakukan pembelian produk di *shopee live*?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1. Untuk mengetahui analisis *shopee live* sebagai media komunikasi.
- 1.3.2. Untuk mengetahui peran mahasiswa dalam melakukan pembelian produk di *shopee live*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini melalui *shopee live* pada mahasiswa pembelian produk, dengan adanya penjualan melalui *shopee live* untuk mempermudah peneliti secara langsung mengenai adanya diskon *flash sale* yang dilakukan oleh *shopee*.

1.4.1 Manfaat teoritis

- a. Penelitian ini dapat memberikan informasi terkait dengan adanya *shopee live* pada mahasiswa pembelian produk.
- b. Penelitian ini dapat menambah wawasan dari *shopee live* terhadap media komunikasi pada mahasiswa di jember.

1.4.2. Manfaat praktis

- a. Penelitian ini dapat membantu wawasan pengguna *shopee live* dengan melalui media komunikasi pada mahasiswa pembelian produk.
- b. Dapat mempermudah untuk mendapatkan diskon *flash sale shopee live* pada mahasiswa.

