

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern seperti saat ini semua hal terasa sangat mudah, karena dengan kemajuan teknologi, dan perkembangan yang semakin canggih membutuhkan kreativitas dan peningkatan produktivitas, termasuk dalam dunia bisnis, dunia bisnis telah mengalami banyak transformasi dan perkembangan belakangan ini, salah satunya adalah perkembangan teknologi internet, dimana hampir semua kalangan di dunia menggunakan yang namanya smarphone.

Indonesia masuk kedalam 4 besar pengguna smartphone terbanyak dengan jumlah 192,15 juta pengguna smartphone¹, di zaman yang modern seperti ini semua orang ingin sesuatu yang serba praktis, yang artinya seseorang bisa memesan apasaja, atau mendapatkan informasi apa saja dengan menggunakan smarphone yang mereka miliki, dengan seperti itu komunikasi digital dapat masuk dengan mudah, dan dalam dunia digital ada yang disebut teknolgi aplikasi yaitu sosial media.

Sosial media mampu menghubungkan orang yang berbeda tempat dan terasa dekat dengan pengguna aplikasi yang sama, awalnya sosial media digunakan hanya untuk bersosialisasi akhirnya bergeser sebagai media

¹ Sarnita Sadya, Pengguna Smartphone Indonesia Terbesar Keempat Dunia pada 2022[Berita Online DataIndonesia 17, Jan 2023 11:22 WIB], tersedia di situs: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-smartphone-indonesia-terbesar-keempat-dunia-pada-2022>, diakses pada tanggal 3 April 2023, Pukul 19.30 WIB

promosi, ada banyak jenis media digital yang digunakan untuk promosi, selain website ada juga media sosial, media sosial seperti Instagram adalah media sosial paling banyak digunakan untuk media promosi baik barang maupun jasa.

Data Napoleon Cat, jumlah pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 97,17 juta hingga Desember 2022, jumlah tersebut naik 0,10% dari bulan sebelumnya². Media instagram memang cocok digunakan untuk media promosi karena melalui gambar yang menarik dapat menarik minat customer dan dimungkinkan untuk berinteraksi secara langsung melalui media sosial.

Industri Kreatif saat ini berkembang cukup pesat terlebih lagi di kota – kota penyangga Jakarta salah satunya ada di Bogor, salah satunya adalah bisnis fotografi semakin pesat dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkembang dalam skala kecil, menengah, hingga besar. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya pesaing di industri fotografi yang menawarkan jasa mulai dari foto studio foto prewedding dan periklanan.

Disinilah komunikasi memainkan peran sebagai alat yang menghubungkan manusia. Artinya, komunikasi dapat diartikan sebagai bagian terpenting dalam setiap individu. Misalnya tubuh manusia itu sendiri, tanpa adanya komunikasi, maka seseorang tidak akan dianggap keberadaannya dan

² Ridhwan Mustajab, *Indonesia Miliki 97,17 Juta Pengguna Instagram hingga Akhir 2022* [Berita Online DataIndonesia 31, Jan 2023 09:50 WIB] tersedia di situs: <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022> , diakses pada tanggal 3 April 2023, Pukul 19.30 WIB.

akhirnya tidak dapat berkembang, Komunikasi merupakan tahapan interaksi antarmanusia, ataupun antara manusia dan lingkungannya.

Strategi komunikasi pemasaran menjadi salah satu tonggak penting untuk mencapai keberhasilan usaha. Dengan demikian, bidang pemasaran memegang peranan penting dalam pelaksanaan suatu rencana usaha. Strategi komunikasi pemasaran tersebut harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang kegiatan yang akan dilakukan perusahaan dalam memaksimalkan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.

Strategi komunikasi pemasaran harus dapat menggambarkan secara jelas dan terarah mengenai kegiatan perusahaannya, agar tujuannya jelas dan mendapatkan hasil yang sudah di targetkan oleh perusahaan tersebut. Salah satunya adalah Pakemake Studio yang melakukan komunikasi pemasaran menggunakan media sosial instagram.

Selain media sosial instagram sebagai salah satu sarana dalam melakukan promosi penjualan yang mudah dan efektif, instagram juga memiliki banyak keuntungan bagi pemasar, salah satunya adalah pemasar atau pelapak tidak usah mengeluarkan uang untuk biaya promosi produk mereka, dengan begitu pemasar bisa melakukan promosi sepuasnya agar produk mereka bisa menguasai pasar, dan memperkenalkan produk atau jasa secara luas.



