BAB I

PENDAHULUAN

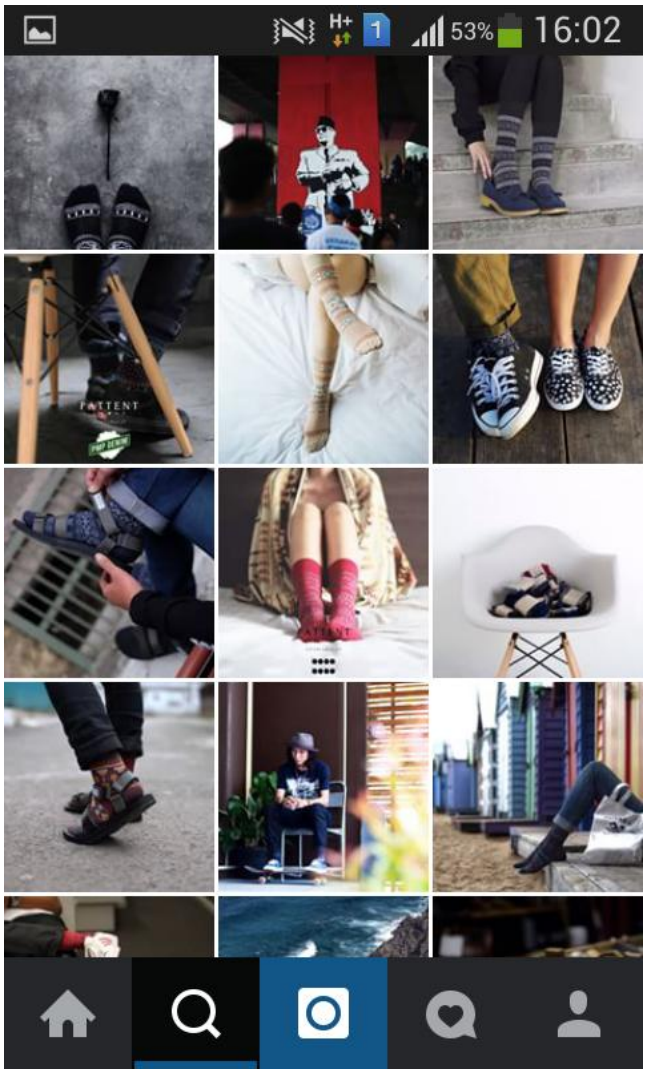
1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan *Pattent Goods* mulai berdiri pada 12 Desember 2013, Pattent Goods merupakan perusahaan merchandise yang bergerak di bidang pembuatan kaos kaki yang pemasarannya terfokus dengan menggunakan media sosial instagram sebagai media sarana promosi dalam mempromosikan produknya. Setiap penjualan produknya *Pattent Goods* selalu mengeluarkan edisi yaitu *Ankle Series*, *Sport Series* dan *Latest Collection*. *Ankle Series* merupakan kaos kaki dibawah mata kaki untuk pengguna sepatu *flat shoes*, *Sport Series* kaos kaki yang panjangnya diatas betis dikhususkan untuk pengguna yang aktif melakukan olah raga karena bahan yang mudah menyerap keringat dan dingin sehingga nyaman untuk digunakan, *Latest Collection* merupakan kaos kaki edisi terburu dari *Pattent Goods* yang lebih menonjolkan kekhasannya dari pattent.

Media sosial merupakan sebuah *tool marketing* yang bisa dikatakan cukup efektif untuk membantu program komunikasi pemasaran. Media sosial di masa kini dimanfaatkan untuk tujuan pengembangan bisnis. Dengan konsep yang lebih *modern*, lebih unik, pebisnis modern mencoba untuk menyampaikan visi dan misi bisnis mereka melalui media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat dari bermacam-macam tingkat ekonomi.

Program komunikasi yang efektif pasti memerlukan perencanaan yang baik. Perencanaan komunikasi adalah penggunaan secara terencana dan terkoordinasi dari berbagai metode komunikasi dalam upaya atau tujuan untuk memecahkan suatu problem tertentu. Metode atau alat komunikasi dalam komunikasi pemasaran mengacu pada media atau saluran komunikasi yang efektif untuk kegiatan promosi.

GAMBAR 1.1 Instagram Pattent Goods



Sumber : Arsip Perusahaan, *Pattent Goods 2015*

Penggunaan media sosial Instagram dalam proses promosi , Bisnis online adalah sesuatu aktifitas bisnis baik jasa maupun produk yang ditawarkan melalui media internet mulai dari bergabung, negoisasi hingga kegiatan transaksinya, sebagai contoh jenis bisnis *online* yang marak kita jumpai seperti *HYIP, PTC, PPC*, multi level *marketing* dan sejenisnya tanpa harus bertatap muka dengan konsumen. Sedangkan menurut Bisnis *online* Indonesia cenderung lebih setuju apabila bisnis *online* didefinisikan sebagai "sesuatu aktifitas bisnis yang sebagian atau seluruh kegiatannya dilakukan melalui media internet" apapun jenis bisnisnya dari mulai investasi, jasa, perikalanan, hingga jenis bisnis yang berupa onine lainnya. Dengan kata lain meski kita hanya seorang marketer dari sebuah perusahaan dan melakukan aktifitas marketing melalui media internet, bisa disebut sebagai pelaku bisnis online. Bisnis *online* terdiri dari 2 kata yakni Bisnis dan *online*. Bisnis suatu usaha atau aktivitas yang dilakukan oleh kelompok maupun individu, untuk mendapatkan laba/keuntungan dengan cara memproduksi produk maupun jasanya untuk memenuhi kebutuhan konsumennya diantaranya penggunaan media instagram. Penjelasan diatas bersumber dari artikel bisnis online oleh yang diunggah pada 17 September 2013.

