

SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN JEJARING SOSIAL
FACEBOOK TERHADAP BELANJA *ONLINE*
MASYARAKAT DESA CIPTA MUDA
KECAMATAN BUAY MADANG KABUPATEN
OKU TIMUR**



**DUROTUL AFIFAH
07021181823030**

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

SKRIPSI

PENGARUH PENGGUNAAN JEJARING SOSIAL *FACEBOOK* TERHADAP BELANJA *ONLINE* MASYARAKAT DESA CIPTA MUDA KECAMATAN BUAY MADANG KABUPATEN OKU TIMUR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



**DUROTUL AFIFAH
07021181823030**

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**“PENGARUH PENGGUNAAN JEJARING SOSIAL
FACEBOOK TERHADAP BELANJA *ONLINE* MASYARAKAT
DESA CIPTA MUDA KECAMATAN BUAY MADANG
KABUPATEN OKU TIMU”**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh

Derajat Sarjana S-1

Oleh :

Durotul Afifah

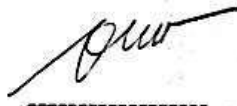
07021181823030

Pembimbing I

Tanda Tangan

Tanggal

1. Dr. Yoyok Hendarso, M.A
NIP. 196006251985031005



20/01
2023

Pembimbing II

2. Yulastriyani, S. Sos., M. Sos
NIP. 199206062019032025



24/01
2023

Mengetahui,
Ketua Jurusan,



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**“PENGARUH PENGGUNAAN JEJARING SOSIAL
FACEBOOK TERHADAP BELANJA *ONLINE* MASYARAKAT
DESA CIPTA MUDA KECAMATAN BUAY MADANG
KABUPATEN OKU TIMU”**

Oleh :

Durotul Afifah

07021181823030

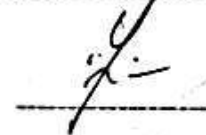
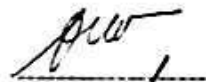
Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat S-1
Pada tanggal 02 Januari 2023

Pembimbing :

1. Dr. Yoyok Hendarso, M.A
NIP. 196006251985031005

2. Yulastriyani, S. Sos., M. Sos
NIP. 199206062019032025

Tanda Tangan

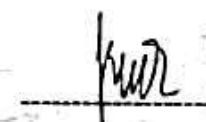


Penguji :

1. Dr. Zulfikri Suleman, M.A
NIP. 195907201985031002

2. Safira Soraida, S.Sos., M.Sos
NIP. 198209112006042001

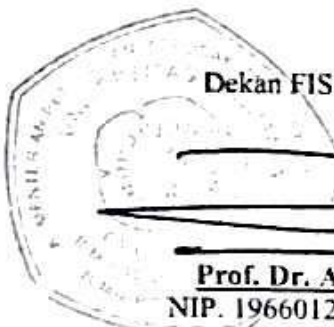
Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

Ketua Jurusan 24 Januari 2023



Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN
TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN SOSIOLOGI

Jalan Palembang-Prabumulih, KM 32 Inderalaya Kabupaten Ogan Ilir 30662
Telepon (0711) 580572 ; Faksimile (0711) 580572

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Durotul Afifah

NIM : 07021181823030

Jurusan : Sosiologi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Penggunaan Jejaring Sosial *Facebook* Terhadap Belanja *Online* Masyarakat Desa Cipta Muda Kecamatan Buay Madang Kabupaten Oku Timur" ini benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi saya sudah diatas merupakan penjiplakan karya orang lain (Plagiarisme), terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya sesuai peraturan perundang-undang yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa peaksaan dari pihak manapun.

Inderalaya, February 2023

Yang buat pernyataan,



Durotul Afifah

NIM. 07021181823030

MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN

“Tubuh dibersihkan dengan air, jiwa dibersihkan dengan air mata, akal dibersihkan dengan pengetahuan, dan jiwa dibersihkan dengan cinta”.

-“Ali bin Abi Thalib”-

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

- 1. Bangsa dan Negara**
- 2. Almamater, FISIP UNSRI**
- 3. Bapak dan Ibu Tercinta**
- 4. Calon Suami Tercinta**

