

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena serupa juga terjadi di Indonesia. Penggunaan internet terus mengalami peningkatan seiring berkembangnya inovasi teknologi digital dan pembangunan infrastruktur komunikasi. Kemudahan akses jaringan memungkinkan masyarakat memanfaatkan internet dalam berbagai aktivitas sehari-hari, baik untuk kebutuhan komunikasi, pendidikan, hiburan, maupun ekonomi. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 210 juta jiwa dan terus mengalami pertumbuhan setiap tahun (Budiman et al., 2024). Tingginya penetrasi internet tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital semakin memiliki peran strategis dalam mendukung aktivitas produktif masyarakat, termasuk pada kalangan mahasiswa sebagai generasi yang tumbuh dan berkembang di tengah transformasi digital.

Di kalangan mahasiswa, internet tidak hanya dimanfaatkan untuk mencari referensi akademik dan berkomunikasi, tetapi juga berkembang sebagai sarana hiburan, membangun jejaring sosial, serta membuka peluang ekonomi digital. Ellison et al. (2007) menyatakan bahwa mahasiswa menggunakan media sosial untuk membangun dan memperluas *social capital* yang dapat memberikan berbagai keuntungan sosial maupun profesional. Dalam perkembangannya, jejaring sosial tersebut dapat menjadi modal awal bagi aktivitas kewirausahaan digital. Laporan *Global Entrepreneurship Monitor* yang disampaikan Tarnawa (2023) menunjukan

bahwa keterlibatan generasi muda dalam aktivitas digital *entrepreneurship* meningkat secara signifikan, terutama melalui pemanfaatan *platform* media sosial untuk pemasaran, promosi, dan monetisasi konten. Di Indonesia, mahasiswa termasuk kelompok yang aktif memanfaatkan teknologi digital untuk membangun usaha berbasis konten dan jasa digital. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi instrumen yang mendukung lahirnya kewirausahaan digital (*digital entrepreneurship*), yaitu aktivitas penciptaan nilai ekonomi melalui pemanfaatan teknologi digital (Nambisan, 2017).

Salah satu platform yang menyediakan peluang monetisasi tersebut adalah *Meta Platforms* melalui fitur Facebook Pro. Fitur ini memungkinkan pengguna memperoleh pendapatan melalui monetisasi iklan, performa konten, bonus interaksi, dan dukungan pengikut. Kehadiran Facebook Pro menandai transformasi Facebook dari sekadar media interaksi sosial menjadi platform ekonomi kreatif berbasis konten digital. Semakin intens fitur profesional tersebut digunakan, semakin besar peluang pengguna untuk memahami mekanisme monetisasi, membangun *audiens*, dan mengembangkan strategi produksi konten yang produktif. Menurut *Meta Platforms* (2024), monetisasi melalui fitur profesional dapat menjadi sumber pendapatan alternatif bagi kreator digital yang mampu membangun konsistensi interaksi dan kualitas konten. Oleh karena itu, intensitas penggunaan Facebook Pro berpotensi mendorong orientasi mahasiswa ke arah pemanfaatan media sosial yang lebih produktif dan ekonomis.

Meskipun demikian, berbagai penelitian terdahulu masih lebih banyak memfokuskan kajian media sosial pada aspek interaksi sosial, kecanduan digital, perilaku konsumtif, dan minat berwirausaha secara umum. Alzahra et al. (2024) menekankan bahwa media sosial berperan penting dalam interaksi sosial, namun juga berpotensi menimbulkan dampak negatif seperti kecanduan penggunaan dan menurunnya produktivitas. Rizqiyaa & Komaryatin (2025) menemukan bahwa intensitas pemanfaatan media sosial dan *self-efficacy* berpengaruh terhadap minat kewirausahaan mahasiswa melalui motivasi sebagai variabel mediasi. Penelitian Permatasari dan Harsono (2025) menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, sementara Kapriani et al. (2024) mengaitkan media sosial dengan pengetahuan ekonomi dalam membentuk minat kewirausahaan. Di sisi lain Hofil et al. (2025) lebih menekankan pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan Mabur dan Agustina (2025), memosisikan media sosial sebagai variabel mediasi antara literasi digital dan produktivitas ekonomi mahasiswa.

