

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kehadiran internet tidak saja telah mengubah cara – cara perusahaan dalam merancang dan melaksanakan strategi bisnis dan pemasaran juga memengaruhi program komunikasi pemasaran mereka (Morissan, 2010:24). Dengan adanya internet, kini siapa saja yang memiliki perangkat bisa terhubung ke internet baik melalui smartphone, komputer maupun jenis perangkat lainnya dapat menjadi bagian dari jaringan komunikasi dunia.

Internet adalah media pemasaran yang pas untuk menjangkau khalayak. Bisa dikatakan, kalau internet memanglah sangat praktis serta gampang digunakan di masa digital saat ini. Bersamaan dengan perkembangannya, internet mampu melahirkan sesuatu jaringan baru yang biasa di kenal dengan istilah media sosial. Media sosial ialah suatu media online yang mempermudah orang buat berpartisipasi, berbagi, dan menghasilkan isi meliputi jejaring sosial serta dunia virtual.

Awal mulanya media sosial hanya digunakan sebagai sarana berkomunikasi untuk terhubung dengan teman, rekan kerja serta keluarga. Tetapi pada perkembangannya, media sosial tidak cuma digunakan sebatas situ saja. Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial, terutama Instagram menginspirasi para pemasar (*marketer*) untuk memanfaatkannya sebagai media komunikasi pemasaran dari produk ataupun jasa yang dihasilkan.

Dapat dikatakan bahwa media sosial ialah platform yang sangat efektif untuk berkomunikasi dan mendengarkan pendapat atau komentar dari konsumen, seperti memberi kritik, saran serta komplain. Meskipun kegiatan komunikasi pemasaran dilakukan secara online, akan tetapi efek dari pemasaran yang dilakukan pun bisa berdampak offline yaitu melalui mulut ke mulut (*word of mouth*). Jika mampu mengkombinasikan model pemasaran online dan offline, maka dapat dipastikan produk/ jasa yang ditawarkan akan lebih mudah untuk diterima oleh konsumen (Agatha, 2015:5)

Instagram adalah sebagian dari salah satu sosial media yang digunakan untuk jual beli secara online atau bisa disebut dengan online shop yang sekarang ini digunakan untuk mencari untung, dikarenakan media Instagram memiliki fitur yang mendukung untuk digunakan, dengan demikian foto atau gambar yang akan di unggah akan menjadi lebih menarik karena menggunakan fitur yang ada di Instagram, sekarang ini banyak masyarakat yang menggunakan Instagram sebagai media untuk menjual produk yang dimiliki, dengan menggunakan fitur efek gambar pada Instagram produk yang akan dipasarkan akan menjadi lebih menarik pembeli (Dewi dan Nugraha, 2015).

Selain sebagai sosial media, aplikasi instagram juga menjadi wadah dan aktivitas promosi penjualan yang mudah dan efektif, instagram memiliki banyak keuntungan untuk pelaku pasar, seperti contohnya adalah penjual atau pelaku pasar tidak usah menggunakan biaya agar bisa menawarkan produk mereka, dengan begitu pelaku pasar bisa sepuasnya untuk berpromosi agar pasar bisa dikuasai oleh produk tersebut, selain itu instagram juga mengalami pembaharuan

yang menurut saya bisa diunggulkan dari media yang lain, pembaharuannya adalah instagram bisa diatur oleh pengguna untuk melakukan penjualan atau promosi produk di instagram tersebut. Dengan begitu sesudah disetting maka instagram dengan otomatis produk akan memasarkan dengan sendirinya setelah mensetting dipengaturan instagram tadi (Puguh, 2017).

Komunikasi juga sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan manusia, terutama jika menyangkut kegiatan pemasaran. Keberhasilan kegiatan pemasaran sangat bergantung pada proses komunikasi yang dilakukan oleh para pelaku kegiatan pemasaran tersebut. Salah satu kegiatan yang paling membutuhkan proses komunikasi adalah kegiatan pemasaran, karena kegiatan inilah yang merupakan kunci keberhasilan dari suatu usaha bisnis dalam memenangkan hati pelanggan. Pemasaran yang baik akan mengarah kepada loyalitas pelanggan.

Seperti halnya toko @Revsmotoshopplg yang memanfaatkan media sosial Instagram dalam mempromosikan produknya. Meskipun promosi hanya dilakukan dengan media sosial, namun promosi tersebut berhasil menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut Dengan datang secara langsung atau melalui media sosial, sehingga produk-produknya laris dibeli konsumen. Penggunaan media Instagram yang dilakukan toko Revsmotoshopplg membuat omzet penjualan produk meningkat setiap tahunnya. Kesuksesan pemasaran yang hanya melalui media sosial inilah tentu terkait dengan strategi komunikasi pemasaran yang dipakai @Revsmotoshopplg.