Instagram adalah aplikasi berbagi foto dengan berbagai fasilitas edit foto didalamnya. Bagi pelaku bisnis fasilitas ini sangat menguntungkan. Banyak entrepreneur yang berhasil menerapkan kiat sukses menarik konsumen via Instagram. Anda tidak perlu menjadi ahli *photoshop* untuk mengedit foto. Pebisnis biasanya berpromosi menggunakan konten artikel,

tetapi pelaku bisnis online biasanya lebih memanfaatkan gambar sebagai media promosi yang handal. Pemasaran via gambar di internet atau sosial media jelas sangat berperan penting. Disinilah Peran Instagram menarik konsumen menjadi penting. Selain berpromosi menggunakan konten artikel, para pelaku bisnis online juga bisa memanfaatkan gambar sebagai media pemasaran. Kemajuan teknologi digital yang semakin hari kian berkembang pesat, memudahkan para pelaku bisnis *online* untuk memproduksi foto berkualitas tinggi untuk mempromosikan produk-produknya. Salah satunya saja mengoptimalkan peran Instagram yang belakangan ini cukup digemari banyak orang, termasuk juga para pelaku bisnis *online*. Penjelasan diatas bersumber dari artikel Biena Maulana menjelaskan tentang pemasaran instagram yang diunggah pada 21 September 2013.

Instagram mempunyai fasilitas efek foto yang dapat dipilih untuk membuat tampilan foto yang akan di-unggah akan menjadi lebih menarik untuk dilihat sehingga dapat menarik perhatian orang lain untuk melihat foto tersebut dan mem-*follow* akun yang sedang dilihat. Dengan memposting produk yang yang akan dijual, maka pembeli dapat mengetahui produk yang sedang ditawarkan dengan mem-*follow* akun tersebut ataupun mencari kata kunci dengan menggunakan tanda hastag (#). Disamping menggunakan foto, para penjual dapat memberikan deskripsi produknya dan pesan-pesan promosi untuk menarik perhatian dan minat pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan.

Dalam media sosial instagram tercantum *contact person* yang dapat dihubungi untuk pemesanan produknya mulai dari media sosial seperti *line, whatsapp* dan *email*. *Patentt Goods* belum mempunyai toko sendiri namun produknya sudah bisa dibeli ditoko yang telah bekerja sama dan menjalin relasi seperti *Union Goods co, Hookheritage,* dan *PMP (Pot Met Pop),* semua produk Pattent Goods tersedia ditoko tersebut sehingga pembeli tetap dapat membeli produk yang diinginkan, untuk pemesanan via online pihak Pattent Goods hanya dibuka dari hari senin sampai dengan jumat.

Seiring perkembangan teknologi dan kebutuhan manusia semakin lama semakin meningkat sampai pada pemanfaatan internet meluas hingga memanfaatkan internet sebagai media untuk berbisnis, publikasi, dan promosi, karena seperti yang kita ketahui bersama berbisnis dengan menggunakan perkembangan teknologi internet selain lebih ekonomis untuk urusan perawatannya, juga lebih praktis dan cepat berinteraksi dengan masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi dan komunkasi membawa perubahan paradigma dalam kehidupan masyarakat, berbangsa termasuk dalam dunia usaha. Pekerjaan yang dulunya dikerjakan secara manual sehingga penyelesaian pekerjaan membutuhkan waktu yang relatif lama dengan tingkat akurasi yang rendah, kini dengan berkembanganya teknologi komputer hal tersebut bisa diperbaiki. Dengan bantuan perangkat komputer pekerjaan yang kita lakukan menjadi semakin cepat dengan akurasi yang cukup tinggi, sehingga akan terjadi penghematan baik tenaga dan waktu.

Dalam waktu dunia usaha kita tahu waktu dan tenaga merupakan modal bagi keberhasilan peningkatan usaha.

Dalam era digital saat ini istilah *hosting* (pencarian informasi) *e-commerce* (belanja), *email* (berkirim surat), chatting (mengobrol), yang keseluruhan itu dilakukan dengan internet. Hal ini yang telah memicu bangsa Indonesia untuk menemukan cara baru untuk merevolusi kehidupan mereka seperti saat berkomunikasi belajar, bekerja, berbisnis, dan lain sebagainya, era perkembangan teknologi internet telah memberikan ruang lingkup yang sangat besar untuk mengorganisasikan segala kegiatan melalui cara baru yang lebih inovatif, instan, transparan, dan tepat waktu serta memberi kenyamanan yang lebih dalam kehidupan sehari-hari, hal seperti itulah yang menunjukan bahwa kehidupan sebuah bangsa sudah dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan secara elektronik.

