

**PEMANFAATAN INFORMASI PADA APLIKASI TIKTOK SHOP
DALAM JUAL BELI *ONLINE* OLEH MAHASISWA
DEPARTEMEN ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Sains Informasi (S.S.I)



**SHERLY YURIZAL
NIM 2019/ 19234056**

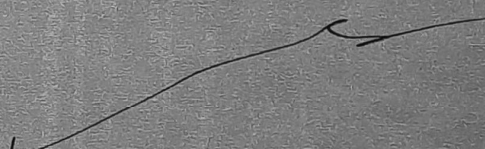
**PROGRAM STUDI PERUSTAKAAN DAN ILMU INFORMASI
DEPARTEMEN ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI


Judul : Pemanfaatan Informasi pada Aplikasi TikTok Shop dalam
Jual Beli *Online* oleh Mahasiswa Departemen Ilmu
Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang
Nama : Sherly Yurizal
NIM : 19234056
Program Studi : Perpustakaan dan Ilmu Informasi
Departemen : Ilmu Informasi dan Perpustakaan
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, November 2023
Disetujui oleh Pembimbing,



Dr. Yona Primadesi, S.Sos, M.Hum
NIP 198302262005012004

Ketua Departemen,



Marlina, S.IPI, MLIS.
NIP 198102102009122005

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Nama : Sherly Yurizal

NIM : 2019/19234056

Dinyatakan lulus setelah mempertahankan skripsi di hadapan Tim Penguji
Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi
Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan
Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang
dengan judul

Pemanfaatan Informasi pada Aplikasi TikTok Shop dalam Jual Beli *Online*
oleh Mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan
Universitas Negeri Padang

Padang, November 2023

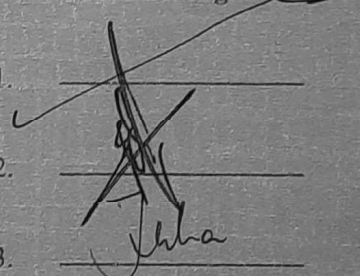
Tim Penguji

1. Ketua : Dr. Yona Primadesi, S.Sos, M.Hum. 1.

2. Anggota : Desriyeni, S.Sos, M.I.Kom. 2.

3. Anggota : Jeihan Nabila, S.IIP., M.I.Kom. 3.

Tanda Tangan



SURAT PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan hal-hal berikut:

1. Skripsi saya yang berjudul **“Pemanfaatan Informasi pada Aplikasi TikTok Shop dalam Jual Beli Online oleh Mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang”** adalah benar karya tulis saya dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya, dan bukan merupakan duplikasi skripsi lain.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara jelas dicantumkan dalam kepustakaan.
4. Pernyataan ini, saya tulis dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran di dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Padang, November 2023

Saya yang menyatakan,



Sherly Yurizal

NIM 19234056

ABSTRAK

Sherly Yurizal, 2019. “Pemanfaatan Informasi pada Aplikasi TikTok Shop dalam Jual Beli *Online* oleh Mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang”. *Skripsi*. Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi, Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemanfaatan informasi pada aplikasi TikTok Shop sebagai sarana jual beli *online* di kalangan mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Adapun populasi dari penelitian ini adalah 655 mahasiswa aktif dengan sampel 87 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu. Instrumen utama penelitian ini adalah kuesioner. Uji persyaratan analisis menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Untuk pengumpulan data yaitu dengan menggunakan kuesioner melalui tahap pemeriksaan (*editing*), tabulasi dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan informasi pada aplikasi TikTok Shop dalam jual beli *online* oleh mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang dikatakan baik berdasarkan. *Pertama*, pemanfaatan informasi produk memperoleh skor rata-rata yaitu 3,07 dalam kategori baik, pemanfaatan informasi harga memperoleh skor rata-rata yaitu 2,99 dalam kategori baik, pemanfaatan informasi transaksi memperoleh skor rata-rata yaitu 3,18 dalam kategori baik dan pengalaman pengguna memperoleh skor rata-rata yaitu 3,03 dalam kategori baik. *Kedua*, pemanfaatan informasi aplikasi TikTok Shop dalam jual beli *online* oleh mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang lebih banyak digunakan untuk pembelian daripada penjualan produk. *Ketiga*, terdapat beberapa pernyataan dengan nilai rata-rata rendah yaitu pada indikator pemanfaatan informasi produk pada pernyataan mengenai sampai kapan produk layak dikonsumsi atau digunakan dan indikator pernyataan pemanfaatan informasi harga pada pernyataan mengenai diskon harga di TikTok Shop lebih besar dibandingkan dengan aplikasi lain serta pernyataan mengenai TikTok Shop memberikan *cash back* jika produk tidak sesuai dengan keinginan pelanggan.

