

ABSTRAKSI

Anak muda masa kini tidak dapat lepas dari media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Media baru ini telah melekat pada seluruh sendi-sendi kehidupan anak muda dari sebuah kebutuhan atau hanya sekedar gaya hidup. Media baru ini memiliki dampak yang cukup besar bagi kehidupan anak muda baik itu positif maupun negatif. Wirausaha muda sebagai bagian dari anak muda masa kini mampu memanfaatkan media sosial menjadi suatu hal yang positif dan menghasilkan. Besarnya jumlah dan intensitas penggunaan media sosial oleh masyarakat terutama anak muda, merupakan potensi besar untuk meluncurkan aktivitas pemasaran guna mengembangkan usaha yang mereka jalankan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Informan dalam penelitian adalah 7 orang wirausaha muda. Media sosial yang digunakan sebagai objek penelitian adalah Facebook, Twitter dan Instagram yang merupakan media sosial yang tengah populer di Indonesia. Jenis data yang digunakan adalah data primer yakni hasil wawancara dan data sekunder dari dokumen-dokumen terkait. Penelitian ini menggunakan kerangka teori media baru, masyarakat jejaring dan budaya kaum muda. Ketiga teori tersebut digunakan untuk menganalisis hubungan antara media sosial, wirausaha muda dan aktivitas bisnis di media baru.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa; Pertama, aspek-aspek yang mempengaruhi anak muda dalam penggunaan media sosial adalah pengaruh teman sebaya, kemajuan dan pengetahuan teknologi informasi, lingkungan dan pergaulan hingga gaya hidup dan tren. Kedua, wirausaha muda memilih dan menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran berdasarkan karakter media sosial tersebut yang selaras dengan perilakunya sebagai pengguna media sosial sehari-hari dan sebagai wirausaha yang piawai melihat peluang usaha dan melakukan pemasaran di media sosial. Ketiga, wirausaha muda mampu memanfaatkan jaringan sosial yang luas pada media sosial sebagai jaringan pemasarannya dengan strategi pemasaran yang berbeda-beda.

Hasil penelitian yaitu pemasaran di media sosial yang melibatkan wirausaha muda terjadi karena teknologi informasi seperti media sosial memunculkan masyarakat jejaring yang diikuti lahirnya *digital native* dan terbentuknya ekonomi baru yakni pasar media sosial. Wirausaha muda sebagai anggota dari *digital native* sekaligus pelaku pasar media sosial, fasih dan terampil menggunakan teknologi informasi ini, juga piawai melihat peluang serta melakukan pemasaran di media sosial.

Kata Kunci : Wirausaha Muda, Media Sosial, Bisnis, Media Baru

ABSTRACT

Young people today can not be separated from social media in daily life. The new media has been inherent in all aspects of life of young people from a requirement or just a lifestyle. The new media has a considerable impact to the lives of young children either positive or negative. Young entrepreneurs as part of the young people today are able to utilize social media becomes a positive thing and produce. The sheer number and intensity of use of social media by the public, especially young people, is a great potential to launch marketing activities in order to develop the business they run.

This study used a qualitative method with descriptive approach. Informants in the study were 7 young entrepreneurs. Social media is used as the object of research is Facebook, Twitter and Instagram is a social media that was popular in Indonesia. The type of data used are primary data that is the result of interviews and secondary data from related documents. This study uses a theoretical framework of new media, community networking and youth culture. The third theory is used to analyze the relationship between social media, young entrepreneurs and business activity in the new media.

In this study it was found that; First, the aspects which affect young people in the use of social media is the influence of peers, progress and knowledge of information technology, environment and association to lifestyles and trends. Secondly, young entrepreneurs choosing and using social media as marketing tools based on the character of social media is aligned with the social media user behavior as daily and as savvy entrepreneurs see business opportunities and marketing in social media. Thirdly, young entrepreneurs are able to utilize a wide social network on social media as a marketing network with a marketing strategy that is different. Namely marketing research results on social media involving young entrepreneurial occur because of information technology such as social media networking community that followed led to the birth of the digital native and the formation of the new economy social media market. Young entrepreneurs as well as a member of the digital native social media market participants, fluent and skillful use of information technology, it is also good at seeing opportunities and doing marketing on social media.

Keywords: Young Entrepreneur, Social Media, Business, New Media