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan segala nikmatnya kepada penulis sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Penggunaan Jejaring Sosial *Facebook* Terhadap Belanja *Online* Masyarakat Desa Cipta Muda Kecamatan Buay Madang Kabupaten Oku Timur” dapat diselesaikan dengan baik. Sholawat beriring salam tak lelah terucap kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat-sahabat, serta pengikut beliau hingga akhir zaman. Skripsi ini ditulis dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan studi S-1 Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini dan masih perlu untuk diperbaiki. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan dalam penulisan ini. Dalam penulisan ini, penulis banyak melibatkan berbagai macam pihak yang telah memberikan bimbingan, bantuan serta dukungan baik secara langsung maupun tak langsung, oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi.
2. Kedua orang tuaku, Bapak Sarkam dan Ibu Marwiyah yang dulunya tidak bisa menumpuh pendidikan tinggi karena faktor ekonomi dan walaupun pekerjaanya seorang petani tetapi sekarang orang tuaku mampu memberikan fasilitas yang sangat baik dan memberikan pendidikan tinggi untuk mendapatkan gelar sarjana kepada anak-anaknya terutama saya anak pertama dari dua bersaudara. Terima kasih banyak yang tak terhingga untuk ibu bapakku kalian sangat luar biasa, semoga sehat selalu. Anak- anakmu sangat mencintai dan menyayangimu terima kasih sekali lagi untuk kedua orang tuaku.
3. Bapak Prof. Ir. H. Anis Sagaff, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Prof. Ir Zainuddin Nawawi, Ph.D. selaku wakil Rektor I Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, SE.,M.,Si selaku wakil Rektor II Universitas Sriwijaya.

6. Bapak Iwan Stia Budi, S.Km., M.,Kes selaku wakil Rektor III Universitas Sriwijaya.
7. Bapak Prof. Ir. M.Said, M.Sc selaku wakil Rektor VI Universitas Sriwijaya.
8. Bapak Prof. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
9. Bapak H. Azhar, SH., M.Sc.,LLD selaku dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
10. Ibu Hoirun Nisyak, S.PD., M.Pd selaku wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
11. Bapak Dr. Andries Loinardo, M.Si selaku wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
12. Ibu Dr. Diana Dewi Sartika, S.Sos.,M.Si selaku Ketua Jurusan sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
13. Ibu Gita Isyanawulan, S.Sos., MA selaku wakil ketua jurusan sosiaologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
14. Bapak Dr. Yoyok Hendarso, MA selaku pembimbing I yang telah membimbing, membantu serta memberikan masukan atau saran terkait penulisan skripsi dari awal sampai akhir, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
15. Ibu Yulastriyani, S.Sos.,M.Sos selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran dalam penulisan skripsi dari awal sampai akhir.
16. Ibu Eva Lidya,M.Si selaku pembimbing akademik yang telah mengarahkan dalam masalah akademik dari semester awal sampai akhir.
17. Seluruh dosen Sosiologi, staf dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu, bantuan dan arahan selama penulis kuliah.
18. Saudara kandungku Raissa Syafiyya terima kasih sudah menjadi teman berantem di rumah, semangat sekolahnya ya Adikku tersayang wujudkan cita-citanya ya cantik.
19. Teruntuk nenek saya Mbok Sitin dan Alm. Mbok Suyatmi terima kasih banyak atas *support* dan doanya yang selalu bilang semangat untuk saya cucu tersayang.

20. Keluarga besar saya Bapak Asmungi, Bapak Giatno dan Bapak Suwandi serta Tante saya Karmini, Rohima, dan Bunda saya tercinta Partiyah terima kasih banyak yang tak terhingga atas *support* dan doanya selama ini untuk penulis, sehat selalu orang-orang baik.
21. Keponakan-keponakan tersayang dan tercinta saya Fikri, Via, Alya, Dipa, Sindi, semangat sekolahnya ya wujudkan cita-citanya dan untuk Mbak dan sahabat tersayang Nailakun Arifah semangat kuliahnya terima kasih sudah menemani sedari kecil sampai saat ini.
22. Suamiku tercinta dan tersayang Muhammad Mukasyafah Rububiah A.Md.Ak. terima kasih banyak untuk waktu yang kamu perjuangkan untuk menikahiku dan mendengarkan keluh kesahku setiap hari. Terima kasih banyak untuk doa, semangat, motivasi, sabarmu, dan kasih sayangmu yang terus kamu berikan kepadaku. Hanya rasa syukur yang terus terucap karena Allah SWT telah menghadirkan sosok laki-laki pendamping hidup sepertimu.
23. Sahabat-sahabat penulis Reni Destriyanti S.Si, Rina Agustina S.Si, Siti Nuraini S.Si, Reni Indri Artati S.Si, si cantik Nabila Agustina, Adi Irawansyah, Wiwin Trisnawati, terima kasih banyak tak terhingga yang sudah menemani penulis dari awal masuk kuliah memberikan semangat dan pengalaman yang sangat luar biasa dan sahabatku Khuswatun Khasanah terima kasih banyak sudah mendengarkan keluh kesahku selama pembuatan skripsi ini. Terima kasih untuk para sahabat-sahabatku yang sudah menjadi sahabat yang terbaik susah maupun senang untuk penulis.
24. Teruntuk bestie saya Nur Aprilianti, Anissa Devi serta teman-teman kampus terima kasih banyak untuk ilmu dan pengalaman yang selalu memberikan semangat kepada penulis selama mengerjakan skripsi ini.
25. Semua anggota dan pengurus Himpunan Mahasiswa Sosiologi (HIMASOS) yang tetap semangat dalam menebar kebaikan dan kebermanfaatannya serta jaga solidaritas.
26. Dan seluruh pihak yang telah terlibat dalam membantu penulisan menyelesaikan skripsi ini yang tidak disebutkan satu persatu.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	I
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	II
ORISINALITAS	III
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	II
KATA PENGANTAR	III
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR GRAFIK	X
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR BAGAN	XIII
RINGKASAN	XIV
SUMMARY.....	XV
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIR	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kerangka Teoritis	10
2.2.1 Teori Efek Media Massa (Teori Komunikasi)	10
2.2.2 Konsep Jaringan Sosial (<i>Social Network</i>)	11
2.2.3 Konsep <i>Facebook</i>	12
2.2.4 Penggunaan Jejaring Sosial (<i>Sosial Network</i>).....	13
2.2.5 Konsep Belanja <i>Online</i>	14

