

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Millenia World School (MWS) adalah sekolah swasta internasional yang berlokasi di jalan Merpati No. 103, Sawah Baru, Ciputat, Tangerang Selatan. Pemilik MWS adalah Yayasan Lazuardi Hayati. MWS didirikan pada tahun 2017 oleh Bapak Haidar Bagir, Ibu Lubna Asegaf, Ibu Mahrukh Bashir, dan Bapak Sayed Hyder, dengan visi “masyarakat global yang didasarkan pada empati di mana setiap orang berhubungan satu sama lain dengan menggunakan potensi terbaik mereka melalui nilai kebenaran, kecantikan, dan kebaikan untuk mencapai kebahagiaan”. Untuk mencapai visi ini, MWS memiliki misi mengenali dan memajukan kemampuan dan bakat baik pada tingkat individu maupun kelompok, dengan tujuan untuk mencapai kehidupan yang lebih bermakna.

Pada saat didirikan di tahun 2017, MWS hanya berencana untuk membuka SMP. Setelah 6 tahun berjalan, pada tahun 2023, MWS memiliki program TK, SD, dan SMP.

Gambar 1.1 di bawah ini menunjukkan logo Millenia World School.



Gambar 1. 1 Logo Millennium World School

Pada gambar logo MWS mencerminkan filosofi pendidikan di Millenia World School yang mendorong siswa untuk menjadi pembelajar sepanjang hidup yang menghargai nilai – nilai seperti *Veritas*, *Veritus*, dan *Venustas*.

MWS menerapkan kurikulum Waldorf Finlandia yang terintegrasi dengan kurikulum Nasional Indonesia. Struktur organisasi MWS dipimpin oleh seorang

kepala sekolah yaitu Ibu Makhrub Basir yang didukung oleh tenaga pengajar, staf operasional, staf pemasaran, staf keuangan, staf admin, staf keamanan, staf kebersihan, dan staf spesialis sosial media.

1.2. Latar Belakang Penelitian

Indonesia termasuk dalam kategori negara dengan jumlah pengguna internet tertinggi, dengan 215 juta orang pada tahun 2023, atau 78% dari 275 juta orang yang tinggal di negara itu pada tahun 2022 (APJII, 2023). Berdasarkan hasil survei pengukuran indeks literasi digital terhadap sepuluh ribu responden pada bulan Agustus 2022 sampai bulan September 2022, generasi X dan Boomers menggunakan internet selama maksimal empat jam perhari (Rizki et al., 2021).

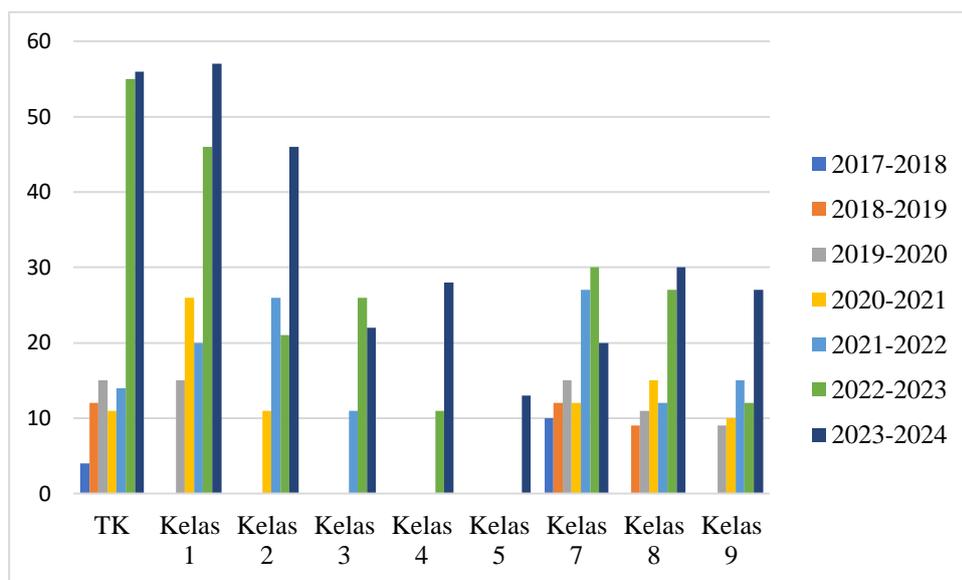


Gambar 1. 2 Tujuan Menggunakan Internet Tahun 2022

Sumber: (Sutarsih & Maharani, 2022)

