

BAB I

PENDAHULUAN

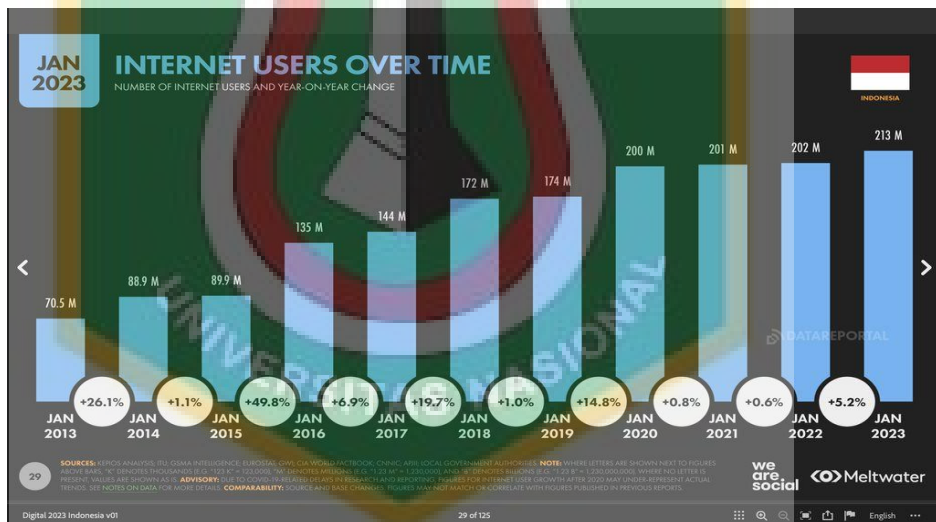
1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan internet yang sangat pesat ternyata memberikan keuntungan yang besar bagi seluruh aspek yang ada dalam kehidupan. Tidak terkecuali dalam perkembangan dunia bisnis dan pemasaran. Dengan perkembangan teknologi yang pesat menjadikan banyak orang menggunakan teknologi internet untuk melakukan sebuah kegiatan transaksi jual beli. Proses kegiatan transaksi yang dapat dilakukan begitu cepat, mudah, nyaman, serta bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Hal ini dapat menjadi peluang yang sangat potensial untuk dimasuki oleh para penjual atau pemasar.

Munculnya media sosial atau online sangatlah penting dalam kehidupan manusia. Media online menjadikan manusia lebih mudah dalam berkomunikasi, dan dapat lebih mudah menjangkau banyak orang bahkan seluruh dunia. Media sosial sangat diminati pada saat ini karena kegiatan komunikasi bisa bersifat dua arah. Pengguna media sosial bisa langsung mendapatkan umpan balik atau pesan dari pengguna lainnya dengan waktu yang sangat cepat. Banyak sekali macam – macam jenis media sosial yang pada intinya memberikan banyak kemudahan bagi manusia untuk dapat menerima informasi dari mana saja.

Survey We Are Social mencatat bahwa pengguna internet di Indonesia telah mencapai jumlah 212,9 Juta pada bulan Januari 2023. Hal

ini berarti sekitar 77 persen dari populasi penduduk Indonesia telah menggunakan internet. Jumlah pengguna internet pada bulan Januari 2023 mengalami kenaikan lebih tinggi 3,85 persen dibanding tahun lalu. Jumlah pengguna internet pada Januari 2022 di Indonesia tercatat 205 juta jiwa. Melihat dari jumlahnya pengguna internet di Indonesia terus berkembang setiap tahunnya. Adanya lonjakan pengguna internet di Indonesia terjadi pada tahun 2017. Lebih lanjutnya untuk penggunaan internet penduduk Indonesia rata – rata menggunakan internet selama 7 jam 42 menit selama setiap harinya. Selain itu sebanyak 98,3 persen pengguna internet di Indonesia menggunakan telepon genggam atau smartphone.¹