2.3 Hipotesis	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Lokasi Penelitian	20
3.3 Variabel penelitian	20
3.4 Definisi Konsep dan Oprasional	21
3.5 Jenis dan Sumber Data	22
3.6 Teknik Pengumpulan Data	22
3.7 Kriteria Interpretasi Skor	23
3.8 Uji Validitas Dan Reliabilitas Data	24
3.9 Unit Analisis Data	24
3.10 Populasi Dan Sampel	25
3.11 Teknik Pengambilan Sampling	25
3.12 Teknik Pengolahan Data	26
3.13 Teknik Analisis Data	27
3.14 Persyaratan Pengujian Hipotesis	27
3.15 Teknik Penguji Hipotesis	28
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	30
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	30
4.2 Pertumbuhan Ekonomi dan Budaya Daerah	34
4.3 Potensi Daerah	35
4.4 Infrastruktur	37
BAB V ANALISIS PEMBAHASAN	42
5.1 Uji Validitas	42
5.2 Uji Reabilitas	43

5.3 Deskripsi Data	45
5.3.1 Karakteristik Responden	45
5.4 Variabel Jejaring Sosial <i>Facebook</i>	46
5.4.1 Distribusi Jawaban Per Indikator	46
5.4.2 Distribusi Jawaban Per Dimensi	49
5.4.3 Distribusi Jawaban Per Variabel	51
5.5 Variabel Belanja <i>Online</i>	53
5.5.1 Distribusi Jawaban Per Indikator	53
5.5.2 Distribusi Jawaban Per Dimensi	57
5.5.3 Distribusi Jawaban Per Variabel	60
5.6 Pengujian Persyaratan Analisis	61
5.6.1 Mengedit Data	61
5.6.2 Mengkode Data	61
5.7 Uji Normalitas Data	61
5.8 Mengubah Data Internal Ke Interval	62
5.9 Uji Hipotesis Penelitian	62
5.9.1 Uji Linier Sederhana	64
5.9.2 Koefisien Determinasi (R^2)	67
5.10 Pembahas Hasil Penelitian	68
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	71
6.1 Kesimpulan	71
6.2 Saran	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GRAFIK

1.1 10 Negara Dengan Persentase Penggunaan <i>E-Commerce</i> Tertinggi di Dunia	3
1.2 <i>Active Monthly Users Per Social Media Platfrom (Worldwide)</i>	3

DAFTAR TABEL

1.1 Jumlah Penggunaan Jejaring Sosial	2
2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	9
3.1 Definisi Operasional	21
3.2 Kriteria Interpretasi Skor	23
3.3 Jumlah Penduduk	25
4.1 Luas Wilayah	31
5.1 Uji Validitas	42
5.2 X Case Processing Summary	43
5.3 Reability Statistics	43
5.4 Item Total Statistics	44
5.5 Jumlah Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	45
5.6 Jumlah Jenis Kelamin Responden	46
5.7 Jumlah Umur Responden	46
5.8 Seringnya Membuka Aplikasi <i>Facebook</i> Dalam Satu Hari	47
5.9 Tenggang Waktu yang Digunakan Untuk Membuka Aplikasi <i>Facebook</i>	48
5.10 Indikator Jenis Mencari Barang-Barang yang Akan di Beli	49
5.11 Seringnya Membuka Aplikasi <i>Facebook</i>	50
5.12 Waktu yang Digunakan Untuk Membuka Aplikasi <i>Facebook</i>	50
5.13 Apa Saja Jenis Barang-Barang Yang Akan di Beli	51
5.14 Pencapaian Variabel Penggunaan Aplikasi Jejaring <i>Facebook</i>	52
5.15 Kategori Penelitian Penggunaan Aplikasi Jejaring <i>Facebok</i>	52
5.16 Kategori Tingkat Penggunaan Aplikasi Jejaring <i>Facebook</i>	53
5.17 Indkator Membeli Produk Karena Tertarik Dengan Foto yang di Unggah di <i>Facebook</i>	54
5.18 Indikator Membeli Produk Karena Ada Diskon Yang di Tawarkan Penjual.....	55
5.19 Indikator Membeli Produk Karena Tidak Sesuai Dengan Aslinya.....	56
5.20 Indikator Pelayanan Belanja <i>Online</i> Yang Kurang Baik	57
5.21 Dimensi Membeli Barang di <i>Facebook</i>	58