Persentase penduduk yang berusia lima tahun atau lebih di Indonesia yang menggunakan internet selama tiga bulan terakhir digunakan sebagai dasar untuk

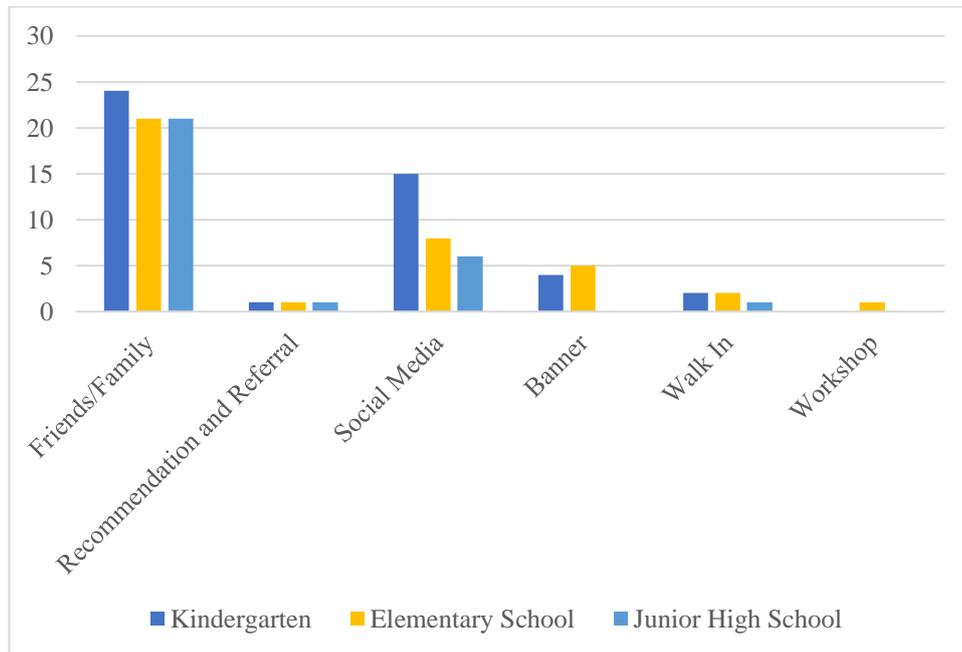
menentukan tujuan penggunaan internet di negara ini. Pada tahun 2022 yang digambarkan pada gambar 1.2, didominasi untuk mendapatkan informasi dan penggunaan sosial media (Sutarsih & Maharani, 2022). Media sosial digunakan pengguna sebagai sumber informasi untuk mendapatkan informasi sebesar 72,6 persen (Rizki et al., 2021).



Gambar 1. 3 Perkembangan Jumlah Siswa

Sumber: (Data yang telah diolah, 2024)

