

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Dalam era digitalisasi saat ini, penggunaan teknologi meningkat dengan cepat. Hampir semua lapisan masyarakat menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari, seperti menggunakan *smartphone*, laptop, komputer, dan TV. Semakin banyak orang yang mengandalkan internet untuk kebutuhan sehari-hari, termasuk pekerjaan, pendidikan, hiburan, dan komunikasi. Dengan adanya internet sangat memberikan efisiensi dalam kehidupan sehari-hari. Wakil Ketua Umum Asosiasi Penyelenggara Telekomunikasi Seluruh Indonesia (ATSI), Merza Fachys, mengungkapkan berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada periode 2022-2023 mencapai 215,6 juta.



Gambar 1.1 Presentase pengguna internet di Indonesia

Sumber: website indonesiabaik.id

Dikutip dari website indonesiabaik.id, Andrean W Finaka. 2023, data lain menunjukkan bahwa 98% penduduk Indonesia mengakses internet melalui *smartphone*, dan terdapat 353 juta nomor seluler aktif. Dari segi pelaku usaha, sebanyak 94% telah menggunakan internet, dengan mayoritas menggunakan *platform* Android (92%) dan sisanya iOS (Apple). Adapun, bila dirinci berdasarkan kategori provinsi, penetrasi pengguna internet tertinggi atau di atas 80 persen berada di Banten dengan 89,10 persen. Terbanyak kedua diikuti oleh DKI Jakarta dengan 86,96 persen. Selanjutnya, ada Jawa Barat dengan 82,73

persen, Kepulauan Bangka Belitung dengan 82,66 persen, Jawa Timur 81,26 persen, Bali 80,88 persen, Jambi 80,48 persen, dan Sumatra Barat 80,31 persen.

Meski jaringan internet seluler masih mendominasi di pasar, tetapi peralihan ke opsi bekerja dan belajar dari rumah sebagai akibat dari covid-19 telah mendorong masyarakat untuk berlangganan layanan fixed broadband. Pandemi COVID-19 telah memaksa banyak individu dan organisasi untuk mengandalkan internet sebagai sarana utama untuk bekerja, belajar, berkomunikasi, dan mengakses informasi. Pandemi COVID-19 telah memicu perubahan besar dalam cara kita bekerja, dengan banyak perusahaan mengadopsi model kerja dari rumah sebagai langkah proaktif untuk menjaga kesehatan dan keselamatan karyawan. Fenomena ini tidak hanya mengubah lanskap pekerjaan tetapi juga menimbulkan ketergantungan yang lebih besar pada teknologi, terutama pada koneksi Wi-Fi. Karyawan yang sebelumnya terbiasa dengan lingkungan kantor, sekarang menemukan diri mereka menghadapi tantangan baru dalam menjaga produktivitas di rumah, membutuhkan koneksi internet yang handal untuk pertemuan virtual, kolaborasi daring, dan akses ke data perusahaan.

Peningkatan dramatis dalam bekerja dari rumah telah memicu lonjakan penggunaan Wi-Fi di seluruh dunia. Koneksi Wi-Fi yang kuat menjadi infrastruktur kritis bagi pekerja jarak jauh, mendukung kegiatan *multitasking* seperti rapat video, pengiriman file berukuran besar, dan penggunaan aplikasi kolaboratif.