5.22 Membeli Produk Karena Ada Diskon yang di Tawarkan Penjual	58
5.23 Efek Membeli Produk di <i>Facebook</i>	59
5.24 Dimensi Efek Negatif Belanja <i>Online</i> di <i>Facebook</i>	60
5.25 Kategori Penelitian Belanja <i>Online</i>	60
5.26 Kategori Tingkat Belanja <i>Online</i>	61
5.27 One Sampel Kolmogrov Smirnov Test	63
5.28 Correlations.....	63
5.29 Pedoman Penafsiran Nilai Koefisien Korelasi.....	64
5.30 Variabel Entered/Removed.....	64
5.31 Model Summary.....	65
5.32 Anova.....	65
5.33 Coefficients	66

DAFTAR BAGAN

2.1 Bagan Kerangka Pemikir	17
----------------------------------	----

RINGKASAN


“PENGARUH PENGGUNAAN JEJARING SOSIAL *FACEBOOK* TERHADAP BELANJA *ONLINE* MASYARAKAT DESA CIPTA MUDA KECAMATAN BUAY MADANG KABUPATEN OKU TIMUR”

Penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui dan memahami pengaruh penggunaan jejaring sosial *facebook* terhadap belanja *online* di Desa Cipta Muda Kecamatan Buay Madang Kabupaten Oku Timur. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan yang bersifat asosiatif, metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuesioner. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis dengan uji validitas, uji reabilitas, uji korelasi, dengan menggunakan rumus *Method Of Successive Internal* (MSI) dan uji pengaruh menggunakan persamaan regresi linier dengan bantuan aplikasi SPSS 22. Hasil Penelitian Menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang positif dimana hasil uji hipotesis *Pearson Product Moment* (rhitung) sebesar 0.493 yang lebih besar dari rtabel (0.202) dengan signifikansi 0,05, sehingga bisa diartikan bahwa semakin tinggi penggunaan jejaring sosial *facebook* maka semakin tinggi pula belanja *online* pada masyarakat. Berdasarkan regresi linier sederhana, bahwa variabel pengaruh penggunaan jejaring sosial *facebook* berpengaruh secara signifikan terhadap belanja *online*. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai thitung > ttabel atau 5.495 > 1.980. Diketahui persentase besaran pengaruh penggunaan jejaring sosial *facebook* terhadap belanja *online* yaitu dengan menghitung koefisien determinasi (R²) yang memperoleh hasil sebesar 23.328% artinya variabel X memiliki pengaruh terhadap variabel Y, dengan besaran pengaruh 23.328% dan sisanya 72.672% ditentukan oleh faktor lainnya. Demikian terdapat pengaruh penggunaan jejaring sosial *facebook* terhadap tingkat belanja *online* Masyarakat Desa Cipta Muda Kecamatan Buay Madang Kabupaten Oku Timur.

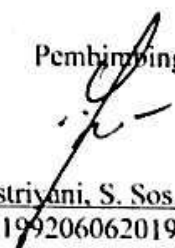
Kata Kunci : *Faceook*, *Belanja Online*, Pedesaan

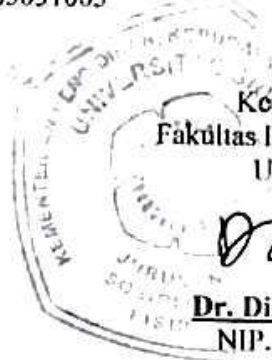
Indralaya, 24 Januari 2023
Mengetahui/Menyetujui


Pembimbing I


Dr. Yoyok Hendarso, M.A
NIP. 196006251985031005

Pembimbing II


Yulastriyani, S. Sos., M. Sos
NIP. 199206062019032025


Ketua Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya


Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

SUMMARY

“The Influence of Using the *Facebook* Social Network on *Online* Shopping for the People of Cipta Muda Village Buay Madang District East Oku Regency”