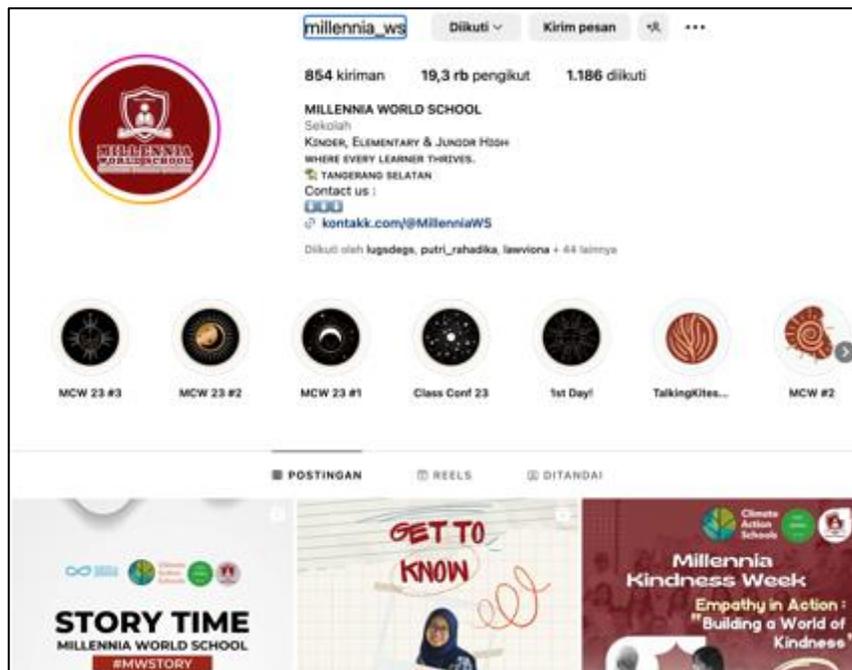
Gambar 1.3 menampilkan perkembangan jumlah siswa di MWS dari tahun ke tahun. Meskipun jumlah siswa MWS cenderung meningkat setiap tahunnya, namun terjadi penurunan signifikan pada jumlah siswa baru SMP yaitu kelas 7. Pada tahun ajaran 2022-2023, jumlah siswa baru kelas 7 mencapai 30, namun menurun menjadi 20 pada tahun ajaran 2023-2024.



Gambar 1. 4 Sumber Informasi Orang Tua Mengetahui MWS

Sumber: (Data yang telah diolah, 2023)

Gambar 1.4 menampilkan sumber informasi orang tua tentang MWS dari tahun 2022 hingga tahun 2023 dengan total 135 responden. Pada gambar 1.4, sebagian besar orang tua mendapatkan informasi tentang MWS dari teman atau kerabat. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial untuk MWS masih belum efektif.



Gambar 1. 5 Instagram Account Millenia World School

Sumber: (Instagram MWS, 2023)

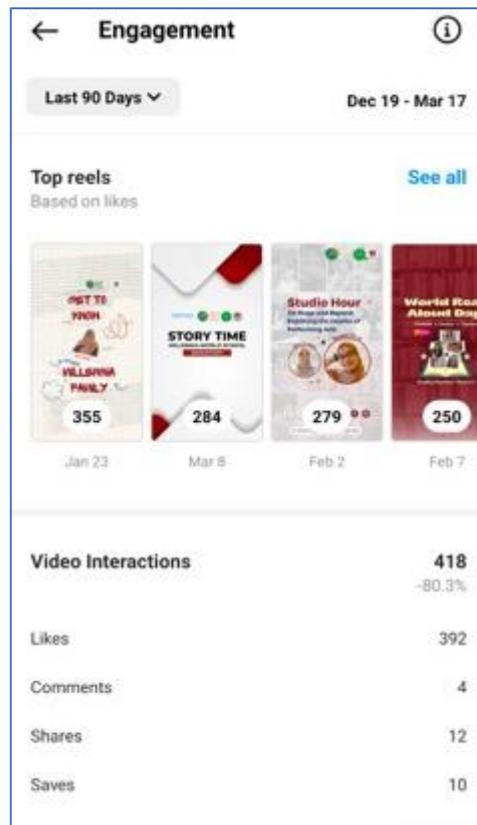
Berdasarkan gambar 1.5, Millenia World School memiliki akun sosial media Instagram yang bernama @millennia_ws sejak tahun 2019, dua tahun setelah sekolah didirikan. Tujuan konten sosial media Instagram MWS adalah untuk membagikan program dan aktivitas siswa di MWS. Namun, keterlibatan dari orang tua dalam bentuk *likes* dan komentar pada postingan MWS masih kurang jika dilihat dari jumlah pengikut. Konten merupakan aspek penting dalam menciptakan *trust*, *satisfaction*, dan *commitment* orang tua terhadap MWS.