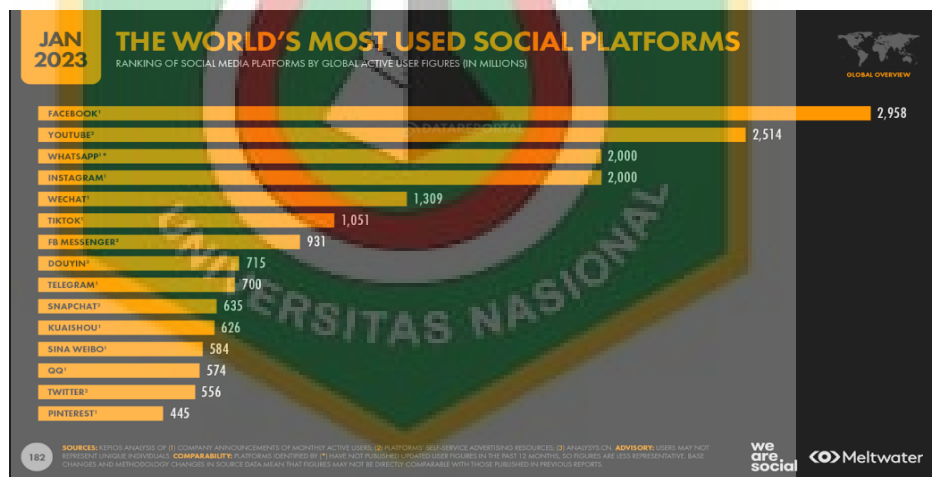


Gambar 1.1 Jumlah pengguna internet di Indonesia

Sumber : (www.wearesocial.com)

¹ www.wearesocial.com diakses 30 maret 2023 pukul 22.42

Perkembangan pengguna internet di Indonesia semakin banyak seiring semakin majunya perkembangan teknologi. Hal seperti itu tentu juga berpengaruh dalam dunia pemasaran yang semakin marak di era globalisasi ini dan semakin ketatnya persaingan bisnis. Dengan kemajuan teknologi internet dapat menjadi sarana dalam melakukan promosi atau transaksi jual beli. Pada saat ini internet sangat mudah bisa di akses dimana saja dan kapan saja. Hal disebabkan banyaknya akses yang memungkinkan masyarakat untuk menggunakan jaringan internet. Akses yang mudah didapatkan menjadi pendorong untuk kita menggunakan internet setiap hari – harinya. Adanya internet sudah menjadikan aktivitas yang kita lakukan menjadi lebih maju dan modern.



Gambar 1.2 The World’s Most Used Social Platforms

Sumber : (www.wearesocial.com)

Platform facebook memiliki jumlah pengguna aktif terbanyak mencapai total 2,9 miliar pada januari 2023. Diikuti dengan platform

youtube dengan memiliki jumlah total 2,2 miliar pengguna. Sedangkan platform instagram dan whatsapp tercatat memiliki jumlah total pengguna aktif yang sama, yakni 2 miliar pengguna. Menurut We Are Social, pengguna facebook di Indonesia pada januari 2023 mencapai jumlah 120 juta pengguna aktif facebook. Angka tersebut sebanding dengan 56,3 persen total populasi internet yang memiliki total 212,9 juta orang.²

Menurut Ekasari menyatakan bahwa kini era media sosial secara perlahan tapi pasti telah memaksa banyak perusahaan mengubah cara mereka berkomunikasi dengan publik. Fenomena maraknya penggunaan medial sosial seperti halnya facebook, instagram, youtube, tiktok, whatsapp, dan lainnya mau tidak mau harus memaksa sebuah perusahaan untuk meningkatkan model cara berkomunikasi.³

Media sosial sangat digemari penggunaannya karena memiliki waktu yang sangat fleksibel, hubungan langsung antara para penggunanya, serta keunggulan biayanya, dimana biaya untuk menyebarkan sebuah informasi melalui media sosial dapat dilakukan dengan secara gratis. Umami menyatakan, media sosial adalah sebuah portal media berbasis online dengan para penggunanya bisa dengan mudah ikut berpartisipasi dalam berbagi, dan menyebarkan sebuah informasi ke banyak orang. Media sosial juga sangat potensial digunakan sebagai alat promosi