This research aims to know and understand the influence of social networking users *facebook* towards *online* shopping in Cipta Muda Village, Buay Madang District, Oku Regency East. This study uses a quantitative method with an associative approach, data collection method used is by using a questionnaire. data that collected then analyzed by validity test, reliability test, correlation test, using the *Method Of Successive Internal* (MSI) formula and test the effect of using a linear regression equation with the help of the SPSS 22 application. Research results show that there is a positive correlation where the results of hypothesis testing *Pearson Product Moment* (recount) of 0.493 which is greater than the table (0.202) with significance of 0.05, so it can be interpreted that the higher the use of social networking *facebook* the higher the *online* shopping in the community. Based on simple linear regression, that the influence variable of the use of *facebook* social networking has a significant effect on Shop *online*. This is evidenced by the results of the $t_{count} > t_{table}$ or $5,495 > 1,980$. Is known the percentage of the influence of the use of *Facebook* social networking on *online* shopping, namely by calculating the coefficient of determination (R^2) which obtains a result of 23.328%. variable X has an influence on variable Y, with a magnitude of influence of 23.328% and the rest 72.672% is determined by other factors. Thus there is the influence of the use of social networks *Facebook* on the level of *online* shopping for Cipta Muda Village Community, Buay District East Oku District Madang.

Keywords: *Faceook*, *Online* Shopping, Rural

Indralaya, 24 Januari2023
Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing I

Dr. Yoyok Hendarso, M.A
NIP. 196006251985031005

Pembimbing II

Yulastriyani, S. Sos., M. Sos
NIP. 199206062019032025

Ketua Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya

Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet di zaman sekarang sangat memudahkan sekali pada era globalisasi yang semakin canggih ini, dapat dengan mudah di akses oleh siapapun tanpa melihat dari segi usia maupun pendidikan seseorang. Dengan adanya internet semua orang dapat memberikan berbagai informasi dan mendapatkan informasi kapanpun dan dimanapun. Situs jejaring sosial yang sangat menjamur saat ini salah satunya yaitu *facebook*. *Facebook* adalah website jaringan sosial yang digunakan untuk mencari saudara, temen baru, teman lama, dan lain sebagainya. *Facebook* dapat diaplikasikan dengan cara mengirim foto, video, berdiskusi, bermain game, menonton film dan masih banyak lagi. Dengan situs jaringan *facebook* yang luas maka pengguna berfikir bahwa *facebook* tidak hanya digunakan untuk mengunggah foto, video, dan status saja namun juga bisa digunakan untuk situs lainnya (Amanah, 2017).

Menurut (Profesor J.A. Barnes dalam Madcoms Madium 2009:6 dalam S. Triyaningsih, 2011) *facebook* merupakan situs yang layanan utamanya adalah layanan jejaring sosial. Jejaring sosial merupakan struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individu dua atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, melalui dari mereka sendiri yang di kenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Dengan aplikasi *facebook* dimana situs jaringannya yang sangat luas tentunya teman-teman yang didapatkan bisa dari berbagai daerah, baik dalam negeri maupun luar negeri bahkan dari berbagai komunitas maupun organisasi, maka tidak heran jika jumlah pengguna *facebook* semakin banyak diminati oleh masyarakat.

Menurut Viva Budy Kusnandar selaku penulis data *facebook* tahun 2021 bahwa *facebook* adalah media sosial yang masih banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia berdasarkan data dari Internet *worldstatus* bahwa pengguna *facebook* di Indonesia 175,3 juta pada akhir maret 2021. Angka tersebut setara dengan 63,4% dari jumlah populasi di Indonesia yang mencapai 276,36 juta jiwa atau setara dengan 82% masyarakat pengguna *facebook* di Indonesia. Berikut ini adalah jumlah peringkat dalam pengguna jejaring *facebook* di dunia pada tahun 2021.

Tabel 1.1
Jumlah Peringkat dalam Penggunaan *Facebook* di Dunia

No	Negara	Jumlah Pengguna
1.	India	403,3 juta jiwa
2.	Indonesia	175,3 juta jiwa
3.	Filipina	89,1 juta jiwa
4.	Vietnam	74,8 juta jiwa
5.	Thailand	56,4 juta jiwa
7.	Jepang	49,1 juta jiwa
8.	pakistan	45,8 juta jiwa
9.	banglades	46, 4 juta jiwa
10.	malaysia	27,2 juta jiwa
11.	korea selatan	23,6 juta jiwa

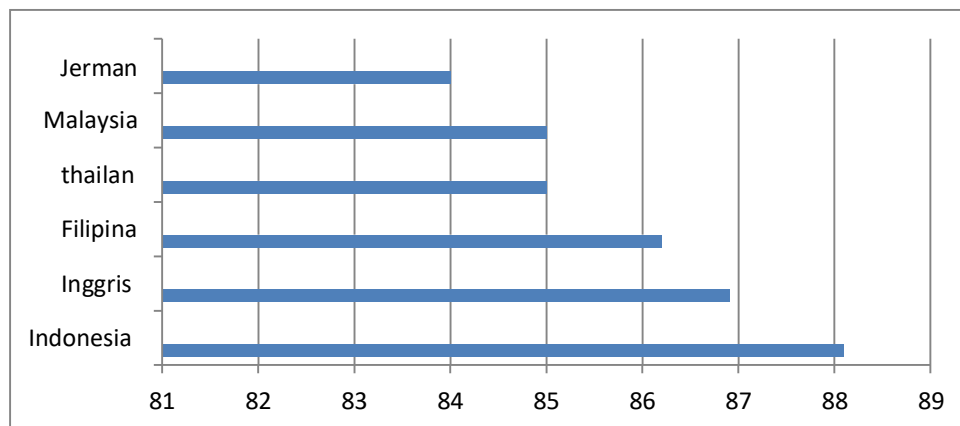
Sumber: Internetworldstatis (2021)