Berdasarkan kajian terdahulu, terlihat adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang cukup jelas. Penelitian sebelumnya umumnya menempatkan media sosial sebagai variabel umum yang dikaitkan dengan interaksi sosial, literasi digital, perilaku konsumtif, maupun minat kewirausahaan mahasiswa. Belum banyak penelitian yang secara spesifik menguji hubungan antara intensitas penggunaan fitur profesional pada platform tertentu dengan motivasi mahasiswa dalam menghasilkan pendapatan digital. Secara khusus, penelitian mengenai Facebook Pro sebagai fitur monetisasi berbasis media sosial masih sangat terbatas, terutama

dalam konteks mahasiswa sebagai kelompok usia produktif yang memiliki potensi besar dalam pengembangan kewirausahaan digital. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan empiris tersebut dengan menguji secara kuantitatif pengaruh intensitas penggunaan Facebook Pro terhadap motivasi mahasiswa dalam menghasilkan pendapatan digital. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada tiga aspek utama. Pertama, penelitian ini secara spesifik memfokuskan analisis pada fitur Facebook Pro sebagai instrumen monetisasi digital, bukan media sosial secara umum. Kedua, penelitian ini menguji hubungan langsung antara intensitas penggunaan fitur profesional dengan motivasi menghasilkan pendapatan digital melalui pendekatan kuantitatif. Ketiga, penelitian ini dilakukan pada konteks mahasiswa IFTK Ledalero yang merepresentasikan kelompok mahasiswa di wilayah lokal yang masih jarang menjadi objek kajian dalam studi digital *entrepreneurship*.

Kesenjangan tersebut semakin relevan jika dikaitkan dengan kondisi nyata mahasiswa IFTK Ledalero. Berdasarkan pengamatan awal peneliti, sebagian mahasiswa IFTK Ledalero memanfaatkan Facebook sebagai media komunikasi, berbagi informasi, dan hiburan. Seiring hadirnya fitur profesional, sebagian mahasiswa mulai mengaktifkan mode tersebut dan memproduksi konten secara lebih konsisten. Namun, tidak semua pengguna memiliki orientasi ekonomi yang sama. Sebagian mahasiswa memanfaatkan fitur tersebut sebatas mengikuti perkembangan tren digital, sedangkan sebagian lainnya mulai mengarahkannya pada tujuan ekonomi yang lebih produktif. Berdasarkan pertimbangan tersebut, perlu dilakukan kajian empiris untuk mengetahui apakah intensitas penggunaan

Facebook Pro benar-benar berpengaruh terhadap motivasi mahasiswa IFTK Ledalero dalam menghasilkan pendapatan digital.

Secara teoretis, penelitian ini didukung oleh teori motivasi dari Maslow (1943), Herzberg (1959), dan McGregor (1960) dalam Silva Neto (2019) yang menjelaskan bahwa kebutuhan ekonomi, penghargaan diri, pencapaian, dan dorongan internal menjadi faktor penting yang mendorong individu bertindak secara produktif. Maslow menekankan bahwa manusia memiliki kebutuhan bertingkat, termasuk kebutuhan finansial dan aktualisasi diri. Herzberg menjelaskan bahwa pencapaian dan pengakuan merupakan faktor pendorong motivasi. Sementara itu, McGregor melalui Teori Y menyatakan bahwa individu memiliki dorongan internal untuk berkembang dan memanfaatkan peluang secara mandiri. Perspektif ini diperkuat oleh teori *digital entrepreneurship* yang menjelaskan bahwa teknologi digital memungkinkan individu menciptakan, mengembangkan, dan memonetisasi peluang ekonomi melalui platform digital (Nambisan, 2017). Dalam konteks penelitian ini, Facebook Pro dapat dipahami sebagai sarana *digital entrepreneurship* yang membuka peluang bagi mahasiswa untuk mengembangkan kreativitas sekaligus membangun kemandirian finansial.