² www.wearesocial.com diakses 30 maret 2023 pukul 23.26

³ Ekasari, Pengaruh promosi berbasis sosial media terhadap keputusan pembelian produk jasa pembiayaan kendaraan pada PT. BFI Finance Jambi, (Jambi : 2014), volume 16, hal.81-102

dikarenakan media sosial memiliki respon yang secara cepat dan langsung dengan para penggunanya.⁴

Berdasarkan dari data diatas dapat dikatakan facebook cukup potensial untuk menjadi media promosi dikarenakan facebook termasuk media sosial atau jejaring sosial yang paling banyak penggunanya di masyarakat Indonesia dan menjadi media sosial yang paling populer di dunia. Terkait hal itu menjadikan facebook memiliki peluang yang sangat berpotensi dan menjanjikan untuk memasarkan atau promosikan suatu produk.

Selain itu facebook mempunyai beragam fitur – fitur yang menarik dan dapat membantu atau mendukung para pemasar untuk mempromosikan produknya, adanya informasi pendukung membuat para pemasar untuk bisa mengetahui informasi terperinci mengenai calon konsumen seperti halnya, rentang usia, jenis kelamin, hingga asal daerah dari calon konsumen. Bahkan facebook juga dapat membantu menentukan target sasaran kepada siapa kita akan mempromosikan sebuah produk berdasarkan ketertarikan dari calon konsumen.

⁴ Umami, (2015), Social strategy pada media sosial untuk promosi pariwisata daerah istimewa Yogyakarta, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 4 No. 2, hlm 195-201.



Indah IndiHome

[Tambah Teman](#) [Kirim Pesan](#) [...](#)

Bekerja di PT. Telekomunikasi Indonesia

Tinggal di Bekasi

Dari Bekasi

... Lihat Info Indah

Gambar 1.3 Akun Facebook Sales Indihome Bekasi

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Dengan semakin maraknya penggunaan media sosial khususnya facebook, tentu saja menjadikan sebuah peluang untuk sales indihome Bekasi agar lebih luas lagi dalam menjangkau untuk mempromosikan produk indihome. Sales indihome Bekasi pun lebih sering untuk mempromosikan produk di media sosial khususnya facebook. Dengan penggunaan akun facebook pribadi sales indihome Bekasi memanfaatkan berbagai macam fitur facebook yang sudah sangat familiar untuk membantu dan mendukung dalam melakukan promosi secara online di media sosial. Terlihat penggunaan nama indihome di akun facebook pribadi sales supaya lebih mudah calon pelanggan untuk mengetahui bahwa pemilik akun tersebut bekerja sebagai sales indihome.

Promosi adalah strategi untuk meningkatkan penjualan barang atau jasa melalui penggunaan iklan atau potongan harga. Ini biasanya dilakukan

melalui berbagai media, seperti media sosial seperti facebook, instagram, youtube dan juga media konvensional seperti koran dan brosur.. Promosi ini adalah strategi yang harus digunakan oleh penjual untuk meyakinkan pelanggan untuk membeli barang atau jasa. Promosi adalah bagian penting dari skema 4P marketing, yang membantu perusahaan memberi tahu pelanggan tentang produk mereka, Oleh karena itu, promosi dianggap sebagai komponen marketing yang paling penting.

Diungkapkan oleh Rohaeni Promosi sangat penting untuk memperkenalkan produk dan mendorong pelanggan untuk membeli produk mereka, karena promosi akan menyebabkan pelanggan lebih tahu tentang produk yang dihasilkan oleh perusahaan.⁵ Nurgiyantoro Singgih menyatakan bahwa promosi yang dilakukan menggunakan media sosial memberikan dampak positif dan terlihat terhadap keputusan pembelian dipengaruhi oleh strategi promosi melalui media sosial sebesar 34%.⁶

PT.Telekomunikasi Indonesia adalah salah satu perusahaan BUMN yang bergerak di bidang penyedia layanan Telekomunikasi. PT.Telekomunikasi Indonesia atau lebih dikenal dengan PT. Telkom sudah menjadi perusahaan penyedia layanan jaringan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Sebagai perusahaan telekomunikasi milik negara, Telkom Indonesia berusaha untuk terus mengembangkan teknologi

⁵ Rohaeni H, (2016). Peran Promosi Melalui Personal Selling Terhadap Volume Penjualan. *Ecodemica*, Vol. IV, No. 2, hal 225.

