

ABSTRAK

Imania Maulidya Ighfirlita. 150531100101. Program Studi Ilmu Komunikasi.
ICT sebagai *Channel Bisnis Young Entrepreneur* (Studi Penggunaan Platform Media Sosial dalam Wirausaha Pengusaha Muda)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana ICT sebagai *channel bisnis young entrepreneur*. ICT merupakan singkatan dari *Information, Communication and Technology*. *Young entrepreneur* adalah pengusaha muda. Seorang *young entrepreneur* pasti memiliki tiga hal mutlak, yaitu *dream big*, *start small*, dan *act now*. Subjek dari penelitian ini adalah Balon Kado, Umah Lokal dan Scola LMS.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi data dan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dan Whatsapp yang termasuk bagian dari ICT, dapat digunakan *young entrepreneur* dalam menjalankan bisnisnya. Selain itu, terdapat pula Website yang juga merupakan bagian dari ICT, dapat dimanfaatkan *young entrepreneur* dalam menjalankan bisnis dibidang teknologi sebagai media pembelajaran dalam dunia pendidikan. Jadi, ICT dapat digunakan dan dimanfaatkan untuk mempermudah segala aspek kebutuhan hidup manusia. Dalam hasil penelitian ini pula menunjukkan bahwa komunikasi yang terjadi dalam bisnis melalui penggunaan ICT adalah komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh *young entrepreneur maupun khalayak di media sosial*.

Kata kunci: *ICT, Channel Bisnis, Young Entrepreneur*

ABSTRACT

*Imania Maulidya Ighfirlita.150531100101. Communication Sciences Department.
ICT as a Young Entrepreneur Business Channel (Study about the Use of Social
Media Platforms in Entrepreneurship by Young Entrepreneur)*

The purpose of this study is to find out how ICT as a channel for young entrepreneur. ICT stands for Information, Communication and Technology. Young entrepreneur means “Pengusaha Muda” in Indonesia. a young entrepreneur must have three absolute things to do, namely dream big, start small, and act now. Balon Kado, Umah Lokal, and Scola LMS as the subjects of this study.

Descriptive qualitative research was used as a method in this study. The data collection methods in this study are interviews, observation, and documentation. The purposive sampling method was used for analyzing the data. The validity checking of the data done by using data triangulation and source triangulation.

The result of the study showed that Instagram and Whatsapp as a part of ICT, can be used by young entrepreneur to operate their businesses. Moreover, a website also a part of ICT that can be used by young entrepreneur to operate their business in the field of technology as a learning medium in the world of education. In conclusion, the benefits of using ICT can facilitate all aspect of human life needs. Also, the result of this study indicate a communication that occurs in business through the use of ICT are verbal communication and nonverbal communication which carried out by young entrepreneur or people on social media.

Keywords: ICT, Business Channel, Young Entrepreneur

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Kerangka Teori.....	7
2.1.1 <i>ICT</i>	7
2.2 Kerangka Konsep	12
2.2.1 <i>Young Entrepreneur</i>	12
2.2.2 Media Sosial.....	17
2.3 Penelitian Terdahulu	20
2.4 Kerangka Berfikir.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Metode Penelitian.....	23
3.2 Objek Penelitian	23
3.3 Subjek Penelitian.....	23
3.4 Teknik Pemilihan Informan	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data	25
3.5.1 Wawancara.....	25
3.5.2 Observasi.....	25
3.5.3 Dokumentasi	25
3.6 Teknik Analisis Data.....	25

3.6.1 <i>Data Reduction</i>	26
3.6.2 <i>Data Display</i>	26
3.6.3 <i>Conclusion Drawing/Verification</i>	26
3.7 Uji Keabsahan Data.....	26
3.7.1 Triangulasi Data.....	27
3.7.1 Triangulasi Sumber	27
BAB IV GAMBARAN UMUM	28
4.1 Profil Balon Kado	28
4.2 Profil Umah Lokal.....	33
4.3 Profil Scola LMS	38
BAB V PEMBAHASAN	43
5.1 <i>Young Entrepreneur</i>	43
5.1.1 <i>Dream Big</i>	43
5.1.2 <i>Start Small</i>	45
5.1.3 <i>Act Now</i>	50
5.1.4 Motivasi menjadi seorang <i>Young Entrepreneur</i>	52
5.1.5 Hambatan dan Penyelesaian Masalah <i>Young Entrepreneur</i>	56
5.2 ICT sebagai Channel Bisnis	61
5.2.1 Penggunaan ICT sebagai Pemasaran	64
5.2.2 Penggunaan ICT sebagai Penjualan	75
5.2.3 Penggunaan ICT sebagai Pelayanan Pelanggan.....	82
5.3 Perubahan Komunikasi dalam bisnis di Media Sosial	98
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	109
6.1 Kesimpulan	109
6.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

1.1 Daftar Nama Pemenang WMM Awards 2018Kategori Mahasiswa	3
2.1 Penelitian sejenis terdahulu.....	20

DAFTAR GAMBAR

1.1 Platforms yang paling sering digunakan	4
4.1 Profil Balon Kado	28
4.2 Whatsapp Balon Kado.....	29
4.3 Instagram Balon Kado.....	30
4.4 Logo Balon Kado	30
4.5 Owner Balon Kado.....	31
4.6 Profil Umah Lokal	33
4.7 Whatsapp Umah Lokal	34
4.8 Instagram Umah Lokal	35
4.9 Logo Umah Lokal	35
4.10 Owner Umah Lokal.....	36
4.11 Profil Scola LMS	38
4.12 Whatsapp Scola LMS.....	39
4.13 Instagram Scola LMS.....	40
4.14 Logo Scola LMS	40
4.15 Owner Scola LMS.....	41
5.1 Pemasaran melalui Instagram Balon Kado	65
5.2 Unggahan Produk Balon Kado di Instagram	66
5.3 Instastory Balon Kado.....	67
5.4 Paid Promote Balo Kado di Instagram.....	68
5.5 Pemasaran melalui Instagram Umah Lokal	69
5.6 Instastory Umah Lokal.....	70
5.7 Unggahan Produk Umah Lokal.....	71
5.8 Pemasaran melalui Instagram Scola LMS	73
5.9 Instagram Balon Kado.....	77
5.10 Penjualan melalui Whatsapp Balon Kado.....	78
5.11 Instagram Umah Lokal.....	79
5.12 Penjualan melalui Whatsapp Umah Lokal.....	80
5.13 Pelayanan Pelanggan Balon Kado melalui Whatsapp	83
5.14 Pelayanan Pelanggan Balon Kado melalui Google.....	84
5.15 Pelayanan Pelanggan Umah Lokal melalui Instagram	85
5.16 Pelayanan Pelanggan Umah Lokal melalui Whatsapp.....	86
5.17 Profil Umah Lokal di Google.....	87
5.18 Instagram Scola LMS.....	94
5.19 Whatsapp Scola LMS.....	95
5.20 Contoh Unggahan Balon Kado	99
5.21 Contoh Unggahan Umah Lokal	101
5.22 Bukti Kepuasan Pelanggan Balon Kado	105

5.23 ScreenshotPercakapan Balon Kado.....	107
---	-----

DAFTAR BAGAN

2.1 Kerangka Berpikir	22
-----------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Interview Guide	113
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	116
Lampiran 3 Dokumentasi	139