Gambar 1. 6 *Social Commerce* Millenia World School

Sumber: (Instagram MWS, 2024)

Berdasarkan gambar 1.5, di sekolah Millennia World School, konsep *social commerce* digunakan dengan memanfaatkan platform media sosial Instagram sebagai *business channel* utama, yang menghubungkan ke berbagai platform lainnya seperti WhatsApp, YouTube, website, dan Facebook. Dengan memanfaatkan *social commerce* dan berbagai platform media sosial, MWS dapat meningkatkan interaksi dengan komunitas sekolah, menyebarkan informasi secara efektif, mempromosikan kegiatan sekolah, dan memperluas jangkauan serta reputasi sekolah di masyarakat.



Gambar 1. 7 *Engagement Instagram Video Interaction MWS*

Sumber: (Instagram MWS, 2024)

Gambar 1.7 menunjukkan penurunan *engagement Instagram video interaction* dari akun sosial media Instagram MWS dari bulan Desember 2023 sampai dengan Maret 2024, yaitu sebesar 80,3%. Penurunan signifikan dalam interaksi pengguna dengan video yang diposting mengindikasikan bahwa video kurang menarik perhatian atau keterlibatan pengguna. Penurunan *engagement* menunjukkan kurangnya *social commerce intention* dan *use behaviour* orang tua untuk terlibat dengan aktivitas online sekolah dan membagikan informasi terkait aktivitas ini kepada teman lainnya.



Gambar 1. 8 *Engagement Instagram Post Interaction MWS*

Sumber: (Instagram MWS, 2024)

Gambar 1.8 menunjukkan penurunan sebesar 37% *engagement* Instagram *post interaction* dari akun sosial media Instagram MWS dari bulan Desember 2023 sampai dengan Maret 2024. Penurunan signifikan dalam interaksi pengguna dengan konten yang diposting mengindikasikan bahwa konten kurang menarik perhatian sehingga keterlibatan pengguna menurun. Hal ini dapat dilihat dari total 19.300 pengikut, hanya 8 yang meninggalkan komentar pada konten tersebut. Penurunan *engagement* menunjukkan kurangnya *social commerce intention* dan *use behaviour* orang tua untuk terlibat dengan aktivitas online sekolah dan membagikan informasi terkait aktivitas ini kepada teman lainnya.

Saat ini belum ada *content planner* yang terstruktur atau terjadwal untuk diposting di platform media sosial. Kondisi ini menandakan kurangnya perencanaan strategis dalam pengelolaan konten, yang mungkin mempengaruhi konsistensi, relevansi, dan efektivitas keseluruhan dari konten yang dipublikasikan, sehingga mungkin mempengaruhi penurunan *engagement* dan penurunan jumlah siswa MWS karena kurangnya informasi yang dibutuhkan dari sosial media. Oleh karena itu, keberadaan *content planner* yang efektif dapat membantu memperbaiki strategi konten dan meningkatkan komunikasi dengan *audiens*, yang pada akhirnya dapat meningkatkan *social commerce intention* orang tua untuk terlibat dengan

aktivitas *online* MWS dan *use behaviour* untuk meningkatkan intensitas penggunaannya.

