

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Industri sablon telah menjadi bagian dari berbagai sektor, dari pakaian dan tekstil hingga promosi acara dan branding. Dalam era yang didorong oleh teknologi digital dan konektivitas internet, cara konsumen berinteraksi dengan merek dan produk telah mengalami perubahan fundamental.

Pemasaran tradisional yang mengandalkan media cetak dan iklan konvensional tidak lagi memiliki dampak yang sama seperti dulu. Oleh karena itu, implementasi pemasaran digital telah menjadi suatu keharusan bagi pelaku industri sablon yang ingin tetap kompetitif dan relevan di pasar yang terus berkembang.

Industri sablon sering bergantung pada metode pemasaran tradisional seperti iklan cetak, brosur, dan pameran dagang. Namun, dengan semakin meningkatnya penetrasi internet dan perangkat mobile, perilaku konsumen juga berubah. Konsumen sekarang lebih cenderung mencari informasi produk secara online, berinteraksi melalui media sosial, dan membuat keputusan berdasarkan ulasan dan rekomendasi online.

Implementasi pemasaran digital dalam industri sablon adalah langkah strategis yang bertujuan untuk memanfaatkan potensi teknologi digital dan platform online guna memperluas jangkauan, memperkuat merek, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Dalam era di mana konektivitas internet merajalela, pemasaran digital telah

menjadi sarana yang efektif untuk berkomunikasi dengan pelanggan potensial dan eksisting.

Lalu di dalam dunia bisnis saat ini implementasi yang dilakukan oleh Manusia sablon dalam pemasaran digital akan membantu segala macam perkembangan maupun perubahan yang terjadi melalui media online, sehingga bisnis bisa beradaptasi dengan segala perubahan tersebut.

Implementasi pemasaran digital merupakan salah satu faktor penting yang bisa menjadi solusi paling efektif dari permasalahan pemasaran produk yang ada pada industri sablon saat ini. Faktor tersebut ini akan meningkatkan peminat dari konsumen untuk pasar sablon di daerah DKI Jakarta. Implementasi pemasaran digital memanfaatkan area luas pada media sosial seperti Instagram, dimana media tersebut akan memberikan sebuah informasi tentang berbagai produk yang di pasarkan oleh perusahaan terutama penekanan tentang merek sebuah produk atau jasa. Implementasi pemasaran digital juga memudahkan dalam penjualan dan promosi, seperti penggunaan media sosial yang banyak di gunakan oleh para pemasar.

Keberadaan media sosial menjadi sarana informasi bagi konsumen yang dapat digunakan sebagai menyebarkan informasi berupa text, gambar, atau video dengan banyak pihak baik antar perusahaan kepada konsumen atau konsumen kepada perusahaan.

Penggunaan media internet merupakan salah satu *new media* yang saat ini banyak digunakan oleh beberapa khalyak dan memiliki banyak fungsi dalam

kehidupan sehari-hari. Salah satu manfaat positif dari *new media* yaitu situ media *online* atau *E-commerce* dijadikan sebagai media untuk jual-beli *online*. Saat ini perkembangan internet semakin dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, karena kemudahan yang diberikan dalam kegiatan sosialisasi, pendidikan, bisnis, dan sebagainya. Dan media sosial menjadi salah satu bentuk dari pesatnya perkembangan internet menjadi hal yang tidak bisa dipisahkan saat ini, setiap hal dimana di berinteraksi setiap hari pasti ada pengaruhnya terhadap seseorang.

Sementara itu riset dari Data Reportal membuktikan bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta pada Januari 2022, ini setara dengan 68,9% dari keseluruhan populasi penduduk di Indonesia. Data Reportal juga membuat daftar media sosial terpopuler di Indonesia, dengan hasil tertinggi diduduki oleh Facebook, dan Instagram

