

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Digital marketing mengalami transformasi yang signifikan pada era yang terus berkembang, terutama dalam ranah *digital marketing*. Fenomena ini membawa dampak positif pada dunia bisnis dengan menyediakan peluang untuk meningkatkan nilai penjualan dan memperluas eksistensi merek perusahaan secara lebih efektif dan terfokus. *Digital marketing* sebagai strategi yang dominan di era digital ini telah diadopsi secara luas oleh berbagai jenis bisnis dari skala besar hingga skala kecil. Keberhasilan *Digital marketing* terletak pada kemampuannya untuk memberikan promosi yang terarah dan memiliki jangkauan yang luas menjadikannya pilihan yang sangat relevan dan efisien dalam menghadapi tantangan pemasaran modern.

Salah satu cara untuk mengatur pelaksanaan atau perencanaan, memerlukan evaluasi untuk mencapai suatu tujuan yang direncanakan, dalam suatu komunitas bisnis melakukan perumusan secara *digital marketing* agar dapat meningkatkan *trafict* dan jangkauan relasi yang lebih luas, karena akhir-akhir ini *digital marketing* semakin menarik perhatian disemua kalangan masyarakat, dan salah satunya yaitu kalangan anak-anak muda khususnya di wilayah Pantan Labu.

Komunitas bisnis anak muda adalah sebuah komunitas bisnis yang hadir dengan tujuan menjadi wadah positif bagi para pemuda, untuk membangun hubungan dan pengembangan diri, serta menghasilkan penghasilan dengan memanfaatkan *Smartphone* dan juga internet. Konsep yang mereka gunakan sangat

efektif dan relevan karena meningkatnya semakin hari internet juga semakin banyak jumlah penggunaannya.

Komunitas bisnis anak muda menciptakan sebuah bentuk lapangan pekerjaan yang baru dan bisa mengatasi sedikit jumlah pengangguran dikalangan anak-anak muda, dan komunitas bisnis anak muda sudah berdiri selama 5 tahun dan cakupan komunitasnya sudah ada di beberapa titik Kota dan Kabupaten diantaranya : Kota Medan ,Banda Aceh, Bireun, Lhokseumawe, Aceh Utara dan Aceh Timur. Dan *founder* nya terdiri dari 2 orang *founder* yaitu : M. Reza Fahrefi dan M. Ihsan dan mereka lebih memfokuskan kepada bimbingan seputar bisnis online dan secara *digital marketing*.

Keuntungan yang mereka peroleh untuk anggota baru adalah penghasilan perbulan dari hasil merekrut anggota jaringan baru, serta mereka juga memperoleh penghasilan perhari dari produk yang mereka pasarkan, keuntungan lainnya mereka mendapatkan bimbingan full seputaran bisnis online dari hal yang sangat dasar, dan keuntungan lainnya merekrut anggota baru guna untuk mempengaruhi minat bergabung anggota didalam komunitas bisnis anak muda, serta gratis konsultasi belajar seputaran bisnis online.

Cara untuk bergabung didalam komunitas bisnis anak muda adalah mengeluarkan uang senilai 99.000 ribu rupiah dan syarat utamanya yaitu memiliki *smartphone*, dimana uang tersebut nantinya bakal didaftarkan sebagai anggota baru. Berdasarkan prasarvey yang dilakukan kepada anggota komunitas bisnis anak muda pada tanggal 23 Mei 2023 di kota Pantan Labu didapatkan data bahwa yang mempengaruhi minat bergabung anggota komunitas bisnis anak muda tersebut

khususnya di wilayah Pantan Labu adalah mereka tertarik dibidang *digital marketing*.

Salah satunya *content marketing* tentang prestasi anggota komunitas bisnis anak muda, dan melakukan *branding* secara iklan dan poster, serta melakukan presentasi secara online untuk mengenalkan komunitas bisnis anak muda kekhlayak ramai, dan melakukan promosi sosial media *marketing* seperti disosial media: whatsapp, instagram dan tik-tok tentang kelas bisnis online dan postingan video testimoni-testimoni anggota yang sudah berpenghasilan. *Digital marketing* sangat mempengaruhi minat bergabung anggota komunitas bisnis anak muda.