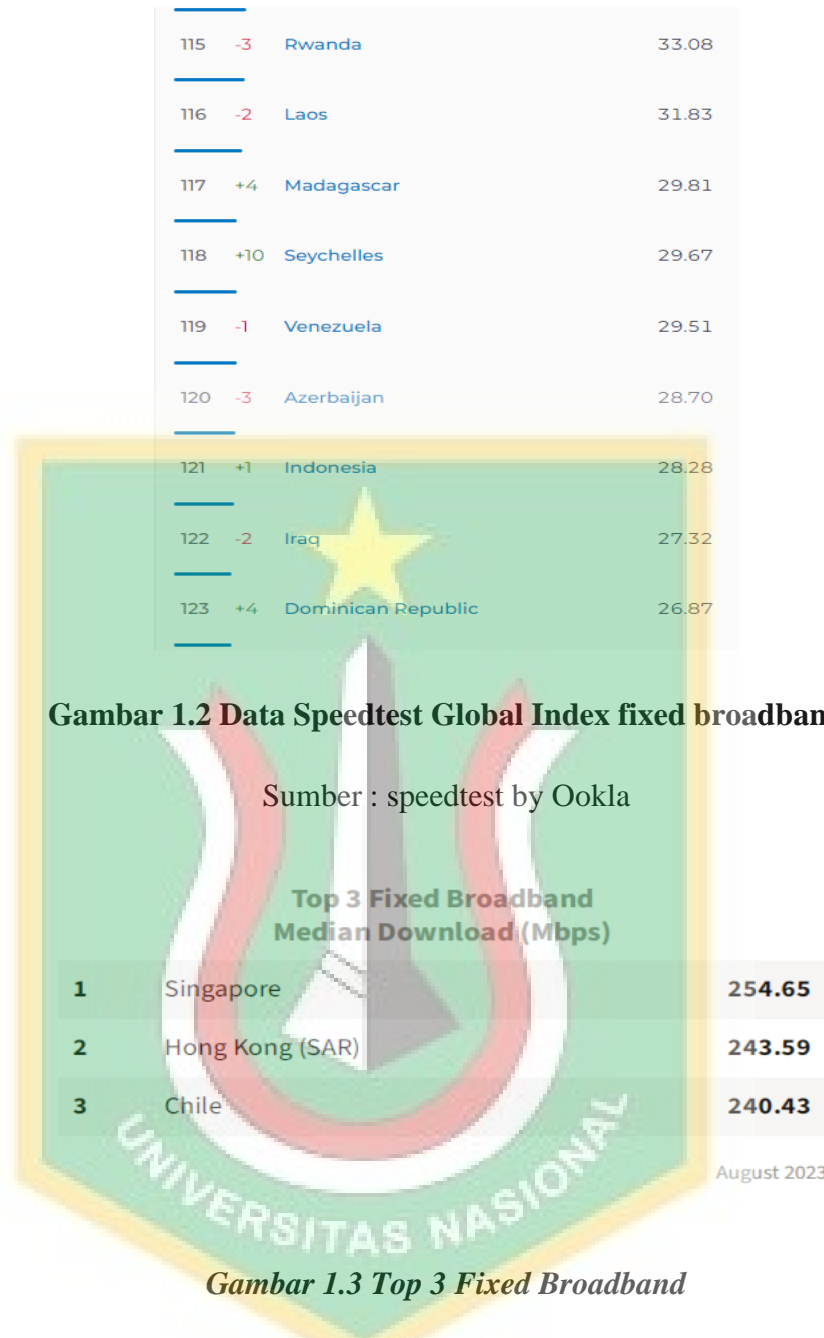
Pandemi COVID-19 telah mengubah tatanan hidup secara signifikan, mendorong perubahan besar dalam cara kita bekerja, belajar, dan berinteraksi. Salah satu perubahan paling mencolok adalah lonjakan pesat dalam penggunaan jaringan WiFi sebagai tulang punggung konektivitas digital. Selama masa *lockdown* dan pembatasan sosial, rumah menjadi pusat aktivitas utama, memicu permintaan tinggi akan konektivitas internet yang andal.

Peningkatan drastis penggunaan WiFi selama pandemi tidak hanya terjadi di rumah-rumah pribadi, tetapi juga di tempat-tempat umum seperti kafe, pusat perbelanjaan, dan taman. Masyarakat telah mengandalkan konektivitas nirkabel

untuk tetap terhubung dengan dunia luar, menjalankan kegiatan sehari-hari, dan memenuhi kebutuhan pekerjaan atau pendidikan dari jarak jauh. Meskipun pandemi telah mengakibatkan tantangan besar, dampak positifnya terlihat dalam percepatan transformasi digital. Pasca pandemi, penggunaan WiFi tetap tinggi, menandai pergeseran masyarakat menuju cara hidup yang semakin terkoneksi secara digital. Perusahaan dan institusi pendidikan mengadopsi model kerja dan pembelajaran hibrid, mendorong ketergantungan yang berkelanjutan pada teknologi nirkabel.