Selain penggunaan sosial media Instagram, sumber informasi dalam pencarian sekolah, dapat dilihat dari *review* dan *rating* di *google review* yaitu pengalaman langsung yang telah dirasakan oleh orangtua maupun siswa dapat menjadi pertimbangan orang tua lain dalam menilai MWS. Oleh karena itu, penulis memberikan analisis terhadap *review* dan *rating* di *google review* sebagai berikut:

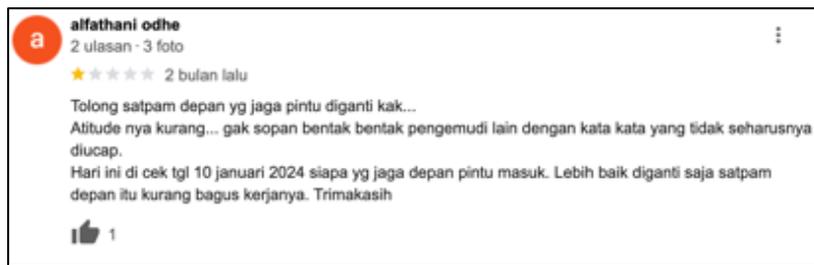


British School Jakarta	4,1	★★★★☆	(246)	· Sekolah
Global Jaya School	4,4	★★★★☆	(168)	· Sekolah Internasional
BINUS SCHOOL Serpong	4,1	★★★★☆	(155)	· Sekolah inte...
Mentari Intercultural School...	3,6	★★★☆☆	(138)	· Sekolah
Mutiara Harapan Islamic Sc...	4,2	★★★★☆	(129)	· Sekolah
Millennia World School	4,8	★★★★☆	(97)	· Sekolah

Gambar 1. 9 Urutan Sekolah Dengan Jumlah *Review* dan *Rating* Tertinggi

Sumber: (Google Review, 2024)

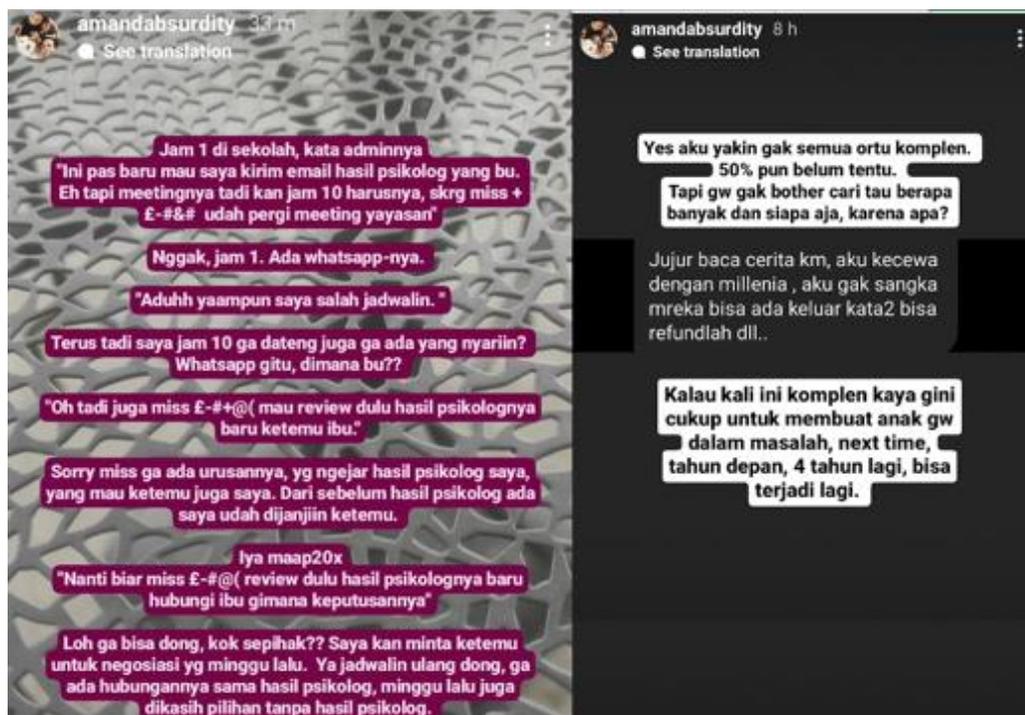
Berdasarkan *google review* pada gambar 1.9, menunjukkan bahwa Sekolah Millennia World School memiliki jumlah *review* terendah dibandingkan dengan lima sekolah internasional lain di Tangerang Selatan. Hal ini menunjukkan keterlibatan orang tua rendah sebagai sumber informasi bagi orang tua lainnya di forum *online*. Dalam konteks *social commerce intention* dan *use behaviour*, keterlibatan orang tua dan intensitasnya dalam memberikan *review* dan *rating* dari pengalaman orang tua yang menyekolahkan anak di MWS, dapat membantu orang tua lain dalam mencari informasi terkait MWS.