Dengan menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi untuk meningkatkan minat jumlah customer, dan memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti *hashtags* dan Instagram *story* juga dapat meningkatkan penjualan, sebab banyak pengguna yang mencari informasi melalui media tersebut. Akun @Revsmotoshopplg ini mendisplay hasil dari setiap produk-produk yang dihasilkan dari beberapa konsumen sebelumnya. Pada deskripsi postingan terdapat informasi mengenai produk, foto konsumen dengan produk, *hashtags* produk dan informasi mengenai toko Revsmotoshopplg sendiri. Setidaknya untuk setiap hari @revsmotoshopplg bisa mengunggah minimal 5-10 hasil dari foto produk ataupun hasil dari *me-repost* postingan dari pengunjung yang mengunggahnya ke Instagram. Hasil dari mendisplay foto produk yang dihasilkan dari beberapa konsumen sebelumnya inilah yang membuat strategi promosi @revsmotoshopplg berbeda dengan promosi yang dilakukan oleh toko-toko *online shop* otomotif lain yang ada di kota Palembang.



**Gambar 1.1 Toko Revsmotoshop**  
**Sumber : Instagram @Revsmotoshopplg**

@revsmotoshopplg merupakan salah satu toko yang menjual aksesoris premium untuk kendaraan bermotor yang ada di kota Palembang, toko yang terletak di Jalan Suka Bangun 2 No.1585, Palembang Sumatera Selatan ini jadi *on stop shop* buat para *bikers*, Toko yang sudah berdiri sejak 8 april 2015 (<https://www.motorplus-online.com>) ini adalah yang aktif menggunakan media sosial *instagram*, terbukti dengan jumlah postingan lebih banyak dan *followers* yang bertambah setiap harinya dibandingkan dengan kompetitornya. Berikut data hasil unggahan foto dan followers @Revsmotoshopplg dengan kompetitor yang sejenisnya.

Tabel 1.1 Jumlah Unggahan Foto dan *Folowers* @Revsmotoshop dengan Kompetitornya Hingga Bulan juli 2021

No	Nama Toko	Nama Akun Instagram	Jumlah Postingan	Jumlah Followers
1	Revsmotoshop	@Revsmotoshopplg	106.000	86.500
2	Jaya Abadi Motor Sport	@jayaabadimotorsport	3.037	5.662
3	Kms Variasi Motor	@Kmsvariasi	570	2.065
4	GNP Variasi Motor	@gnp_variasimotor	499	9.486

Sumber : Akun Instagram @Revsmotoshopplg, @jayaabadimotorsport,

@Kmsvariasi, @gnp\_variasimotor

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa akun instagram @Revsmotoshopplg lebih unggul dari kompetitornya yaitu memiliki 86.500

*Followers*, sedangkan jika dibandingkan dengan akun @jayaabadimotorsport yang memiliki akun 5.662 Pengikut, @Kmsvariasi yang memiliki 2.065 Pengikut, @Gnp\_Variasimotor yang memiliki 9.486 pengikut di Instagram.

Keempat akun instagram tersebut memiliki persamaan yaitu akun yang menjual aksesoris kendaraan yang ada di kota Palembang. Dalam hal ini dapat dilihat seberapa aktif akun tersebut menggunakan instagram sebagai media komunikasi pemasaran.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penelitian mencoba merumuskan permasalahan-permasalahan yang berguna sebagai pijakan penyusunan skripsi. Jika diajukan dalam bentuk pertanyaan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan :

1. Bagaimana cara @Revsmotoshopplg agar tetap bertahan?
2. Bagaimana kemampuan @Revsmotoshopplg melakukan promosi di Instagram

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimana Peran instagram sebagai media komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat *customer* @Revsmotoshopplg?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Peran instagram sebagai media komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat *customer* @Revsotoshopplg

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis peneliti berharap dapat memberikan informasi mengenai pengembangan keilmuan dalam bidang ilmu komunikasi.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

#### **1.5.2.1 Manfaat bagi penulis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan mampu menjadi literatur kepustakaan. Khususnya untuk jenis penelitian kualitatif yang berkaitan dengan Peran Instagram sebagai media komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat customer @Revsotoshopplg

#### **1.5.2.2 Manfaat bagi pembaca**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bisa membantu penelitian lain sebagai referensi dalam melakukan penelitian dibidang yang sama. memberikan masukan kepada pebisnis terkait Peran instagram sebagai media komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat customer @Revsotoshopplg

## 1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan oleh penulis maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi agar nantinya tidak melebar luas dan dapat mempermudah dalam melakukan analisis, batasan tersebut yaitu peneliti hanya membahas Bagaimana Peran instagram sebagai media komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat customer @Revsotoshopplg