Internet merupakan sarana yang biasa di gunakan untuk mencari berbagai macam informasi yang kita butuhkan. Untuk bisa terkoneksi ke internet, kita mengenal dua cara yaitu menggunakan koneksi *mobile broadband* atau menggunakan *fixed broadband*. *Fixed broadband* adalah internet kabel yang memanfaatkan jaringan fiber optik. Biasanya layanan *fixed broadband* bisa terhubung ke perangkat melalui LAN atau Wi-Fi. Dan salah satu keunggulan *fixed broadband* adalah kualitas jaringannya yang cenderung stabil. Namun, *fixed broadband* juga memiliki kekurangan tertentu. Proses instalasi memerlukan pemasangan kabel fisik, yang bisa menjadi tugas yang rumit dan mahal. Selain itu, ketersediaan *fixed broadband* sering kali terbatas pada daerah perkotaan, sementara di wilayah pedesaan atau terpencil, infrastruktur kabel mungkin tidak seefisien diimplementasikan.

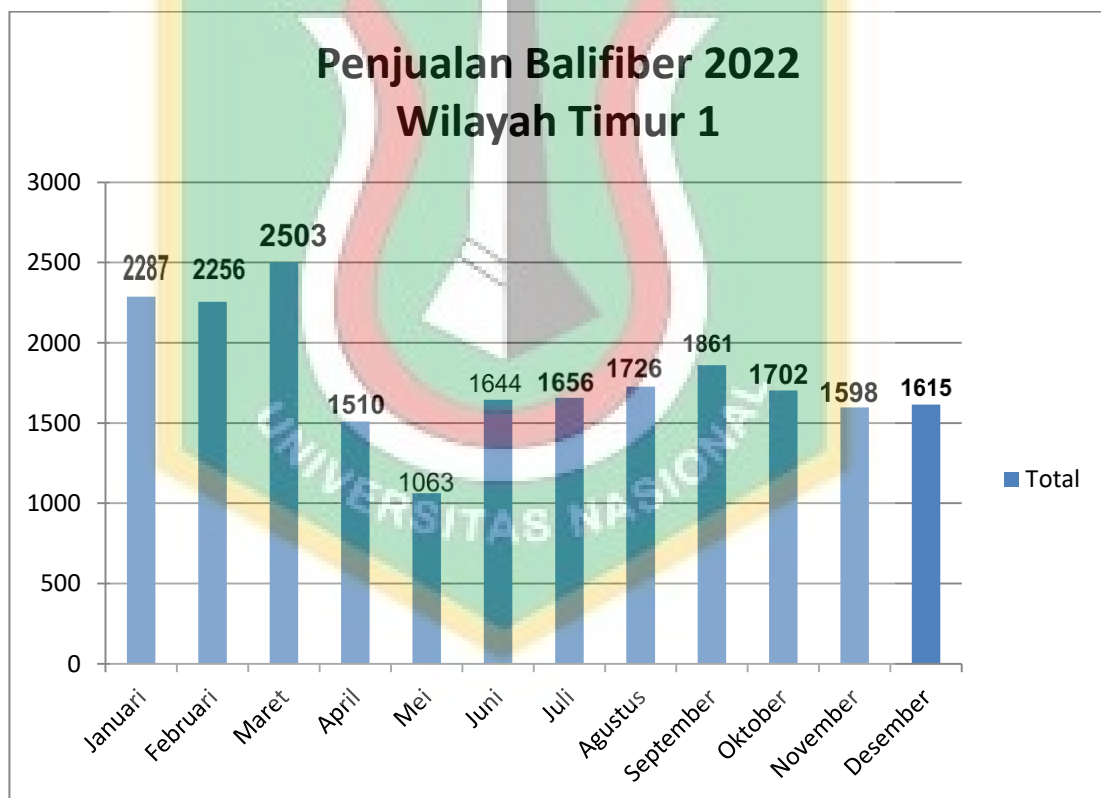
Berbeda dengan *Mobile Broadband*, *Mobile Broadband* adalah istilah pemasaran untuk menggunakan akses internet nirkabel melalui jaringan seluler / perangkat *mobile* seperti modem, perangkat Wi-Fi atau tethering dari *smartphone* atau perangkat seluler lainnya. *Mobile broadband* memiliki kelebihan dari sisi mobilitasnya karena bisa terkoneksi di manapun selama kita memiliki perangkat/alat pendukungnya. Meskipun demikian, *mobile broadband* juga memiliki kekurangan, yaitu kecepatan sering kali kurang stabil.