Kata Kunci: *Pemanfaatan Informasi, TikTok Shop, Jual Beli Online*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Swt, karena atas izin dan limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pemanfaatan Informasi Pada Aplikasi TikTok Shop dalam Jual Beli Online oleh Mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang”. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar S.S.I pada Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi, Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini banyak arahan, bantuan serta dukungan yang diberikan dari berbagai pihak kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis ingin ucapkan terima kasih kepada (1) Dr. Yona Primadesi, S.Sos, M.Hum. selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga, pikirannya untuk memberikan arahan dan masukan agar skripsi ini menjadi lebih baik; (2) Desriyeni, S.Sos, M.I.Kom. dan Ibu Jehan Nabila, S.IIP, M.I.Kom. selaku dosen penguji I dan II; (3) Dessi Fitria, S.Kom. selaku tenaga kependidikan yang memberikan data untuk penelitian (4) Dr. Nurizzati, M.Hum. selaku dosen pembimbing akademik; (5) Marlina, S.IPI, MLIS. selaku Kepala Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya jika masih ditemukan kesalahan-kesalahan yang tidak disengaja. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat baik untuk penulis maupun pembaca. Sebagai penutup, penulis mengucapkan terima kasih dan berharap kebaikan semua pihak dapat dibalas oleh Allah Swt sebagai amal yang baik.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Swt dan mengucapkan syukur Alhamdulillah atas Karunia-Nya. Segala perjuangan saya hingga titik ini, saya persembahkan teruntuk orang-orang hebat yang memberikan semangat, motivasi, dan menjadi alasan untuk kuat dan terus berjuang sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Orang tua yang paling berjasa dalam hidup saya, Papa Syafrizal dan Mama Yusniwardi yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tiada henti selalu memberikan kasih sayang dengan penuh cinta, do'a, dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada saya. Terimakasih Mama dan Papa selalu berjuang untuk kehidupan saya.
2. Kepada cinta kasih kedua saudara kandung saya, Afri Yeni dan Renci Oktaviani S.AP. yang selalu memberi dorongan dan motivasi hingga bisa ke tahap saat ini. Semoga selalu diberkahi dan diberikan kesehatan.
3. Untuk sahabat-sahabat saya yang tidak menghilang ketika saya dalam kesulitan Hanifah Aaliyah Taufik, Tia Oktaviani, S.S.I, Mexdian Stevany Violine dan Defrika Rama Selvia S.S.I yang sudah membantu disaat saya butuh bantuan atau kesulitan dan selalu menghibur.
4. Teman-teman seperjuangan Prodi Perpustakaan dan Ilmu Informasi Angkatan 2019 yang sama-sama berjuang untuk pendidikan yang sudah memberikan semangat dan bantuan dalam masa-masa perkuliahan.
5. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Egi Permata Bunda. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Telah bersedia menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberi semangat untuk pantang menyerah. Semoga selalu diberkahi dalam segala hal yang dilalui.
6. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR BAGAN	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	9
D. Perumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian.....	9
G. Definisi Operasional.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Pengertian Informasi.....	11
2. Pemanfaatan Informasi	12
3. <i>Use and Gratification</i>	15
4. Media Sosial sebagai Media Jual Beli <i>Online</i>	18
5. TikTok Shop.....	21
B. Penelitian yang Relevan	24
C. Kerangka Konseptual	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Metode Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel	31
D. Variabel dan Data.....	34
E. Instrumen	34

F. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Teknik Penganalisisan Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Deskripsi Data.....	45
B. Pembahasan	72
BAB V PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Konseptual	30
------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Relevan.....	27
Tabel 2. Jumlah Mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Pepustakaan Universitas Negeri Padang	32
Tabel 3. Kisi- Kisi Instrumen Penelitian.....	35
Tabel 4. Gradasi Skala Likert.....	35
Tabel 5. Uji Validitas Variabel Pemanfaatan Informasi	37
Tabel 6. Uji Reliabilitas Variabel Pemanfaatan Informasi	39
Tabel 7. Interpretasi Data	42
Tabel 8. Skala Interval Jawaban Responden	44
Tabel 9. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 10. Identitas Responden Berdasarkan Program Studi	46
Tabel 11. Identitas Responden Berdasarkan Tahun Masuk	47
Tabel 12. Mahasiswa yang Menjual Produk di Aplikasi TikTok Shop.....	47
Tabel 13. Mahasiswa yang Membeli Produk di Aplikasi TikTok Shop.....	48
Tabel 14. TikTok Shop Menyediakan Banyak Informasi tentang Produk yang Dibutuhkan.....	49
Tabel 15. TikTok Shop Memberikan Informasi tentang Komposisi Produk dengan Jelas.....	50
Tabel 16. TikTok Shop Memberikan Informasi tentang Bahan Produk yang Dijual	51
Tabel 17. TikTok Shop Memberikan Informasi tentang Ukuran Produk yang Dijual	51
Tabel 18. TikTok Shop Memberikan Informasi tentang Cara Penggunaan Produk yang Dijual	52
Tabel 19. TikTok Shop Memberikan Informasi tentang Sampai Kapan Produk Layak Digunakan.....	53
Tabel 20. TikTok Shop Memberikan Informasi Tentang fungsi Dari Produk yang Dijual	53
Tabel 21. TikTok Shop Memberikan Informasi Tentang Keunggulan Produk yang Dijual	54

Tabel 22. Skala Hasil Indikator Pemanfaatan Informasi Produk	55
Tabel 23. TikTok Shop Menawarkan Harga yang Sangat Terjangkau.....	56
Tabel 24. Harga yang Ditawarkan Oleh TikTok Shop Sesuai Dengan Kualitas Produk yang Didapatkan Oleh Konsumen	56
Tabel 25. Harga Produk yang Ditawarkan Oleh TikTok Shop Sesuai dengan Manfaat yang Dirasakan dan Diterima Oleh Konsumen	57
Tabel 26. TikTok Shop Memberikan Diskon Pada Setiap Pembelian Produk	58
Tabel 27. Diskon Harga di TikTok Shop Lebih Besar Dibandingkan dengan Aplikasi Lain	58
Tabel 28. Mahasiswa Suka Membeli Produk Tertentu yang Mempunyai Diskon Harga.....	59
Tabel 29. Mahasiswa Akan Mempertimbangkan Jumlah Pembelian Ketika Diskon Harga.....	60
Tabel 30. TikTok Shop Memberikan <i>Cash Back</i> Jika Produk Tidak Sesuai dengan Keinginan Pelanggan	60
Tabel 31. Harga Produk di TikTok Shop Dapat Bersaing dengan Produk Lainnya.....	61
Tabel 32. Skala Hasil Indikator Pemanfaatan Informasi Harga	62
Tabel 33. TikTok Shop Menawarkan Pembayaran yang Mudah dan Aman	63
Tabel 34. Fitur-Fitur yang Ada di Dalam Aplikasi TikTok Shop Sangat Membantu Kemudahan dalam Bertransaksi.....	63
Tabel 35. Sistem Pembayaran dalam Aplikasi TikTok Shop Sangat Fleksibel Sehingga Memudahkan Transaksi	64
Tabel 36. TikTok Shop Memberikan Garansi Pada Produk	65
Tabel 37. TikTok Shop Menyediakan Metode Pembayaran yang Beragam Sesuai dengan Kebutuhan Konsumen.....	65
Tabel 38. Skala Hasil Indikator Pemanfaatan Informasi Transaksi	66
Tabel 39. Aplikasi TikTok Shop Dapat Digunakan Oleh Semua Kalangan	67
Tabel 40. Mahasiswa Yakin Bahwa Aplikasi TikTok Shop Terpercaya....	68
Tabel 41. Mahasiswa Tidak Merasa Rugi Membeli Produk di TikTok Shop	68