⁶ Nurgiyantoro, (2014). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Garskin Yang Dimediasi Word Of Mouth Marketing. Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta

telekomunikasi di Indonesia seiring perkembangan zaman. Witel adalah singkatan dari kata wilayah usaha telekomunikasi. PT. Telkom (WITEL Bekasi) merupakan salah satu cabang perusahaan. PT.Telkom (WITEL Bekasi) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa telekomunikasi yang melayani layanan telepon rumah, PSTN (jaringan telepon), Speedy, UseeTV, kartu Halo serta ada pula paket bundling Indihome.

Indihome merupakan sebuah produk layanan penyedia internet terdepan dengan menggunakan teknologi fiber yang sebelumnya masih menggunakan tembaga. Indihome sendiri menawarkan layanan triple play yang terdiri dari internet rumah, telepon rumah, dan layanan tv interaktif. Indihome juga menawarkan fitur dual play yang terdiri dari internet fiber yang memiliki kualitas jaringan cepat dan tv interaktif dengan sebutan fitur UseeTV.

Indihome adalah sebuah produk yang sudah sangat populer dan ternama dikalangan masyarakat Indonesia. PT Telkom Indonesia terus melakukan kegiatan promosi offline dan di sosial media seperti Facebook untuk terus meningkatkan jumlah pelanggan Indihome, karena produk ini sangat dikenal dan disukai oleh masyarakat Indonesia, indihome melakukan banyak tawara – tawaran potongan harga tertentu, dikarena perkembangan internet saat ini, penjualan Indihome terus meningkat. menggunakan fitur yang disediakan Facebook dan WhatsApp yang sangat bermanfaat untuk memasarkan produk tertentu.

Tentunya dengan perkembangan internet yang semakin maju menjadikan banyak perusahaan yang menawarkan layanan internet dan TV Kabel dengan kecepatan tinggi. Indihome tetap menjadi yang terdepan, tetapi ada beberapa pesaingnya, seperti Biznet, MNC Play, First Media, dan lainnya. IndiHome mencatat konsumsi data masyarakat sebesar 60 petabyte (60 juta gigabyte), dan jumlah perangkat yang terhubung ke jaringan IndiHome mencapai lebih dari 180 juta perangkat.

Hingga kuartal pertama 2022, IndiHome memiliki 9 juta pelanggan, yang menunjukkan jumlah terkoneksi yang cukup besar. Fokus utama IndiHome adalah memastikan semua orang memiliki akses internet yang sama. Karena itu, salah satu fokus utama adalah membangun jaringan ke daerah. Hingga akhir 2022, IndiHome telah mencapai 499 dari 514 kota dan kabupaten. Dengan demikian, layanan IndiHome telah tersebar sebesar 97 persen di Indonesia.

Nama Brand	2019	2020	2021	2022	2023
IndiHome	39.80	36.70	34.60	33.80	40.20
First Media	29.90	23.10	24.20	16.30	25.90
Biznet	8.30	8.20	10.80	17.70	18.30
Indosat Hifi	0	0	0	0	4.30

Gambar 1.4 Top Brand Index Kategori Internet Service Provider.

Sumber : <https://www.topbrand-award.com>

Berdasarkan Data dari gambar 1.3 pada tahun 2019 sampai pertengahan 2023 Indihome masih menjadi top brand pada kategori penyedia layanan internet, mengalahkan para pesaingnya seperti First Media yang pada tahun 2023 hanya memiliki persentase 25,90%, dan biznet yang pada 2023 hanya memiliki persentase 18,30%, angka ini terbilang cukup jauh dibandingkan dengan indihome. Namun Pada tahun 2021 - 2022 indihome sempat mengalami penurunan persentase sebesar 2,9%. Namun sedangkan di pertengahan tahun 2023 indihome mulai mengalami peningkatan sebesar 6,4% hal ini tentu bisa terjadi karena berbagai faktor yang mempengaruhinya.