Penetrasi pengguna *fixed broadband* di Indonesia tercatat masih tergolong rendah jika dibanding beberapa negara tetangga. Hal ini terlihat dari hasil laporan Speedtest Global Index Agustus 2023 yang dirilis Ookla. Negara Indonesia tercatat menempati posisi 121 dari 182 negara di dunia dengan kecepatan 28,28 mbps. Tiga teratas di pimpin oleh Negara Singapore, Hongkong, dan Chile. Data tersebut menandakan bahwa pasar *fixed broadband* di Indonesia masih sangat luas sehingga potensi untuk menggaet lebih banyak pelanggan juga besar. Hal ini

menjadi peluang besar untuk salah satu penyedia layanan internet seperti Balifiber yang menawarkan solusi konektivitas yang handal dan cepat.

BaliFiber merupakan layanan internet yang sudah didukung oleh 100% fiber optik dengan *coverage* yang tersebar di 5 provinsi seperti DKI Jakarta, Bali, Banten, Jawa Barat dan Jawa Timur, serta diperkuat oleh teknisi dengan gratis pemasangan yang menjadi keunggulan utama. Balifiber dimiliki oleh PT Bali Towerindo Sentra, Tbk yang berdiri sejak tahun 2006. Di awal peluncurannya tahun 2017, hingga kini Balifiber telah melayani ratusan ribu pelanggan residensial dan korporasi di wilayah Jadedetabek + Karawang, Surabaya, Bali, dan yang terbaru adalah Bandung. Dengan tagline '*Digital Lifestyle, Ultra Fast, Affordable*', Balifiber terus berupaya dan berinovasi memberikan layanan terbaik bagi pelanggan.



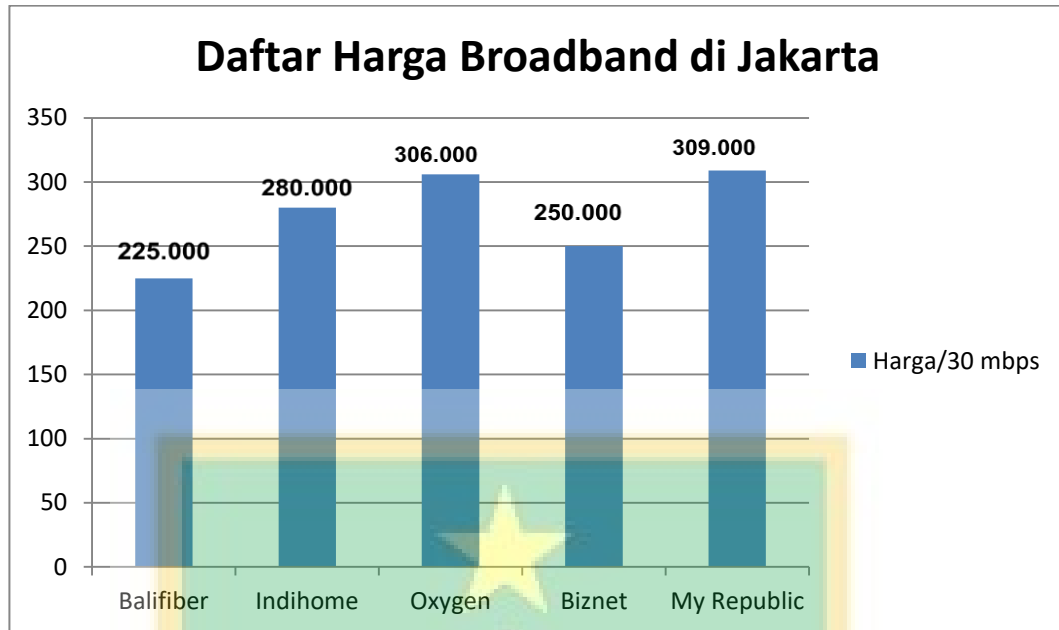
Gambar 1.4 Data Penjualan Balifiber di wilayah Jakarta Timur 1 tahun 2022

Sumber : Supervisor Balifiber

Dari Gambar 1.4 penjualan Balifiber masih naik turun dari bulan Januari – Desember. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan Maret 2022 dengan total sebanyak 2.303 Pelanggan. Adapun penjualan terendah terjadi pada bulan Mei 2022 dengan total penjualan sebanyak 1.063 pelanggan. Total keseluruhan pelanggan Balifiber selama 1 tahun di wilayah Jakarta Timur 1 Ciracas, Cipayung, Kramat Jati yaitu 21.521 pelanggan.