Berdasarkan data dari tabel 1.1 dapat di simpulkan bahwa jejaring sosial *facebook* dengan presentase pengguna *facebook* mencapai 82% atau setara 175,3 juta jiwa pengguna *facebook* di Indonesia yang sangat di nikmati oleh masyarakat Indonesia. Setiap tahun pengguna *facebook* akan semakin bertambah karena dengan melihat dari tahun ke tahun pengguna jaringan *facebook* mengalami kenaikan terus menerus. Jaringan sosial *facebook* merupakan jaringan internet namun keberadaan *facebook* lebih populer dari internet itu sendiri.

Facebook adalah *website* jaringan sosial yang dimana para pengguna dapat bergabung dalam berbagai komunitas seperti kota, kerja, kampus dan daerah lainnya untuk melakukan berbagai koneksi dan berinteraksi dengan orang lain (Hanafi, 2016). Secara teknis *facebook* mengizinkan para penggunanya untuk menampilkan foto, video dan lain sebagainya yang digunakan oleh masyarakat setiap harinya sehingga dengan jaringan *facebook* tersebut maka para pengguna juga dapat menampilkan berbagai promosi bisnis *online* melalui foto maupun video di *facebook*. Berdasarkan artikel yang ditulis oleh (Rika, 2021) jumlah pelaku usaha di Indonesia yang menggunakan e-commercese sebanyak 88,1% penduduk Indonesia yang menggunakan internet untuk membeli sejumlah produk. Berikut adalah grafik jumlah transaksi e-commercedi Indonesia pada tahun 2021 :

Grafik 1.1

10 Negara dengan Persentase Penggunaan E-Commerce Tertinggi di Dunia

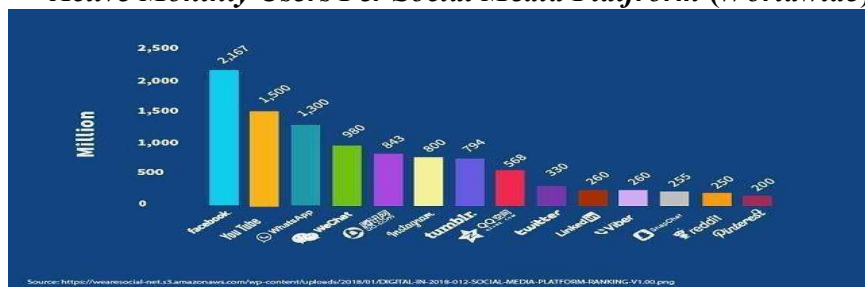


Sumber : Databoks.katadata.ic.id (2021)

Berdasarkan grafik 1.1 dapat di simpulkan bahwasanya masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan yang suka berbelanja melalui media *online* dan tentu saja hal ini memberikan kesempatan bagi para unit usaha berskala besar maupun mikro kecil dan menengah atau biasa di sebut dengan UMKM dalam pemasarannya yang lebih maksimal dan efektif. *Online marketing* telah mengubah beberapa UKM yang telah memanfaatkan sosial media, karena mereka telah mampu mengurangi beban biaya promosi yang sangat besar untuk mengenalkan dan memasarkan produk layanan yang ditawarkan oleh pembisnis (Andi Paba, 2020). Jejaring media sosial yang saat ini bisa digunakan untuk memasarkan berbagai produk antara lain *facebook, twitter, instagram, kaskus* dan aplikasi lainnya seperti *shopee, tokopedia, lazada*, dan masih banyak lagi. Selain lebih praktis penggunaan aplikasi-aplikasi belanja *online* maka memudahkan juga bagi masyarakat untuk melakukan pembelian yang berbasis secara *online*. Berikut adalah grafik penggunaan media sosial dalam transaksi media *online*:

Grafik 1.2

Active Monthly Users Per Social Media Platform (Worldwide)



Sumber : Databoks.Katadata.ic.id (2021)

Berdasarkan grafik dari gambar 1.2 diatas bahwa media sosial *facebook* menjadi salah satu media yang paling aktif diseluruh dunia serta menjadi tempat belanja *online* terbanyak yang di minati oleh masyarakat Indonesia. Fenomena belanja *online* di kalangan masyarakat sudah tidak asing lagi, oleh sebab itu banyak sekali pembisnis yang melakukan trobosan baru untuk mempromosikan produk jualan mereka melalui media sosial seperti *facebook*. Penjual dan pembeli hanya membutuhkan data internet untuk melakukan berbagai transaksi jual beli untuk melakukan pembelanjaan secara *online*. Dengan penggunaan media sosial siklus belanja *online* dalam masyarakat menjadi salah satu faktor pendukung pesatnya perkembangan jual beli secara *online*. Dalam Mekanisme penjualan *online* terhadap pembeli hanya di berikan gambar atau foto, ukuran, perbedaan kemiripan di foto dan aslinya, tujuannya untuk menyakinkan pembeli dan tergantung dengan produk serta kebutuhan pembeli tanpa melihat keasliannya secara langsung.