Gambar 1.1

Sumber : Akun instagram @Pakemakestudiobgr³

Pakemake studio awalnya tidak menggunakan instagram dalam strategi komunikasi pemasarannya tetapi inovasi lain dilakukan pakemake studio sebagai pemasarannya seperti menyebarkan brosur dan lainnya, cara ini dinilai kurang efektif karena tidak ada efek yang cukup signifikan, akhirnya

³ <https://instagram.com/pakemakestudio?igshid=YmMyMTA2M2Y=> Di akses pada 3 April 2023, pada pukul 19.50 WIB

pakemake studio membuat inovasi baru yaitu menggunakan instagram sebagai strategi untuk pemasarannya.

Inovasi – inovasipun muncul, dengan menggunakan instagram sebagai media untuk promosi efek perlahan namun pasti pakemake dikenal oleh banyak kalangan baik di wilayah Gunung Putri dan sekitarnya karena menggunakan instagram sebagai media komunikasi pemasarannya. Dalam instagramnya pakemake pun terus melakukan inovasi agar lebih baik lagi, dengan menggunakan instagram pakemake studio berkembang cukup pesat dan mulai dikenal oleh banyak kalangan.

Dilihat dari jumlah pengikut di Instagram, Pakemake studio dikenal sebagai salah satu perusahaan yang cukup besar yang bergerak dalam bidang industri fotografi dan salah satu dari banyak perusahaan yang berhasil bertahan hingga hari ini. Berdasarkan observasi pertama yang dikumpulkan peneliti melalui riset terbatas, terjadi peningkatan jumlah klien tiap bulannya setelah melakukan promosi di instagram..

Keberhasilan pemasaran Pakemake studio dalam mempertahankan klien lama dan menarik klien baru adalah suatu keharusan, yang merupakan tujuan untuk menjaga stabilitas dan kemakmuran perusahaan. Dengan kualitas pelayanan yang baik dan kepuasan klien yang menjadikan pakemake studio masih tetap eksis sampai saat ini.

Berangkat dari sebuah pemikiran peneliti melihat pentingnya sebuah inovasi – inovasi baru yang dilakukan dalam strategi komunikasi pemasaran

melalui instagram yang membuat peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran pakemake studio dengan menggunakan media sosial instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana strategi komunikasi pemasaran pake make studio di instagram untuk menarik costumer baru, dan menjaga costumer setianya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Mengetahui strategi komunikasi pemasaran pake make studio di instagram untuk menarik pelanggan dan untuk mempertahankan citra.
- 2) Untuk menganalisis bagaimana pesan yang disampaikan pake make studio di instagram @pakemakestudiobgr

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya komunikasi bisnis dan komunikasi pemasaran, komunikasi perusahaan, komunikasi organisasi,
2. Penelitian saya ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi penelitian sejenis di masa yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Dapat berguna sebagai pertimbangan dan tambahan informasi untuk pakemake studio, untuk menunjang praktek promosi melalui media sosial yang efektif.
2. Bagi konsumen untuk bisa menerima pelayanan yang baik sesuai dengan apa yang pelanggan inginkan.
3. Bagi pembuat kebijakan dan regulasi.
4. Bagi public relations untuk bisa meningkatkan citra perusahaan dan komunikasi publik.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibuat dengan mengacu pada stuktur penulisan yang telah ditetapkan guna disajikan secara sistematis sehingga proposal penelitian tersaji dengan baik serta mudah dipahami.

BAB I PENDAHULUAN

Bab I merupakan bagian mengenai gambaran umum tentang persoalan yang diteliti. Di dalamnya terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, serta tujuan penelitian. Adapun tujuan penelitiannya yaitu mengetahui bagaimana penggunaan media sosial instagram sebagai komunikasi pemasaran online oleh Pakemake studio. Selain itu, juga terdapat manfaat penelitian berupa manfaat teoritis dan praktis, serta terdapat sistematika penulisan sebagai bagian dari rancangan penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab II memuat tinjauan pustaka. Dalam tinjauan pustaka terdapat penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian, lalu kajian pustaka yang berisikan teori – teori mengenai strategi komunikasi pemasaran dan media baru. Serta juga berisikan kerangka pemikiran yang menjabarkan mengenai pola penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III merupakan Metodologi Penelitian, berisi mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini yang dijelaskan meliputi pendekatan kualitatif, jenis penelitian menggunakan deskriptif, pengambilan data dengan menggunakan wawancara terstruktur dan observasi, lalu narasumber dari pakemake studio, teknik pengolahan dan analisis data yang dilakukan hingga data akhirnya dapat disampaikan dalam bentuk laporan, serta lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan memaparkan hasil penelitian yang dilengkapi dengan pembahasan deskriptif.

BAB V PENUTUP

Bagian ini akan memaparkan mengenai simpulan hasil penelitian. Simpulan tersebut menjelaskan jawaban dari pertanyaan penelitian. Setelah itu, ditambah juga mengenai saran-saran yang ditujukan kepada pihak terkait.