Tabel 42. Mahasiswa Melakukan Transaksi Jual Beli di TikTok Shop Berdasarkan Pengalaman Orang Lain.....	69
Tabel 43. Keinginan Mahasiswa Untuk Membeli Lagi Produk di TikTok Shop.....	70
Tabel 44. Penjual di Aplikasi TikTok Shop Berkompeten Mengirimkan Produk Tepat Waktu	70
Tabel 45. Skala Hasil Indikator Pengalaman Pengguna	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	96
Lampiran 2. Tampilan Kuesioner <i>Google Form</i>	101
Lampiran 3. Tabulasi Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Penelitian	107
Lampiran 4. Distribusi Nilai rtabel	108
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian	117
Lampiran 7. Hasil Perolehan Data Identitas Responden.....	118
Lampiran 8. Bukti Penyebaran Kuesioner	123
Lampiran 9. Hasil Jawaban Responden	128
Lampiran 10. Rekapitulasi Olah Data.....	131
Lampiran 11. Surat Izin Penelitian	134
Lampiran 12. Validasi Kebahasaan Kuesioner	135
Lampiran 13. Validasi Keilmuan Kuesioner	137

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Informasi merupakan sesuatu hal yang sering kita dapatkan, dimanapun, dan kapanpun. Informasi merupakan data yang sudah diolah, diberi makna, atau dipahami sebagai suatu yang berarti bagi seseorang (Pawit M. Yusup, 2019 : 210). Informasi mengandung berbagai data dan rekaman baik yang tercetak maupun tidak dan bahkan ada juga yang terekam dalam bentuk media. Dalam kehidupan sehari-hari informasi memiliki peranan yang penting, sebab informasi dapat membantu kita dalam mendapatkan pengetahuan yang kita cari.

Kemajuan teknologi saat ini membuat informasi lebih mudah didapatkan. Teknologi informasi yang paling banyak digunakan saat ini ialah internet. Dengan internet manusia dapat berkomunikasi dan mencari informasi tanpa terhalang oleh jarak dan waktu. Internet memudahkan kita untuk menjangkau hal yang jauh sekalipun. Internet sendiri berasal dari kata *International Net Working (internet)*, *Net* adalah kumpulan luas dari jaringan computer yang saling terhubung ke seluruh dunia.

Kemudahan dan kecepatan yang didapat dari penggunaan internet, seiring dengan berkembangnya teknologi informasi. Internet bisa digunakan dan diakses oleh seluruh manusia di penjuru dunia. Dengan menggunakan internet, kita dengan mudah mendapatkan informasi dengan cepat sehingga membantu dalam aktivitas manusia. Selain itu, internet juga sangat berpengaruh bagi perkembangan ilmu dan pandangan dunia.

Di Indonesia pengguna internet mengalami peningkatan yang sangat pesat. Berdasarkan data Hootsuite pada Januari tahun 2018, jumlah penduduk Indonesia mencapai 265,4 juta jiwa dengan pengguna internet sebanyak 132,7 juta masyarakat. Hampir semua pengguna internet merupakan pengguna media sosial aktif, yaitu sebanyak 130 juta penduduk. Pada Januari tahun 2019, terjadi peningkatan pengguna internet menjadi 150 juta penduduk. Pada tahun 2020 terjadi peningkatan jumlah penduduk yaitu menjadi 272,1 juta jiwa. Dengan adanya pertambahan jumlah penduduk akan menambah jumlah pengguna internet juga. Pada tahun 2020 pengguna internet mencapai 175,4 juta penduduk yang bahkan lebih dari setengah dari jumlah populasi penduduk di Indonesia. Diimbangi dengan kenaikan jumlah pengguna media sosial aktif yaitu menjadi 160 juta penduduk. Bahkan setiap penduduk bisa menggunakan lebih dari 1 smartphone, hal ini terlihat dari jumlah smartphone terkoneksi internet yang lebih banyak dari jumlah populasi penduduk (Jati, 2023). Hal tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan dan permintaan akan layanan internet di Indonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan, hal ini disebabkan internet memiliki berbagai manfaat bagi semua kalangan. Adanya permintaan yang terus meningkat, merupakan peluang bisnis yang potensial dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

Perkembangan internet melahirkan perkembangan *platform* penyampaian informasi salah satunya yaitu media sosial. Media sosial merupakan sebuah media yang digunakan untuk bersosialisasi satu sama lain yang dilakukan secara virtual dimana kegiatan tersebut memberikan ruang untuk berinteraksi bagi manusia

tanpa adanya pembatas ruang dan waktu. Selain itu dengan mendapatkan informasi, masyarakat akan terbantu dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya (Sudin, Magdalena, Priowirjanto, & Soeikromo, 2022)