Dari data jumlah pelanggan indihome di tahun 2021, dapat diketahui bahwa indihome Karawang memiliki 39.445 jumlah pelanggan aktif, lalu di indihome subang memiliki jumlah pelanggan aktif hanya sebesar 30.626 pada tahun 2021. Dari data jumlah pelanggan Indihome di tahun 2021, dapat diketahui bahwa Indihome Bekasi memiliki 92.135 jumlah pelanggan aktif, ternyata diketahui juga bahwa Indihome Bekasi memiliki jumlah pelanggan pemutusan layanan Indihome sebesar terhitung dari bulan Agustus hingga Desember 3.389 pelanggan.⁷

Pada tahun 2021 indihome Cirebon memiliki jumlah pelanggan aktif sebesar 43,389, jumlah ini sangatlah jauh lebih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah pelanggan indihome bekasi. Berdasarkan mini

⁷ Nabila, Nur & Ratih, Hasanah. (2022). Strategi Integrated Marketing Communications Indihome Bekasi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Program High Value Customer. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. Bandung.

riset berupa wawancara dan pengamatan yang peneliti sudah lakukan, bahwa pada bulan april 2023 ada 637 sales force Indihome yang terdaftar dan bertugas di wilayah bekasi. Jumlah ini sangatlah lebih banyak dibandingkan dengan indihome jakarta timur yang hanya memiliki 394 sales force. Pada bulan april 2023 juga indihome bekasi berhasil melakukan penjualan sebesar 1.178 pelanggan baru, Jumlah ini terbilang sangatlah banyak.

Berdasarkan data pelanggan aktif Indihome pada masing – masing kota di Provinsi Jawa Barat dapat disimpulkan bahwa indihome bekasi memiliki angka penjualan yang tinggi dalam menarik konsumen agar berlangganan indihome. Maka dirasa perlu pemanfaatan facebook sebagai media promosi karena adanya fenomena tingginya jumlah penjualan Indihome di Bekasi.



1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah peneliti paparkan diatas dan sudah di identifikasi, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimana pemanfaatan facebook sebagai media promosi oleh sales Indihome Bekasi?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan facebook sebagai media promosi oleh sales indihome Bekasi.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Secara Teoritis

Hasil penelitian saya ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya pada ilmu periklanan.

1.4.2 Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi sales indihome untuk menjadikan sebuah evaluasi dan berguna bagi instansi Telkom Indonesia.

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan referensi bagi penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan dibuat agar dapat mempermudah penulis dalam mengerjakan proses penelitian yang telah ditata secara strategis dan rinci. Berikut merupakan sistematika penulisan antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisikan latar belakang yang berisi permasalahan yang terjadi dan dapat dijadikan dasar penelitian ini untuk diteliti. Sumber data yang tervalidasi, bab I pendahuluan juga termasuk beberapa tahap yaitu Rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian. Sehingga hal ini penting untuk diteliti.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas penelitian terdahulu, teori dan konsep. Penelitian terdahulu ini dijadikan sebagai tolakukur peneliti dalam melakukan penelitian dan memudahkan peneliti dalam mencari data yang telah tervalidasi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas metode dan tahapan-tahapan untuk dilakukan dalam penelitian. Metode penelitian berisi pendekatan dalam penelitian, penemuan informasi, pengumpulan data, jenis data, Teknik mengolah dan analisis data, Teknik validasi data. Serta lokasi pengumpulan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini merupakan pelaporan hasil penelitian dan pembahasan yang mengaitkan dengan landasan teori atau penelitian yang dilakukan.

Yaitu pemaparan pembahasan tentang Pemanfaatan media sosial facebook sebagai sarana media promosi sales indihome bekasi.

BAB V PENUTUP

Bagian ini merupakan bab terakhir dari isi pokok penelitian terdiri dari kesimpulan dan saran-saran berkaitan dengan penelitian sejenis yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