Gambar 1. 10 *Negative Review* dan *Rating MWS*

Sumber: (Google Review, 2024)

Berdasarkan *google review* pada gambar 1.10, pada Januari 2024, *rating* rendah yang diberikan oleh Alfathani Odhe dan ulasan negatif tentang sikap satpam di sekolah memungkinkan akan menunjukkan *relationship quality* orang tua terhadap sekolah rendah.

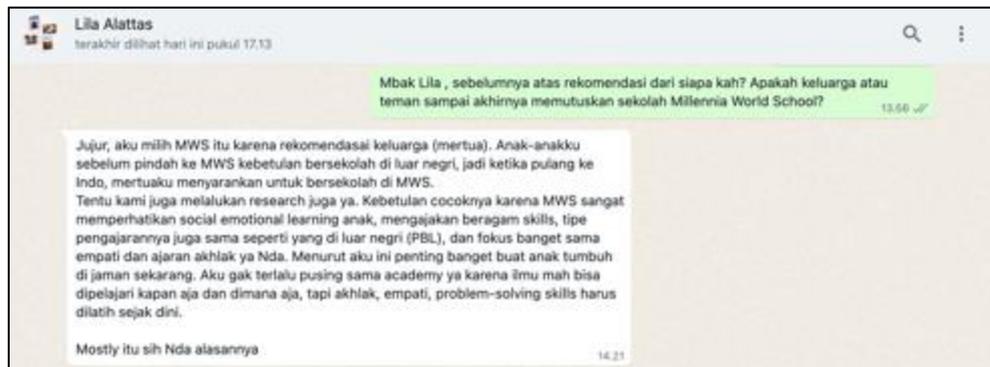


Gambar 1. 11 *Relationship Quality* Orang tua Terhadap MWS

Sumber: (Instagram akun @amandabsurdity, 2023)

Berdasarkan gambar 1.11, pada bulan September 2023 Amanda menunjukkan kekecewaan terhadap *quality of service* MWS dan menunjukkan

rendahnya *relationship quality* antara Amanda selaku orang tua dan MWS, yang disebarakan melalui forum *online* menggunakan social media Instagram.



Gambar 1. 12 Pengaruh *Emotional Support*

Sumber: (Lila Alatas, 2024)

Berdasarkan Gambar 1.12, Ibu Lila Alatas mengemukakan alasan menyekolahkan Talia dan Zayd di sekolah Millennia World School, dipengaruhi oleh *emotional support* dari keluarga.



Gambar 1. 13 Pengaruh *Informational Support*

Sumber: (Putri Yuniar, 2024)

Berdasarkan Gambar 1.13, pada tanggal 23 Februari 2024, Ibu Putri Yuniar mengemukakan alasan menyekolahkan Jihan di sekolah Millennia World School, dipengaruhi oleh *informational support* dari teman yaitu Ibu Nurul yang sudah menyekolahkan anaknya terlebih dahulu di MWS. Orang tua yang memiliki *relationship quality* yang baik terhadap sekolah akan bersedia memberikan *recommendation* dan *referral* berupa *emotional support* dan *informational support* kepada orang tua lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, diketahui bahwa penggunaan sosial media Instagram MWS belum efektif. Hal ini ditunjukkan dari rendahnya engagement pada platform Instagram dan kurangnya strategi konten yang terstruktur. Selain Instagram, Sekolah Millennia World School memiliki jumlah *review* dan *rating* terendah dibandingkan dengan lima sekolah internasional lain di Tangerang Selatan dan mendapatkan *rating* rendah dan *negative review* dari salah satu orang tua di *google review*. Selain informasi yang dapat dicari melalui internet dan sosial media, *emotional support* dari keluarga dan *informational support* dari teman dapat mempengaruhi *trust*, *satisfaction*, dan *commitment* orang tua terhadap MWS.