Media sosial saat ini lebih banyak digunakan untuk tempat berbisnis. Bagi yang ingin memulai bisnis dapat dilakukan dengan mudah melalui *platform* media sosial. Bagi pembeli berbelanja melalui media sosial akan memudahkan dan menghemat waktu. Oleh karena itu, saat ini semakin banyak para penjual dan pembeli yang melakukan transaksi secara *online*. Pembeli hanya perlu membayar melalui *e-money* dan setelah transaksi diterima produk akan dikirimkan ke alamat pembeli. Dengan kemudahan ini maka banyak inovasi-inovasi yang muncul untuk menciptakan *platform* khusus jual beli *online*.

Media sosial yang awalnya bertujuan untuk memberikan ruang bagi orang untuk berkomunikasi, kini telah menjadi media yang disukai untuk pemasaran produk secara online. Banyak pelaku usaha yang awalnya pemasaran dengan sistem konvensional, kini mulai tertarik untuk membuka usaha secara *online* melalui media sosial. Sebagaimana survey yang dilakukan oleh Direktorat Statistik Komunikasi dan Teknologi Informasi pada tahun 2020, menyatakan bahwa pemasaran secara online tumbuh pesat dari 16,277 usaha online yang dianalisis, sebanyak 71,18% usaha diantaranya memulai pemasaran online selama kurun waktu tiga bulan terakhir (Ulkhqaq, 2022). Sangat menjadi peluang besar bagi pebisnis yang memanfaatkan media sosial dalam mengembangkannya. Adapaun jenis situs media sosial yang populer saat ini ialah Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, dan Youtube. Media sosial memberikan kemudahan bagi

seseorang yang mempunyai bisnis untuk melakukan promosi karena mayoritas masyarakat menggunakan handphone untuk membeli barang-barang kebutuhan seperti pakaian, makanan dll.

Dari sekian banyak media sosial yang ada di Indonesia, aplikasi TikTok mengambil peluang berbisnis ini dengan menjadi salah satu media yang banyak digunakan oleh para pelaku bisnis. Aplikasi Tiktok merupakan aplikasi hiburan yang didalamnya terdapat konten-konten yang menarik yang sedang tren di Indonesia dan konten promosi produk yang dikemas sedemikian rupa dalam bentuk video yang menarik atau yang biasa disebut dengan racun TikTok. TikTok saat ini menciptakan fitur baru untuk memudahkan dan memberikan penawaran produk yang lebih murah dibandingkan dengan toko *online* lainnya. TikTok Shop dalam transaksi jual beli terdapat pada video dengan *link* yang telah disediakan dibawahnya atau yang biasa disebut dengan keranjang kuning. Dengan adanya fitur TikTok Shop dapat memudahkan masyarakat terutama mahasiswa untuk berbelanja dengan mudah.

Dilansir dari jumlah unduhan aplikasi tiktok saat ini di google play pada tahun 2022 sebanyak 500 juta pengguna aktif dan rata-rata ulasan positif memiliki rating 4.4. *We are Social* menyajikan data dalam memahami internet, media social, dan perilaku *e-commerce* setiap tahun secara berkala. (Andi Dwi Riyanto. 2022 . Andi.Link, 19 Juli 2022). Berdasarkan laporan *We Are Social*, TikTok telah memiliki 1,4 miliar pengguna aktif bulanan (*Monthly Active Users/MAU*) berusia di atas 18 tahun secara global hingga kuartal I/2022. Jumlah ini meningkat 15,34% dibandingkan pada kuartal sebelumnya sebanyak 1,2 miliar pengguna.