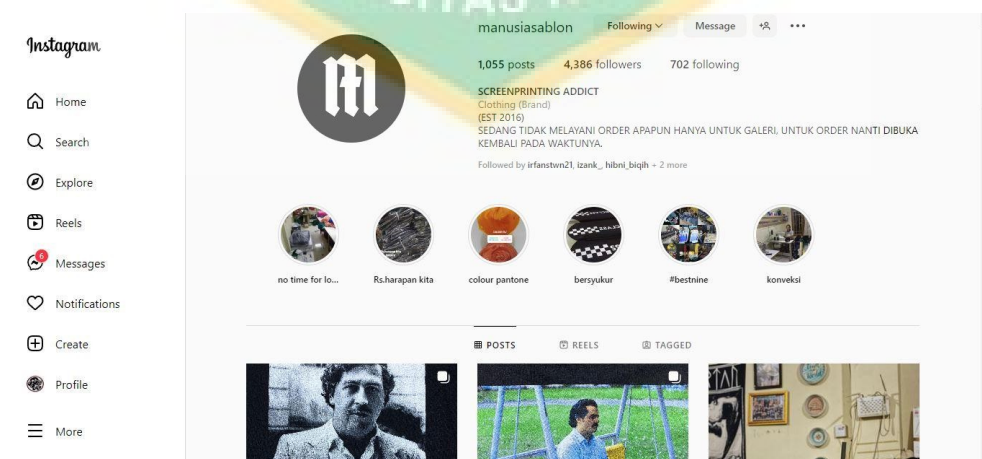
Rata-rata interaksi yang dibangun oleh media sosial tersebut adalah tombol like, komentar, dan pengiriman pesan. Saat ini perkembangan internet semakin dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, karena kemudahan yang diberikan dalam kegiatan sosialisasi, pendidikan, bisnis, dan sebagainya. Penggunaan instagram yang tak lepas dari memasarkan dengan trend harga murah membuat semua orang terutama kalangan remaja millennial,¹ dengan memanfaatkan media sosial untuk

¹ Rosyidah, Aulia Nurul, and Ismeirita Ismeirita. "Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Pembentukan Karakter Peserta Didik (studi kasus di SMPN 20 Bekasi)." *Research and Development Journal of Education* 9.1 (2023): hlm. 34-44.

berhubungan dengan para pengguna instagram, perusahaan dapat meningkatkan loyalitas brand.

Dengan menggunakan Implementasi pemasaran digital yang di gunakan melalui sosial media bisa mempengaruhi pelanggan menjadi pelanggan yang setia pada satu produk konveksi sablon. Salah satu manfaat Instagram dalam dunia bisnis adalah kemampuannya untuk mencapai jangkauan yang lebih luas daripada media sosial lainnya.

Implementasi pemasaran digital harus dapat menggambarkan dengan jelas dan terarah mengenai kegiatan perusahaanya, agar tujuannya menjadi jelas dan mendapatkan hasil yang usdah di targetkan oleh perusahaan tersebut. Salah satunya adalah Manusia Sablon yang melakukan Implementasi pemasaran digital menggunakan media sosial Instagram dengan memiliki pengikut 4.385 ribu pengikut dan 1,055 postingan foto dapat untuk mengembangkan target pasar dan selangkah lebih maju dari kompotitor dengan memanfaatkan #hashtag yang terkait dengan produk tersebut.



Gambar 1.2 sumber instagram manusia sablon

Sejarah bisnis sablon kaos merupakan usaha yang paling menarik untuk saat ini, mengingat kaos akan selalu dicari dan dibeli oleh masyarakat. Kaos adalah salah satu jenis pakaian yang tidak habis termakan zaman. Jika di dunia fashion terdapat mode tahunan yang berubah-ubah dari segi corak dan bentuk pakaian dibuat, hal tersebut tidak mempengaruhi keberadaan dari kaos. Sehingga sampai kapanpun kaos masih memiliki pembeli tetap. Jaminan adanya pasar pembeli yang jelas dari penjualan bisnis kaos ini yang kemudian membuat peluang untuk membuka usaha dalam bidang sablon kaos pun tidak pernah mati. Sablon kaos adalah teknik mencetak gambar, foto, karikatur, dan berbagai hasil desain lainnya ke permukaan kaos.

Artinya inti dari pembuatan kaos selanjutnya selain memikirkan bahan adalah desain yang akan disablon ini. Karena pentingnya peran sablon dalam pembuatan kaos, maka banyak sekali bisnis sablon manual untuk kaos bermunculan dan saling bersaing. Umumnya perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang melaksanakan konsep pemasaran yang berorientasi kepada konsumen, karena perusahaan inilah yang mampu menguasai pasar dalam jangka panjang. Di dalam pandangan konsep pemasaran, tujuan perusahaan dicapai melalui kepuasan konsumen.