Oleh karena itu, penelitian perlu dilakukan untuk mengidentifikasi variabel yang mempengaruhi *social commerce intention* dan *use behaviour* orang tua untuk terlibat dalam aktifitas *online* di sosial media MWS dan meningkatkan intensitas penggunaannya.

1.3. Perumusan Masalah

- 1a. Apakah pengaruh *social commerce constructs* terhadap *relationship quality*.
- b. Apakah pengaruh *social commerce constructs* terhadap *social commerce intention*.
- 2a. Apakah pengaruh *social support* terhadap *relationship quality*.
- b. Apakah pengaruh *social support* terhadap *social commerce intention*.
3. Apakah pengaruh *relationship quality* terhadap *social commerce intention*.
4. Apakah pengaruh *social commerce intention* terhadap *use behaviour*.

1.4. Tujuan Penelitian

- 1a. Untuk mengetahui pengaruh *social commerce constructs* terhadap *relationship quality*.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *social commerce constructs* terhadap *social commerce intention*.
- 2a. Untuk mengetahui pengaruh *social support* terhadap *relationship quality*.

- b. Untuk mengetahui pengaruh *social support* terhadap *social commerce intention*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *relationship quality* terhadap *social commerce intention*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *social commerce intention* terhadap *use behaviour*.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis (akademik)
 - a. Penelitian ini menyempurnakan literatur sebelumnya, dengan menguji dan memvalidasi variabel *social commerce constructs*, *social support*, *relationship quality*, *social commerce intention* dan *use behaviour*.
 - b. Penelitian ini memberikan wawasan tentang *social commerce intention* dan memberikan dasar untuk teori-teori baru dengan menggabungkan literatur pemasaran dalam memprediksi *use behaviour* konsumen.
 - c. Penelitian ini mengemukakan pentingnya *social commerce constructs* melalui Instagram yang menciptakan *social support* dan *relationship quality* dalam konteks *online*, terhadap *social commerce intention* dan *use behaviour* dari konsumen untuk terlibat dalam aktivitas *online* di sosial media.
2. Secara praktis (pragmatis)
 - a. Dari hasil analisis penelitian ini, Millennia World School memahami pengaruh variabel *social commerce constructs*, *social support*, dan *relationship quality* terhadap *social commerce intention*, dan *use behaviour* untuk terlibat dalam aktivitas *online* di Instagram dan intensitasnya.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Terdiri dari Bab I hingga Bab V, yang mencakup sistematisasi dan penjelasan singkat dari laporan penelitian.

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan singkat dan lengkap tentang isi penelitian. Ini mencakup pengenalan umum tentang objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan prosedur untuk menyusun tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori umum dan khusus serta penelitian sebelumnya. Ini juga mencakup kerangka pemikiran penelitian dan, jika diperlukan, hipotesis.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, pendekatan, metodologi, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis hasil penelitian dibahas. Jenis penelitian, operasi variabel, populasi dan sampel (untuk penelitian kuantitatif) dan situasi sosial (untuk penelitian kualitatif), pengumpulan data, uji validitas dan kredibilitas, dan metode analisis data dibahas di sini.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dan diskusi penelitian disajikan dalam sub judul tersendiri dan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Bab ini terdiri dari dua bagian: yang pertama menampilkan hasil penelitian, dan yang kedua membahas atau menganalisis hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan harus dimulai dengan analisis data, interpretasi, dan pengambilan kesimpulan. Penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan harus dipertimbangkan selama diskusi.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan adalah jawaban atas pertanyaan penelitian dan rekomendasi tentang manfaatnya.