Penggunaan *facebook* semakin menjamur tanpa melihat usia baik itu di kalangan remaja, anak-anak serta ibu rumah tangga tanpa melihat setatus sosial dengan adanya *facebook* masyarakat tidak hanya menambah pertemanan di dunia maya namun juga bisa membeli berbagai produk yang kita inginkan lewat media sosial *facebook*. Para konsumen yang membeli produk berasal dari orang-orang yang menggunakan *facebook*. Hal ini juga yang biasa di lakukan oleh masyarakat Desa Cipta Muda Kecamatan Buay Madang Kabupaten Oku Timur yang menggunakan *facebook* sebagai tempat belanja *online*, karena banyaknya pembisnis *online* yang menjual berbagai kebutuhan masyarakat sehingga banyak dari masyarakat desa cipta muda menggunakan *facebook* sebagai tempat belanja *online* baik itu belanjakosmetik, makanan, fashion, elektronik, obat-obatan dan lain sebagainya.

Di desa cipta muda penggunaan jejaring sosial *facebook* dalam kegiatan pembelian barang merupakan hal yang tidak asing lagi di kalangan masyarakat. Pada jejaring sosial *facebook* terdapat para pembisnis *online* yang melakukan penjualan dan promosi melalui akun *facebook* dalam bentuk foto dan video, maupun secara *live streaming*, selain itu terdapat beberapa komunitas para pembisnis sehingga memudahkan para pembeli memilih sesuai dengan kebutuhannya. Para pembelanja di *facebook* juga dapat melakukan belanja *online* melalui foto, video, *live streaming* maupun melihat di berbagai komunitas khususnya toko *online*.

Dalam kehidupan nyata, mungkin kita perlu mengunjungi tempat-tempat komunitas atau memelih produk di pasaran dengan berpanas-panasan dan memerlukan waktu yang cukup lama untuk mendapatkannya. Dengan aplikasi *facebook* kita dapat mencarai dengan mudah sesuai dengan apa yang kita inginkan dan kita butuhkan, dengan adanya *facebook* para masyarakat Desa Cipta Muda Kecamatan Buay Madang Kabupaten Oku Timur, bisa melakukan pembelian melalui *facebook* tanpa harus membuang-buang waktu dan tidak harus berpanas-panasan untuk mencari produk yang kita inginkan serta sangat efektif dan efisien (Pirmansyah, n.d. 2022).

Penelitian ini penting karena banyaknya Pengaruh Penggunaan Jejaring Sosial *Facebook* Terhadap Tingkat Belanja *Online* Masyarakat Desa Cipta Muda. Baik masyarakat yang melakukan pembelanjaan *online* di *facebook* melalui foto, video, live streaming maupun melakukan pembelanjaan di komunitas khusus toko *online* di *facebook*. Saat ini jejaring sosial *facebook* sangat familiar di lingkungan masyarakat sehingga mudah untuk di jadikan penelitian.