Penelitian ini berfokus pada industri sablon. Alasan pemilihan sektor industri sablon adalah karena sektor ini merupakan sektor yang lebih dinamis. Dalam hal

ini sektor industri kreatif sablon lebih menantang dalam berinovasi mencari sumber daya manusia yang berkualitas. Pada sisi lain, sumber daya manusia pada sektor industri kreatif perlu memiliki kemampuan khusus yang tidak diperoleh melalui jalur pendidikan tetapi diperoleh melalui pelatihan secara langsung pada saat bekerja, dan kemampuan setiap karyawan berbeda-beda. Oleh karena itu faktor sumber daya manusia di usaha kecil menjadi faktor yang krusial. Dari uraian di atas maka rumusan masalah yang akan peneliti jawab adalah bagaimana peran industri sablon terkhususnya Manusia Sablon mengelola sumber daya manusia yang unggul dalam beradaptasi dengan tatanan kehidupan yang baru.

Konveksi Manusia Sablon merupakan perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur (produksi) dan jasa yang berdiri sejak tahun 2016, yang berada di Jakarta Timur, Kecamatan Pasar Rebo Dki Jakarta. Produk yang dihasilkan adalah kaos polos maupun sablon, hoodie, akan tetapi produk yang paling banyak diproduksi adalah kaos sablon karena biasanya customer yang memesan kaos sablon.

Pada tahun 2016 Manusia sablon melakukan implementasi pemasaran digital pada industri sablon melalui media sosial yang bernama Twitter. Pada saat menggunakan twitter yang dimana pada era itu instagram belum seramai sekarang manusia sablon mengalami plagiat akun twitter yang mengatas namakan manusia sablon dengan cara menipu para followersnya.

Manusia Sablon Konveksi merancang dan memutuskan misi bisnis Implementasi pemasaran digital yang akan diterapkan di lapangan untuk bisa

mengantisipasi berbagai macam perubahan yang akan terjadi. Sehingga perusahaan dapat terus berkompetisi dan bergerak searah dengan keinginan konsumen, karena pada dasarnya fungsi perusahaan adalah memproduksi barang dan jasa yang dapat diterima konsumen sekaligus dapat memenuhi keinginan konsumen. Hal tersebut bertujuan untuk memperoleh hasil penjualan sesuai keinginan perusahaan dan untuk mencapainya maka perusahaan harus melakukan kegiatan pemasaran terhadap produk dan jasa yang dihasilkan. Berdasarkan paparan yang telah disampaikan di atas, maka peneliti ingin mengetahui implementasi pemasaran digital dan media promosi yang dilakukan oleh Manusia Sablon konveksi di pasar lokal dan nasional melalui media sosial instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana Implementasi pemasaran digital dalam penggunaan media sosial instagram Manusia Sablon dalam komunikasi pemasaran?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial instagram manusia sablon sebagai komunikasi pemasaran online?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah keilmuan khususnya di bidang Ilmu Komunikasi yang berhubungan dengan Implementasi pemasaran digital yang sangat berguna bagi setiap perusahaan, terutama dibidang usaha. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan bermanfaat bagi penelitian-penelitian berikutnya.
2. Penelitian saya ini di harapkan bisa menjadi refrensi bagi penelitian sejenis di masa yang akan datang

1.4.2 Manfaat Praktif

1. Dapat berguna sebagai pertimbangan dan tambahan informasi untuk konveksi Manusia Sablon, untuk menunjang praktek promosi melalui sosial yang aktif
2. Manfaat bagi Manuisa Sablon konveksi jakarta timur yaitu agar dapat menarik minat pengunjung melalui Implementasi pemasaran digital melalui media sosial instagram.
3. Bagi Public Relation untuk bisa meningkatkan citra perusahaan dan komunikasi publik.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat dengan mengacu pada struktur penulis yang telah ditetapkan guna disajikan secara sistematis sehingga proposal penelitian ini tersaji dengan baik secara mudah di pahami.

BAB I PENDAHULUAN

Bab I merupakan bagian mengenai gambaran umum tentang persoalan yang di teliti. Didalamnya terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, serta tujuan penelitian. Adapun tujuan penelitiannya yaitu mengetahui bagaimana penggunaan media sosial instagram sebagai Implementasi pemasaran digital online oleh konveksi Manusia Sablon. Selain itu, juga terdapat manfaat penelitian berupa manfaat teoritis, dan manfaat 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 Implementasi pemasaran digital 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.

