BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Twin Barber Store adalah salah satu usaha barber shop yang tengah berkembang di kota Sukabumi, berdiri sejak tahun 2015 hingga Februrari 2020 menjadi barber shop yang paling diminati pelanggan khususnya di kota Sukabumi. Pelanggan Twin Barber Store juga tidak hanya kalangan remaja saja, berbagai kalangan dan usia datang bergantian setiap hari untuk memangkas rambutnya di Twin Barber Store. Dalam kurun waktu 4 tahun dari awal berdiri hingga sekarang Twin Barber Store sudah membuka cabang di Sukabumi, Bogor, dan Bekasi dengan jumlah karyawan 15 karyawan secara keseluruhan. Twin Barber Store menggunakan beberapa media sosial dalam mengembangkan usahanya yaitu dengan cara memperlihatkan testimonial kepuasan pelanggan terhadap hasil cukur rambut, dan itu cukup menjadi kekuatan minat pada konsumen yang ingin potong rambut di Twin Barber Store, disamping itu melakukan promosi dan memasang iklan juga menjadi salah satu strategi yang sangat berpengaruh didalam keputusan konsumen dalam menggunakan produk atau jasa Twin Barber Store.

Promosi yang dilakukan Twin Barber Store juga cukup beragam, mulai dari potongan harga untuk pelajar di hari tertentu dan pangkas rambut gratis jika sudah 5 kali dipangkas di Twin Barber Store. Twin Barber Store juga sudah beberapa kali didatangi oleh Walikota Sukabumi dan beberapa *influencer* dikalangan remaja yang membuat Twin Barber Store semakin dikenal dan diminati masyarakat.

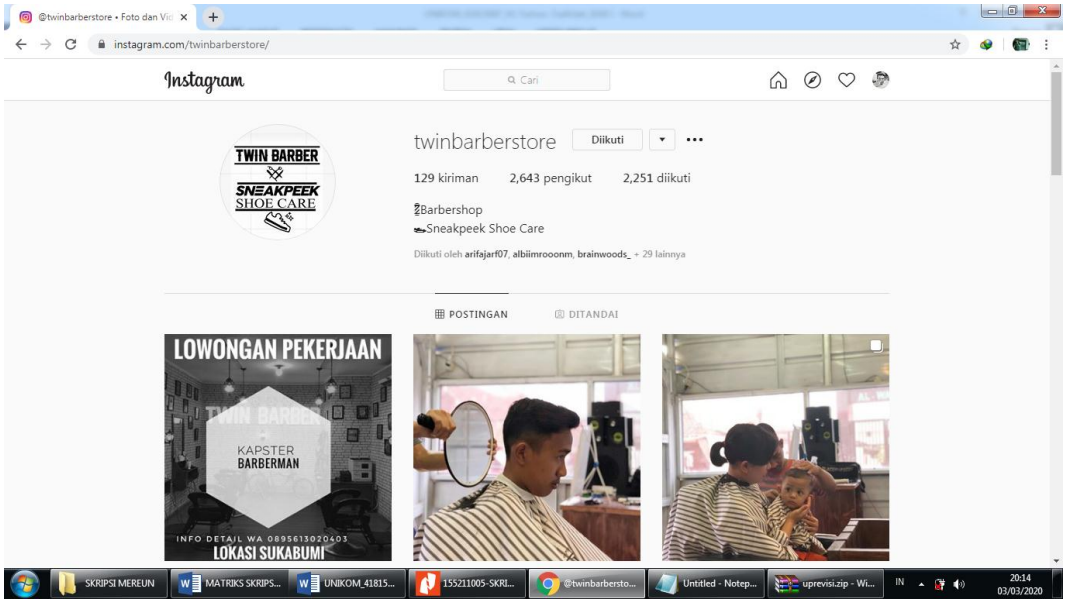
> "*Alhamdulillah* kita bisa berhubungan baik sama Bapak Walikota Sukabumi, beliau juga sempat beberapa kali potong rambut disini terus ada temen-temen dari komunitas Skateboard, Motor *Custom*, Seniman yang punya pengaruh besar di Kota Sukabumi ini. Jadi, kedatangan mereka juga yang bikin Twin Barber Store semakin dikenal di Kota Sukabumi. Soalnya mereka pasti *update* tiap potong rambut disini." (Wawancara dengan Rizqie Herand Twin pada tanggal 16 November 2019 Pukul 19:30 WIB di Twin Barber Store)

Dalam memperkenalkan usahanya dengan cara melakukan promosi dan memasang iklan, Twin Barber Store juga melakukan promosi dengan media sosial yang saat ini tengah berkembang cukup pesat. Media sosial ini kerap dijadikan suatu alat atau media untuk melakukan strategi komunikasi khususnya untuk melakukan promosi. Misalnya seperti media sosial Instagram, Youtube, Twitter, dan Facebook yang memiliki kegunaan dan karakteristiknya masing-masing.

Dari sekian banyaknya media sosial yang digunakan Twin Barber Store untuk menyampaikan informasi, peneliti memilih media sosial Instagram Twin Barber Store karena berdasarkan pengamatan peneliti akun sosial media Instagram milik Twin Barber Store sangat aktif mengunggah foto dan *instastory* setiap harinya. Selain itu Instagram Twin Barber Store memiliki *followers* lebih banyak dibandingkan dengan media sosial Twin Barber Store lainnya. Dengan semakin banyaknya jumlah *followers* maka jumlah *like* pada setiap postingan juga semakin banyak, maka foto atau video tersebut akan masuk ke dalam halaman *popular*, dengan masuknya foto atau video tersebut dapat dilihat secara *global* sehingga jumlah (*followers*) dapat bertambah lebih banyak lagi.

Pada tangal 29 Februari 2020 jumlah *followers* akun Instagram Twin Barber Store sebanyak 2.643 *followers.* Berikut adalah potongan gambar halaman depan akun Instagram Twin Barber Store.

Gambar 1.1
Instagram Twin Barber Store



(Sumber: https://www.instagram.com/twinbarberstore/ diakses pada tanggal 29 Februari 2020 pukul 21:13 WIB)

Memasuki era digital, sosial media Instagram bukan lagi merupakan hal yang awam digunakan untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi, tidak jarang sosial media Instagram digunakan untuk berbagi informasi, bahkan Instagram telah membuat transformasi terhadap berbagai industri global, mengubah cara pengguna menikmati *fashion*, seni, makanan dan pariwisata menggunakan *smartphone*.

Komunikasi pemasaran melalui media internet dapat memberikan keuntungan dalam berbagai bidang. Proses pemasaran melalui media internet mampu memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh barang yang diinginkan (Abyad, 2017:94).

Walaupun persaingan usaha barber saat ini cukup ramai hal tersebut tidak menyurutkan niat untuk mengembangkan usaha Twin Barber Store, beberapa