Berdasarkan fenomena yang telah di uraikan maka peneliti berfokus pada Tingkat Kekurangan Belanja *Online* di masyarakat desa cipta muda. Dengan sudut pandang masyarakat yang menggunakan aplikasi *facebook* dan belanja *online* di *facebook* oleh masyarakat desa cipta muda. Hal ini yang menjadi inspirasi bagi peneliti untuk melakukan kajian penelitian lebih mendalam lagi dalam penulisan skripsi ini yang berjudul **"Pengaruh Penggunaan Jejaring Sosial *Facebook* Terhadap Belanja *Online* Masyarakat Desa Cipta Muda Kecamatan Buay Madang Kabupaten Oku Timur"**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan jejaring sosial *facebook* terhadap belanja *online* masyarakat Desa Cipta Muda Kecamatan Buay Madang Kabupaten Oku Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami pengaruh pengguna jejaring sosial *facebook* terhadap belanja *online* masyarakat Desa Cipta Muda Kecamatan Buay Madang Kabupaten Oku Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara akademis, hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam pengetahuan sosiologi ekonomi dan sosiologi komunikasi, Serta bagi peneliti selanjutnya di harapkan menjadi kontribusi dalam pengetahuan teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *facebook* bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini di harapkan mampu memberikan wawasan serta masukan bagi setiap orang yang mempunyai aplikasi *facebook* dalam memanfaatkan penggunaan jejaring sosial *facebook* terhadap belanja *online* dan sebagai media informasi secara luas kepada khalayak yang lebih dan tak terbatas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah Yafi Aljawi, A. M. (2011). JEJARING SOSIAL DAN DAMPAK BAGI PENGGUNANYA. *Journal.Www.Unipdu.Ac.Id 1 (1),2011, 1(1), 1.*
- Amanah, A. N. (2017). *Pengaruh Situs Jejaring Sosial Facebook terhadap Tingkat Kenakalan Remaja Di BTN Berlian Permai Kelurahan Tamangapa.*
- Nurchayani, E. (2018). Pengaruh Fitur Instagram St.
- Andi Paba. (2020). Efektivitas Pemanfaatan Jejaring Sosial Facebook. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical, 44(8), 1689–1699.*
www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Asmawati. (2017). *Penggunaan facebook pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas Teuku Umar (Studi: Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi).* 1. <https://repository.utu.ac.id/id/eprint/183>
- Denpasar, K. (2012). JEJARING SOSIAL/FACEBOOK SEBAGAI MEDIA E-PENGECEK (Studi kasus mahasiswa di Kota Denpasar). *Buletin Studi Ekonomi, 17(2).*
- Fahlepi Roma Doni, H. F. (2017). Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja. *Jurnal Khatulistiwa Informatika 3, 2.*
- Hanafi, M. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Fisip Universitas Riau. *Jom Fisip, 3(2), 1–12.*
- Lestari, Y. (2020). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi Toko Online Terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Sriwijaya.* 1–5.
- Moto, M. M. (2019). *Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran dalam Dunia Pendidikan.* 3, 1. <https://pgsd-tasikmalaya.upi.edu/>
- Permata, A. A. (2017). Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram.
- Libri-Net, 6(1), 1–19.* <http://journal.unair.ac.id/LN@pemanfaatan-media-sosial-untuk-jual-beli-online-di-kalangan-mahasiswa-fisip-universitas-airlangga-surabaya-melalui-instagram---article-11412-media-136-category-8.html>

- Pirmansyah, pirmansyah (2022). (n.d.). *EFEKTIVITAS PEMANFAATAN JEJARING SPESIAL (FACEBOOK) SEBAGAI MEDIA BISNIS ONLINE DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN(studi kasus pada toko furniture di kabupaten pesisir barat)*.
<http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/21130>
- Praditya, A. (2019). Pengaruh Media Sosial Dan Komunikasi Bisnis Terhadap Perkembangan Bisnis Online Shop. *JURNAL SeMaRaK*, 2(1).
<https://doi.org/10.32493/smk.v2i1.2664>
- Prisgunanto, I. (2015). the Effect of Social Media on Confidence Level Associate Students. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 19(2), 101–112.
- Ramadhani, R. (2013). *PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES JEJARING SOSIAL TERHADAP KOMUNIKASI INTERNASIONAL MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU. hubungan antarpersonal > 302.2 komunikasi*, 1.
<https://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/7871>
- Rika, H. (2021). *88,1 persen pengguna internet belanja dengan e-commerce*. 12 November 2021. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/2021>
- Riska, A. (2018). *Pelaksanaan Penilaian Hasil Belajar Pendidikan Jasmani di SMP Negeri dan Swasta Se-Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru*.
<https://repository.uir.ac.id/id/eprint/5195>
- S. Triyaningsih. (2011). Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *JURNAL EKONOMIS DAN PERUSAHAAN*, 11,(2), 1.
- Sauyai, N. E., Londa, N., & Kalesaran, E. R. (2017). Manfaat Jejaring Sosial Facebook Bagi Mahasiswa Asal Papua Yang Kuliah Di Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado. *Acta Diurna Komunikasi*.
- Susilawati, I. (2012). *Analisis Pengaruh Iklan, Brand Trust dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Samsung Galaxy Di Ponegoro*. 9, 1.
https://wikipedia.org/wiki/telpon_pintar
- Wahyuningtyas, A. C. (2019). Berbisnis Online Melalui Media Sosial. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2).

<https://doi.org/10.23887/ekuitas.v7i2.18197>

<https://doi.org/10.24843/jpu.2013.v01.i01.p11>

Warham Firona, D. A. I. (2018). Pengaruh Direct Selling Dan Media Sosial Melalui *Facebook* Terhadap Minat Bekli Konsumen Pada Rokok Sin Herbal. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) FAKULTAS Ekonomi UNIAT*, 3.

Widiantari, K. S., & Herdiyanto, Y. K. (2013). Perbedaan Intensitas Komunikasi Melalui Jejaring Sosial antara Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Introvert pada Remaja. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1(1).