

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Rumah Belajar Digital (RBDigital) merupakan perusahaan dibawah naungan PT.Rumah Belajar Indonesia, Rumah Belajar Digital (RBDigital) merupakan lembaga pendidikan non-formal yang berupaya membimbing siswa-siswi di Indoonesia dimanapun mereka berada.

Gambar 1.1
Data Lolos PTN



Sumber:(instagram.com/rbdigital.id/)

Rumah Belajar Digital (RBDigital) berhasil meloloskan siswanya masuk PTN dengan jumlah yang susah untuk dicapai, yaitu 91,59% di tahun 2021. Rumah

Belajar Digital terbilang masih baru karena didirikan pada 17 Agustus 2021. Hal ini di dukung dengan metode pembelajaran yang berbeda dengan kompetitornya. Rumah Belajar Digital memakai metode pembelajaran yang terdiri dari Paham, Terampil dan Siap. Paham yaitu dimana para siswa belajar bersama guru dan dibekali bahan ajar lengkap, siswa difokuskan untuk menguasai konsep dengan tambahan bahan ajar yaitu video beranimasi atau video pembelajaran yang menjelaskan konsep-konsep pelajaran secara lengkap. Terampil yaitu dimana siswa akan dievaluasi dan diukur penguasaan konsep melalui fitur kuis, uji mandiri dan juga tryout. Lalu Siap yaitu siswa akan mengenali dirinya sendiri dengan tes minat, tes kepribadian, gaya belajar serta berkonsultasi dengan student counselor mengenai masalah belajar hingga memilih jurusan PTN yang juga tepat.

Jadi, dari point Paham siswa bisa lebih mengerti mengenai apa yang mereka pelajari dan lebih menarik perhatiannya, karena untuk tidak membuat siswa bosan dan sousi tepat bagi siswa yang memiliki minat baca yang rendah. Terampil, yaitu siswa bisa mengembangkan kreatifitasnya hasil belajar. Sedangkan Siap, siswa sudah mengetahui bagaimana langkah untuk kedepannya dalam memasuki PTN yang diinginkan.

Program Bimbingan Belajar *Online* merupakan portal pembelajaran yang menyediakan bahan belajar serta fasilitas komunikasi yang mendukung interaksi antar Rumah Belajar Digital (RBDigital) dan pengikut di Media Sosial. Program Bimbingan Belajar *Online* untuk SD, SMP, SMA dan *Gap Year*.

Dibentuknya Divisi *Digital Marketing* Rumah Belajar Daniel (RBDigital) yaitu karena program dari Rumah Belajar Digital (RBDigital) itu merupakan

program Bimbingan Belajar *Online* dengan target se-indonesia. Tetapi untuk bisa menjangkau target pasarnya yang lebih luas serta tidak terbatas letak geografisnya, sehingga terbentuk lah *Digital Marketing* di Rumah Belajar Digital (RBDigital).

Mempromosikan program bimbingan belajar *online* ini melalui akun Instagram @rbdigital.id sebagai media promosi untuk program tersebut. Dengan begitu, publik bisa mengetahui apa saja kegiatan dalam program Bimbingan Belajar *Online* di Rumah Belajar Digital (RBDigital) tersebut, bukan hanya mendapatkan ilmu, juga mempunyai wawasan luas dalam kegiatan pelatihan/les secara *Online*. Banyaknya pengikut di Instagram dijadikan oleh Rumah Belajar Digital sebagai peluang untuk memasarkan produk perusahaannya secara gencar.

Instagram banyak penggunanya karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagai foto yang diambil bergaya retro yang menarik. Pengguna dapat memanfaatkan 17 filter foto yang mengubah warna dan memberi kesan foto yang berbeda. *Instagram* memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Konsep jejaring sosial dengan “*follow*”, “*like*” foto dan “*popular*” yang menjadikan Instagram semakin banyak penggunanya. Pengguna Smartphone menjadi lebih gemar memotret. Namun tujuan dibuatnya *Instagram* bukanlah hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda. Karena aplikasi pengolah foto adalah sebuah alat (Atmoko Dwi, 2012)

Media Sosial instagram digunakan oleh beberapa instansi untuk menginformasikan sebuah informasi penting, mempromosikan instansi itu sendiri, dan untuk sebuah layanan kepada khalayaknya. Contohnya pada Media sosial

instagram @rbdigital.id digunakan untuk memberikan informasi, mempromosikan program, dan berbagai cerita lainnya.

Melalui instagram @rbdigital.id, memberikan sebuah informasi untuk mempromosikan mengenai program. Bimbingan Belajar *Online* merupakan program pembelajaran di era digital dengan *teknologi* yang semakin maju. Dengan menggunakan Bimbingan Belajar *Online*, dapat belajar dimana dimana saja dan kapan saja dengan siapa saja.

Setelah peneliti melihat terlebih dahulu dengan melakukan wawancara kepada pengikutnya melalui akun instagram @rbdigital.id diketahui bahwa *followers* Rumah Belajar Digital (RBDigital) mengetahui program Bimbingan Belajar *Online* ini dari Media Sosial Instagram, yang penggunaannya baru tahun 2021.