Berdasarkan negaranya, Amerika Serikat memiliki pengguna aktif TikTok terbesar di dunia. Jumlahnya tercatat mencapai 136,4 juta orang pada April 2022. Indonesia berada di urutan kedua dengan jumlah pengguna aktif TikTok sebesar 99,1 juta orang. Pengguna TikTok di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu di TikTok sebanyak 23,1 jam per bulan. Brasil menempati urutan berikutnya dengan 73,6 pengguna aktif TikTok. Kemudian, pengguna aktif TikTok di Rusia dan Meksiko masing-masing sebanyak 51,3 juta orang dan 50,5 juta orang. Vietnam tercatat memiliki 45,8 juta pengguna aktif TikTok. Jumlah pengguna aktif TikTok di Filipina sebesar 40,4 juta orang. Sedangkan, Thailand berada di posisi kedelapan dalam daftar ini. Tercatat ada 38,4 juta pengguna aktif TikTok di Negeri Gajah Putih (Hadi & Alfarobi, 2023)

Maraknya penggunaan aplikasi TikTok Shop pada saat ini memudahkan masyarakat terutama di kalangan mahasiswa untuk melakukan transaksi jual beli *online*. Dalam kegiatan jual beli *online* tersebut akan dilihat bagaimana mahasiswa memanfaatkan informasi pada produk, melihat informasi harga, dan melakukan transaksi serta pengalaman pengguna aplikasi TikTok Shop. Hal ini telah dibuktikan dengan adanya penelitian yang diteliti oleh Cholifatul Rosyidah pada tahun 2021 bahwa informasi pada aplikasi *e-commerce* dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk mengetahui informasi produk, harga, serta transaksi. Mahasiswa memanfaatkan informasi produk untuk mengetahui secara detail informasi produk yang akan dibeli. Pada pemanfaatan informasi harga dimanfaatkan mahasiswa untuk mencari serta membandingkan harga dari satu toko dengan toko lainnya. Pemanfaatan informasi transaksi dilakukan oleh pengguna, khususnya pengguna

baru agar mereka tidak tertipu dalam melakukan transaksi online, yaitu dengan tetap melakukan transaksi didalam aplikasi TikTok Shop.

Semenjak munculnya *trend* belanja *online*, mahasiswa menjadi lebih mudah terpengaruh dengan informasi sekilas yang didapatkan hingga muncul istilah “lihat, suka, beli” tanpa berpikir panjang apakah itu sebuah kebutuhan atau sekedar memenuhi keinginannya. Cenderung menonjolkan diri dengan ingin selalu *up to date* mengenai barang kekinian, juga menyeimbangkan *trend* yang sedang ramai pada masanya agar bisa menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Pemenuhan kebutuhan saat ini juga diiringi dengan pemenuhan gaya hidup. Kehidupan masyarakat terutama kalangan mahasiswa mulai menyesuaikan diri dengan *fashion* salah satu cara yang terlihat adalah dengan berlomba-lomba mengikuti *trend* yang ada (Zahra Aulia Mumtaz, Firdaus Yuni Dharta, 2022).

Aplikasi TikTok Shop memudahkan mahasiswa untuk memperoleh informasi tentang produk yang akan dibeli . Dengan melihat dan mendapatkan informasi sebelum membeli produk, mahasiswa lebih mempunyai kesempatan dan waktu untuk mempertimbangkan kembali produk yang akan dibeli karena dalam jual beli online konsumen tidak berhadapan langsung dengan penjual. TikTok Shop tidak hanya memberikan kemudahan bagi pembeli, akan tetapi bagi masyarakat atau mahasiswa yang ingin berdagang pun bisa dengan mudah melalui TikTok Shop seperti dengan melakukan *live streaming* atau mencantumkan *link* produk dalam sebuah video.

Pentingnya informasi yang dimiliki oleh TikTok Shop untuk penggunaanya sangat membantu bagi mereka yang ingin berbelanja. Informasi tersebut bisa

dijadikan sebagai pedoman saat berbelanja menggunakan aplikasi TikTok Shop, misalnya informasi mengenai deskripsi suatu produk. Informasi produk yang detail akan berpengaruh terhadap konsumen yang ingin berbelanja. Selain mendapatkan informasi mengenai produk yang akan dibeli, konsumen juga akan diberikan rekomendasi produk yang masih berkaitan dengan produk sebelumnya dan rekomendasi produk yang serupa dengan produk yang ingin dibeli.

Meskipun memberikan informasi yang jelas dan detail, ada juga toko yang asal memberikan deskripsi atau informasi terkait produk yang dijual. Banyak juga penjual yang asal mengambil gambar milik orang lain dan menyatakan bahwa produk itu miliknya. Akibatnya barang yang diterima konsumen memiliki kualitas yang sedikit berbeda dengan yang sudah ditampilkan.