Menurut Mandal dan Joshi (2016:12), *digital marketing* adalah konsep yang melibatkan strategi pemasaran menggunakan teknologi digital, terutama melalui internet, perangkat mobile, iklan *display*, dan platform digital lainnya. Konsep ini mencakup penggunaan berbagai media digital seperti situs web, media sosial, *email marketing*, *video marketing*, periklanan, dan optimisasi mesin pencari (SEO) untuk mempromosikan produk dan layanan. Keberhasilan implementasi *digital marketing* yang tepat memiliki dampak positif dalam memperluas jangkauan produk atau layanan ke pasar target perusahaan. Mandal dan Joshi (2016:12) menggambarkan *digital marketing* sebagai fondasi yang mendasari upaya pemasaran produk dan layanan dalam era teknologi digital.

Digital Marketing atau pemasaran online memunculkan manfaat signifikan bagi konsumen dan pemasar. Pada tingkat dasarnya, ini adalah alat komunikasi yang efektif untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan personal dengan pelanggan. Dalam konteks ini, *digital marketing* memungkinkan penjual untuk menjembatani kesenjangan antara mereka dan konsumen, mencapai lebih banyak

peserta yang sesuai dengan target mereka, dan secara bersamaan membantu mengurangi biaya operasional pemasaran. Namun, yang lebih penting lagi, *digital marketing* memberikan fleksibilitas yang luar biasa, memungkinkan pemasar untuk terus-menerus menyesuaikan produk dan strategi mereka sesuai dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan (Rachmadi, 2020: 18).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian ini, maka identifikasi permasalahan penelitian ini adalah : Adakah pengaruh *digital marketing* terhadap minat bergabung anggota komunitas bisnis anak muda di Kota Pantan Labu ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan hal di atas, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan mengidentifikasi Adakah pengaruh *digital marketing* terhadap minat bergabung anggota komunitas bisnis anak muda Kota Pantan Labu

1.4 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari kesalahpahaman interpretasi terhadap judul skripsi ini, oleh karena itu, penulis merasa perlu untuk mengatur batasan masalah yang jelas agar penelitian tidak mengambang. Adapun pembatasan masalah ini adalah sebagai berikut:

1. *Digital marketing* sebagai media pemasaran dan promosi yang digunakan oleh anggota komunitas bisnis anak muda
2. Penelitian ini hanya dilakukan di kota Pantan Labu pada anggota komunitas bisnis anak muda yang terjun di dunia *digital marketing*.

3. Penelitian ini dilakukan pada anggota resmi komunitas bisnis anak muda yang masih aktif dalam komunitas bisnis anak muda.

1.5 Hipotesis Penelitian

Dalam kerangka penelitian ini, hipotesis penelitian merupakan suatu gagasan awal yang diusulkan sebagai jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang diajukan. Hipotesis penelitian ini merupakan pernyataan yang menghubungkan teori dengan dunia empiris, yang perlu dibuktikan kebenarannya melalui pengumpulan dan analisis data. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ha: terdapat pengaruh yang signifikan antara *digital marketing* terhadap minat bergabung anggota komunitas bisnis anak muda.
2. Ho: tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *digital marketing* terhadap minat bergabung anggota komunitas bisnis anak muda.

1.6 Manfaat Penelitian

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan manfaat, baik dari segi teoritis maupun praktis.

a. Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi berharga dalam pengembangan ilmu komunikasi *digital marketing*.
2. Menjadi sebuah pengembangan ilmu pengetahuan dan teori teori terbaik tentang komunikasi pemasaran.

b. Manfaat Praktis

1. Dapat menjadi acuan yang berharga untuk penelitian selanjutnya dengan mempertimbangkan variabel yang berbeda.
2. Dapat menjadi masukan yang berharga bagi pihak-pihak terkait, dan semoga penelitian ini akan membawa manfaat bagi perkembangan penelitian serta untuk seluruh pihak yang terkait.