Internet telah mengubah penggunaan teknologi informasi diberbagai tempat diseluruh dunia, akses pendapatan informasi menjadi lebih mudah dan murah, disamping murah, mudah, dan juga praktis. Perkembangan internet sudah banyak mengubah cara pandang manusia dalam berkomunikasi, dan juga mengakses internet.

Adapun karakteristik internet menurut Kriyantono antara lain adalah sebagai berikut :

1. Desentralisasi (pusat informasi tidak lagi pada pemasok komunikasi, Setiap individu, kelompok, institusi bisa menjadi pemasok komunikasi. Individu bisa membuat web sendiri, begitu pula dengan institusi).
2. Kemampuan tinggi (tidak terjadi hambatan komunikasi disebabkan oleh pemancar sinyal karena lewat satelit).

3. Timbal balik (ada interaksi secara langsung antara sumber dengan penerima).
4. Kelenturan atau fleksibilitas pada bagian isi, bentuk, atau penggunaan.
5. Menyediakan fasilitas komunikasi impersonal dan personal sama baiknya". (Kriyantono, 2008:253)

Melalui kata karakteristrik tersebut, internet memberikan berbagai macam fasilitas yang dapat disarankan pengguna, karena internet dapat menjadi media pertukaran dan penyampaian informasi.

Program komunikasi pemasaran merupakan faktor terpenting dalam suatu perusahaan ataupun bisnis untuk mempertahankan usahanya secara berkesinambungan program komunikasi pemasaran mencangkup semua kegiatan perusahaan yang kreaktif dan dapat menarik minat konsumennya.

Seperti yang terdapat diatas peneliti bermaksud memfokuskan bagaimana program komunikasi pemasaran *Pattent Goods* di kota Bandung melalui media sosial instagram, dengan judul **"PROGRAM KOMUNIKASI PEMASARAN *PATTENT GOODS* BANDUNG MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUKNYA".**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti mengenai Program Komunikasi Pemasaran *Pattent Goods* Di Kota Bandung Melalui Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan Produknya.

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan inti dari permasalahan dalama penelitian ini ke dalam rumusan makro yakni Bagaimana Program Komunikasi Pemasaran *Pattent Goods* Bandung Melalui Sosial Media Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan Produknya.

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana ***Periklanan*** *Pattent Goods* Melalui Media Sosial Instagram Meningkatkan Penjualan Produknya?
2. Bagaimana **Promosi Penjualan** *Pattent Goods* Melalui Media Sosial Instagram Meningkatkan Penjualan Produknya?
3. Bagaimana **Acara dan Pengalaman** *Pattent Goods* Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produknya?
4. Bagaimana **Hubungan Masyarakat** *Pattent Goods* Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produknya?
5. Bagaimana **Pemasaran Langsung** *Pattent Goods* Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produknya?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelittian yang dirumuskan oleh peneliti mengenai Program Komunikasi Pemasaran *Pattent Goods* Bandung Melalui Sosial Media Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan Produknya adalah sebagai berikut :

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian adalah untuk analisis, mendeskripsikan, menjelaskan tentang Program Komunikasi Pemasaran *Pattent Goods* Di Kota Bandung Melalui Sosial Media Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan Produnya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui jumlah keseluruhan dari rumusan masalah adalah sebagai berikut untuk :

1. Mengetahui **Periklanan** *Pattent Goods* Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produknya.
2. Mengetahui **Promosi Penjualan** *Pattent Goods* Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produknya.
3. Mengetahui **Acara dan Pengalaman** *Pattent Goods* Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produknya.
4. Mengetahui **Hubungan Masyarakat** *Pattent Goods* Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produknya.
5. Mengetahui **Pemasaran Langsung** *Pattent Goods* Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produknya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Secara teoritis penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penelitian di atas. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum, khusunya kajian mengenai program komunikasi pemasaran bagi perusahaan yang menggunakan media sosial sebagai sarana penjualan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Kegunaan Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kepustakaan mengenai program komunikasi pemasaran yang dilakukkan oleh perusahaan yang menggunakan media sosial sebagai media sarana promosi, memberikan kesempatan yang baik bagi peneliti untuk mempraktekan teori komunikasi dalam bentuk nyata terhadap program komunikasi pemasaran.

b. Kegunaan Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Program Studi Ilmu Komunikasi untuk dijadikan sebagai salah satu sumber pengetahuan baru mengenai masalah yang diteliti, terutama bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama.

c. Kegunaan bagi *Pattent Goods*

Penelitian ini berguna sebagai masukan, informasi dan bahan evaluasi program komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui media sosial instagram agar kedepannya perusahaan dapat menjadi lebih tahu kekurangan apa saja dalam dunia media sosial instagram dan dapat melebarkan pemasaran selain di media sosial instagram saja.