Gambar 1. 2
Aktivitas Akun Instagram @rbdigital.id



Sumber:(instagram.com/rbdigital.id/)

Alasan memilih Instagram sebagai penelitian yaitu, karena Instagram masih menjadi salah satu media yang berjalan dengan baik atau sering digunakan oleh

Rumah Belajar Daniel (RBDigital) untuk mempromosikan program Bimbingan Belajar *Online* dengan berinteraksi dalam memberikan sebuah informasi tentang *Tryout*, Persiapan UTBK, Webinar dan lainnya mengenai Edukasi. Akun *Instagram* Rumah Belajar Digital (RBDigital) saat ini memiliki 5,295 ribu *followers*.

Menurut Harold Lasswell dalam (Effendy, 2011:10) untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel to Whom With What Effect?*. Apabila diuraikan, komunikasi meliputi jawaban dari pertanyaan yang diajukan tersebut, yaitu komunikator (*communicator, source, sender*), pesan (*message*), media (*channel, media*), komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*), dan efek (*effect, impact, influence*).

Proses dalam penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang digunakan dengan efek tertentu. Komunikasi merupakan kegiatan atau aktifitas manusia dalam bersosialisasi yang sangat baik dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia itu sendiri, dengan komunikasi dapat menjalin hubungan yang harmonis antar manusia dengan baik dan saling mengerti. Dengan komunikasi dapat menghindari konflik yang ada pada kehidupan, seperti kesalah pahaman antar individu atau kelompok. Ketika perusahaan menghadapi masalah penting diperlukan adanya komunikasi agar bagaimana bisa menciptakan komunikasi yang harmonis untuk membangun dan menjalin hubungan yang baik.

Komunikasi dikatakan efektif ketika pesan yang diberitahukan oleh komunikator dapat diterima dengan baik oleh komunikan, sehingga tidak terjadi

salah persepsi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi efektif yaitu saling bertukar informasi, ide, perasaan dan sikap antara dua orang atau kelompok yang hasilnya sesuai harapan dan dapat menghasilkan perubahan sikap pada orang yang terlibat komunikasi.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti menentukan judul dalam penelitiannya adalah **“Efektivitas Komunikasi Dalam Mempromosikan Program Bimbingan Belajar *Online* Divisi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Bandung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti menentukan rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu rumusan masalah makro dan mikro sebagai berikut:

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana Efektivitas Komunikasi Dalam Mempromosikan Program Bimbingan Belajar *Online* Divisi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Bandung?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Menurut (Hardjana, Andre 2000:24-25) melalui bukunya yang berjudul Audit Komunikasi, efektivitas komunikasi diukur oleh enam dimensi yaitu:

1. Bagaimana **Penerima Komunikasi (Receiver)** Dalam Mempromosikan Program Bimbingan Belajar *Online* Divisi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Bandung?

2. Bagaimana **Isi Pesan (Content)** Dalam Mempromosikan Program Bimbingan Belajar *Online* Divisi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Bandung?
3. Bagaimana **Ketepatan Waktu (Timing)** Dalam Mempromosikan Program Bimbingan Belajar *Online* Divisi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Bandung?
4. Bagaimana **Format** Dalam Mempromosikan Program Bimbingan Belajar *Online* Divisi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini yaitu dimaksudkan untuk mengetahui dan memahami secara mendalam mengenai bagaimana “Efektivitas Komunikasi Dalam Mempromosikan Program Bimbingan Belajar *Online* Divisi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Bandung?”

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui **Penerima Komunikasi (Receiver)** Dalam Mempromosikan Program Bimbingan Belajar *Online* Divisi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui **Isi Pesan (Content)** Dalam Mempromosikan Program Bimbingan Belajar *Online* Divisi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Bandung

3. Untuk mengetahui **Ketepatan Waktu (*Timing*)** Dalam Mempromosikan Program Bimbingan Belajar *Online* Divisi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Bandung
4. Untuk mengetahui ***Format*** Dalam Mempromosikan Program Bimbingan Belajar *Online* Divisi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini. Peneliti berharap bahwa dapat membantu dalam mengembangkan pengetahuan mengenai Efektivitas Komunikasi Dalam Mempromosikan Program Bimbingan Belajar *Online* Divisi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Bandung.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini. Peneliti juga berharap bahwa dapat menjadi pengetahuan serta masukan. Adapun kegunaan praktisnya yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti sendiri mengenai Efektivitas Komunikasi Dalam Mempromosikan Program Bimbingan Belajar *Online* Divisi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Bandung.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini berguna bagi Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) secara umum dan Mahasiswa Program Ilmu Komunikasi secara khusus sebagai literatur, terutama untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama.

3. Bagi Divisi Digital Marketing Rumah Belajar Digital RBDigital

Penelitian ini berguna bagi Divisi *Digital Marketing* Rumah Belajar Digital (RBDigital) sebagai masukan sumber dan referensi bagi Rumah Belajar Digital (RBDigital) mengenai Efektivitas Komunikasi Dalam Mempromosikan Program Bimbingan Belajar *Online* Divisi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Bandung.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini berharap setelah adanya penelitian mengenai Efektivitas Komunikasi Dalam Mempromosikan Program Bimbingan Belajar *Online* Divisi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Bandung. Dengan begitu masyarakat bisa mendapatkan dan menambah wawasan dan menjadi informasi serta evaluasi bagi masyarakat.