Adapun keluhan pelanggan karena pelayanan Balifiber yang dirasa lambat untuk ditangani beberapa pengguna juga mengeluhkan layanan pelanggan yang ditawarkan oleh Balifiber. Mereka mengeluhkan bahwa respon yang diberikan oleh tim dukungan pelanggan kurang cepat. Pengguna juga mengeluhkan bahwa tim dukungan pelanggan tidak selalu bisa membantu pelanggan menyelesaikan masalah mereka. Seperti pengguna Twitter @Bittu Sharma pada tanggal 13 Oktober 2023 menuliskan di akun twitternya “@balifiberID *Service very slow*”.

Tidak hanya itu Keluhan Terkait Koneksi Salah satu keluhan yang paling sering dilaporkan oleh pengguna Bali Fiber adalah masalah koneksi. Meskipun jaringan fiber optiknya kuat, beberapa pengguna melaporkan koneksi yang tidak stabil. Beberapa pengguna juga mengeluhkan koneksi yang lambat, meskipun mereka berada di area yang didukung oleh layanan Bali Fiber. Keluhan lain termasuk masalah dengan perangkat lunak yang digunakan untuk mengatur koneksi, serta masalah dengan kualitas koneksi di seluruh rumah. Salah satu pengguna twitter @marklzhy pada tanggal 4 Oktober 2023, menuliskan keluhan di akun twitter @balifiberID “Min ini gimana ya wifi saya dari tadi tidak ada internet mulu”.



Gambar 1.5 Daftar Harga Broadband di Jakarta

Sumber : Data di olah peneliti, 2023

Berdasarkan gambar 1.5 menunjukkan bahwa harga paket Balifiber/ 30 mbps lebih murah dari pesaingnya yaitu Indihome, Oxygen, Biznet, My republic. Hal ini menjadi salah satu keunggulan Balifiber ditambah dengan gratis instalasi. Persaingan di era globalisasi ini tidak hanya pada aspek keunggulan produk, fitur produk dan harga saja, namun merek juga sudah melekat pada pelanggan. Merek juga berfungsi mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok perusahaan dan membedakannya dari produk sejenis dari perusahaan lain. Maka jika perusahaan dapat memberikan pengaruh kuat merek pada pelanggan maka pelanggan dapat cenderung memilih produk yang kita jual. Pelanggan juga mempertimbangkan produk melalui kualitas produk karena apabila perusahaan memenuhi kebutuhan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas.

Balifiber merupakan pelopor penyedia sarana menara yang dilengkapi fasilitas transmisi terintegrasi melalui jaringan fiber optik atau nirkabel yang senantiasa dapat mendukung kemajuan teknologi dibidang telekomunikasi. Balifiber telah menjangkau Pulau Jawa & Bali. Untuk produk Balifiber terdiri dari Balifiber Home, Balifiber Business & Balitower Data Center. Adanya persaingan dari merek-merek lainnya yaitu Biznet, IndiHome, Oxygen, & My

Republic, dan sebagainya yang menawarkan kecepatan *download & upload* yang lebih besar membuat Balifiber harus mengembangkan landasan merek yang kuat agar tetap dapat bersaing. Dalam lingkungan yang semakin kompetitif ini, perusahaan layanan internet juga perlu melakukan upaya promosi yang cerdas untuk memenangkan dan mempertahankan pelanggan. Dalam hal ini Komunikasi persuasif sangat berperan penting. Menurut Jalaludin Rakhmat komunikasi persuasif adalah proses mempengaruhi sikap, kepercayaan, dan perilaku orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendak nya sendiri. Pada ranah *Public Relations* komunikasi persuasif menjadi senjatanya para *Public Relations*. Humas PT Bali Towerindo Sentra, Tbk, termasuk humas yang tidak melembaga karena humas tidak tercantum dalam struktur organisasi, yang artinya siapa saja di dalamnya bisa menjadi humas.