Berdasarkan uraian tersebut, anggapan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan Facebook Pro akan berkaitan dengan meningkatnya motivasi mahasiswa dalam menghasilkan pendapatan digital masih memerlukan pembuktian empiris. Hubungan tersebut tidak dapat langsung diasumsikan bersifat satu arah karena sangat mungkin mahasiswa yang sejak awal memiliki motivasi ekonomi tinggi justru lebih aktif memanfaatkan fitur profesional tersebut. Oleh karena itu,

arah dan kekuatan hubungan antarvariabel perlu diuji secara statistik melalui penelitian kuantitatif. Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk menguji secara empiris pengaruh intensitas penggunaan Facebook Pro terhadap motivasi mahasiswa IFTK Ledalero dalam menghasilkan pendapatan digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian digital entrepreneurship serta menjadi referensi praktis bagi mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial secara lebih produktif dan bernilai ekonomis.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah terdapat pengaruh intensitas penggunaan Facebook Pro terhadap motivasi mahasiswa IFTK Ledalero dalam menghasilkan pendapatan digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensitas penggunaan *Facebook Pro* terhadap motivasi mahasiswa IFTK Ledalero dalam memperoleh pendapatan digital. Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan antara tingkat penggunaan Facebook Pro dengan motivasi mahasiswa dalam memperoleh pendapatan melalui media digital.

1.4 Batasan Masalah

Batasan dalam penelitian ini ditetapkan pada beberapa aspek guna menghindari meluasnya kajian yang dapat menyimpang dari tujuan penelitian. Studi ini hanya melihat dua variabel utama, yaitu intensitas penggunaan fitur profesional Facebook (*Facebook Pro*) sebagai variabel bebas dan motivasi mahasiswa dalam menghasilkan pendapatan digital sebagai variabel terikat. Subjek

penelitian dibatasi pada mahasiswa IFTK Ledalero yang memiliki akun Facebook dan pernah atau sedang menggunakan fitur *Facebook Pro*. Penelitian ini tidak membahas platform media sosial lain seperti Instagram, TikTok, atau YouTube, serta tidak mengkaji aspek teknis algoritma maupun sistem monetisasi secara mendalam. Fokus penelitian hanya pada hubungan atau pengaruh antara intensitas penggunaan dan motivasi ekonomi, bukan pada besarnya pendapatan yang diperoleh secara riil. Data penelitian dikumpulkan dalam periode waktu tertentu sesuai pelaksanaan penelitian dan dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan pembatasan ini, penelitian diharapkan lebih terarah, spesifik, dan tidak keluar dari fokus permasalahan yang telah dirumuskan.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Dari sisi teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya kajian ilmiah mengenai komunikasi digital, ekonomi digital, dan perilaku penggunaan media sosial. Secara khusus, penelitian ini lebih fokus pada hubungan antara tingkat intensitas penggunaan media sosial oleh mahasiswa dan motivasi ekonomi yang mereka miliki. Dalam konteks monetisasi digital, temuan penelitian ini juga dapat membantu mengembangkan teori penerimaan teknologi dan motivasi dalam konteks monetisasi digital.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa

Melalui penelitian ini, mahasiswa diharapkan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang penggunaan fitur profesional Facebook sebagai

salah satu sarana menghasilkan pendapatan digital, sehingga media sosial tidak hanya dimanfaatkan untuk hiburan, tetapi juga bernilai produktif dan ekonomis.

2. Bagi Institusi (IFTK Ledalero)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero dalam meningkatkan literasi digital mahasiswa, khususnya terkait pemanfaatan media sosial secara produktif dan kreatif.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian berikutnya yang mengkaji hubungan antara pemanfaatan media sosial dan motivasi ekonomi melalui konteks serta pendekatan penelitian yang berbeda.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran mengenai isi penelitian secara menyeluruh. Penulisan skripsi dibagi ke dalam lima bab yang saling berkaitan. Bab I berisi pendahuluan yang mencakup latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bab II menguraikan kajian pustaka yang terdiri atas landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian. Bab III menjelaskan metode penelitian, meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

Analisis data dalam penelitian ini meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Bab IV menyajikan hasil penelitian beserta pembahasan data yang telah diperoleh. Selanjutnya, Pada Bab V disajikan kesimpulan dan saran yang disusun berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.