Oleh karena itu kurangnya informasi yang diberikan oleh penjual kepada pembeli akan berpengaruh terhadap minatnya untuk melakukan pembelian. Sebaiknya pembeli menghubungi penjual untuk mengetahui produk yang ingin dibelinya secara detail, tetapi ada juga pembeli yang memutuskan tidak jadi membeli produk jika informasi yang diberikan tidak lengkap.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti di lapangan, mayoritas mahasiswa memiliki *smartphone* dan beberapa dari mereka pernah mengakses aplikasi TikTok Shop. Salah satu kalangan pengguna aplikasi TikTok yang tetap aktif menjadi kreator video berdurasi pendek serta melakukan transaksi jual beli *online* di TikTok Shop adalah Mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang. Tidak sedikit mahasiswa yang menjadikannya sebagai pemenuhan kebutuhannya ataupun hanya

sebagai hiburan. Kemudahan dalam penggunaan aplikasi TikTok Shop membuat kegiatan jual beli *online* semakin digemari dikalangan mahasiswa dibandingkan berbelanja secara langsung karena dianggap lebih hemat waktu dan lebih leluasa dalam memilih barang yang akan dibeli. Untuk itu peneliti ingin mengetahui bagaimana mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan menggunakan aplikasi TikTok Shop dalam kesehariannya untuk jual beli *online*. Karena dari fenomena maraknya penggunaan aplikasi TikTok Shop di kalangan mahasiswa, peneliti ingin mengetahui lebih jauh bagaimana informasi yang diberikan oleh TikTok Shop mereka terima dan mereka manfaatkan.

Dari latar belakang tersebut peneliti ingin melakukan penelitian dengan menggunakan Pemanfaatan Informasi sebagai objek dalam penelitian serta mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan sebagai subjek dalam penelitian. Sehingga hal ini menarik peneliti untuk meneliti “Pemanfaatan Informasi pada Aplikasi TikTok Shop dalam Jual Beli *Online* Oleh Mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah: 1) ketidakmampuan penjual dalam memberikan informasi yang diperlukan oleh pembeli; 2) penyediaan informasi yang tidak lengkap bagi calon pembeli untuk produk yang akan dibeli; 3) kesulitan interaksi antara penjual dan pembeli yang minim sehingga pembeli tidak mendapatkan informasi mengenai produk.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan dari permasalahan yang sudah diuraikan sebelumnya, penelitian ini hanya membahas mengenai bagaimana pemanfaatan informasi pada aplikasi TikTok Shop di kalangan mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah sudah dipaparkan sebelumnya, timbulah pertanyaan penelitian, yaitu bagaimana pemanfaatan informasi pada aplikasi TikTok Shop sebagai sarana jual beli *online* di kalangan mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang sudah diuraikan, adapun tujuan penelitian yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan pemanfaatan informasi pada aplikasi TikTok Shop sebagai sarana jual beli *online* di kalangan mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bermanfaat dan menambah khazanah pengetahuan pada bidang Ilmu Informasi dan Perpustakaan. Penelitian ini juga diharapkan mampu digunakan sebagai pijakan atau acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya dan digunakan sebagai referensi dalam mata kuliah bisnis informasi.

2. Secara Praktis, Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi serta wawasan baru bagi pengguna aplikasi TikTok serta dapat memberikan masukan bagi perusahaan terkait untuk meningkatkan kualitas layanannya.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah dalam judul skripsi. Sesuai dengan judul penelitian yaitu “Pemanfaatan Informasi Pada Aplikasi TikTok Shop dalam Jual Beli Online Oleh Mahasiswa Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Negeri Padang”, maka definisi operasional yang perlu dijelaskan, yaitu :

1. Pemanfaatan Informasi ialah untuk mengetahui bagaimana pengguna memanfaatkan informasi yang ada di dalam aplikasi TikTok Shop terkait jual beli *online*.
2. Media Sosial ialah sarana yang digunakan oleh seseorang untuk berinteraksi satu sama lain dan bertukar informasi melalui jaringan internet.
3. TikTok Shop ialah suatu wadah jual beli terbaru yang dirilis oleh aplikasi TikTok yang melibatkan penjual, pembeli, dan kreator didalamnya.