Perusahaan PT Bali Towerindo Sentra, Tbk memiliki Tim sales , yang didalamnya termasuk mengerjakan peran kehumasan yaitu relasi terhadap masyarakat diluar, dan menganalisis gaya pemasaran dan promosi, baik yang dilakukan oleh perusahaan sendiri maupun perusahaan pesaing. Jadi kehumasan ada dalam bagian tugas sales balifiber. Dengan adanya kebutuhan masyarakat yang mulai meningkat pada masa setelah pandemi untuk menggunakan wifi, menjadi peluang besar bagi provider penyedia layanan internet Balifiber yang relatif baru. Berdasarkan data penjualan tahun 2022 penjualan Balifiber masih naik turun, tentunya hal tersebut tak terlepas dari keunggulan dan kelemahan Balifiber, Balifiber memiliki keunggulan dengan harga termurah, namun juga memiliki kekurangan yaitu adanya keluhan pelayanan yang lambat. Hal tersebut menjadi alasan Sales Balifiber sebagai komunikator harus mempunyai kemampuan komunikasi persuasif untuk mengajak atau membujuk agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian. Maka dari itu kemampuan komunikasi persuasif sales balifiber sangat penting sebagai *front-line* atau ujung tombak bagi Balifiber dalam perolehan konsumen, sales balifiber.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis memiliki ketertarikan untuk menyusun laporan tugas akhir yang berjudul “Kemampuan Komunikasi Persuasif Sales Balifiber untuk menarik Konsumen di Wilayah Jakarta Timur 1”.

1.2 Rumusan masalah

Dengan melihat latar belakang yang telah dipaparkan diatas oleh karena itu penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kemampuan komunikasi persuasif sales balifiber untuk menarik konsumen di wilayah Jakarta Timur 1?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan melihat dari rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, oleh karena itu terdapat tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kemampuan komunikasi persuasif sales balifiber untuk menarik konsumen di wilayah Jakarta Timur 1.
2. Untuk mengetahui hambatan komunikasi persuasif sales balifiber untuk menarik konsumen di wilayah Jakarta Timur 1.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan dari tujuan penelitian yang telah jelaskan, maka peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa manfaat praktis dan manfaat teoritis bagi masing – masing pihak.

1. Peneliti
Memberikan wawasan serta pengetahuan bagi peneliti pada bidang Ilmu Komunikasi khususnya mengenai komunikasi persuasif untuk menarik konsumen .
2. Perusahaan
Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan bahan evaluasi terhadap kemampuan komunikasi persuasif pada sales Balifiber guna mengetahui tingkat keberhasilan kemampuan komunikasi persuasif sales balifiber untuk menarik konsumen di wilayah Jakarta Timur 1.

3. Pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam kontribusi berupa bahan referensi, ilmu pengetahuan, dan Informasi kepada pihak – pihak yang membutuhkan khususnya di kalangan akademisi dalam bidang teori komunikasi persuasif.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibentuk mengikuti stuktur penulisan yang telah ditetapkan guna disajikan secara sistematis, sehingga penelitian tersaji dengan baik serta mudah dipahami.

BAB I PENDAHULUAN

Bab I merupakan bagian yang menjelaskan gambaran umum tentang persoalan yang sedang diteliti. Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, dimana ingin mengetahui kemampuan komunikasi persuasif sales balifiber untuk menarik konsumen di wilayah Jakarta Timur 1. Selain itu, juga terdapat manfaat penelitian berupa manfaat akademis dan praktis, serta terdapat sistematika penulisan sebagai bagian dari rancangan penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini, penulis memuat tinjauan pustaka, yang di dalamnya terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian, kemudian kajian pustaka yang di dalamnya terdapat konsep komunikasi persuasif dan teori Retorika dan Teori AIDDA serta terdapat kerangka pemikiran yang menggambarkan pola penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III adalah Metodologi Penelitian yang berisikan tentang metode apa yang digunakan dalam penelitian ini. Pada bab ini dijelaskan pendekatan kualitatif,

jenis penelitian menggunakan deskriptif, pengambilan data dengan menggunakan wawancara terstruktur dan observasi, kemudian narasumber dari Sales Balifiber, teknik pengolahan dan analisis data yang diproses, hingga data akhirnya dapat dijadikan dalam bentuk laporan, serta lokasi dan jadwal penelitian akan dilakukan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam Bab IV, berisikan pemaparan tentang pembahasan dan hasil dari penelitian yang dilakukan secara deskriptif.

BAB V PENUTUP

Pada bab V penutup, berisikan simpulan terhadap hasil dari penelitian yang dilakukan. Kesimpulan ini memaparkan terhadap pertanyaan penelitian. Kemudian penelitian ini memberikan beberapa saran yang direlasikan kepada pihak yang terkait.

