

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini, salah satu yang paling berkembang adalah *smartphone*. Hadirnya *smartphone* mampu menembus pasar dunia dengan pesat. Karena fitur-fitur yang memudahkan setiap orang untuk mengakses internet secara online dimanapun dan kapanpun tanpa harus membawa laptop. Meledaknya *smartphone* di pasar dunia tidak lepas dari strategi pemasaran dari setiap perusahaan. Komunikasi pemasaran dapat memberikan informasi kepada konsumen tentang bagaimana dan mengapa produk itu digunakan dan bagaimana memperoleh produk itu.

Perkembangan usaha saat ini semakin ketat karena banyaknya persaingan dalam menjual produk maupun jasa dalam suatu perusahaan. Dalam membangun dan memasarkan produk atau jasa dalam perusahaan hal yang paling utama untuk dilakukan adalah komunikasi. Komunikasi bertujuan untuk memperkenalkan perusahaan dan berinteraksi dengan konsumen, dengan begitu diharapkan konsumen tertarik dengan produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan.

Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian tumbuh menjadi keinginan manusia. Keinginan manusia akan produk barang/jasa menarik perhatian para pemasar, sehingga mereka menggunakan daya upaya mengingatkan, menginformasikan dan yang paling penting membujuk konsumen untuk melakukan pembelian. Strategi pemasaran dengan basis bauran pemasaran digunakan untuk mencapai hal tersebut dengan langkah-langkah segmentasi, penetapan target dan positioning yang dijadikan sebagai dasar perencanaan

pemasaran. (Widiawati, K. E. 2022).

Dalam sebuah pemasaran suatu produk, baik barang maupun jasa tidak terlepas dari adanya suatu komunikasi antara pemasar dan konsumen. Tidak hanya lewat mulut ke mulut, komunikasi bisa dilakukan secara online. Dengan menggunakan teknologi yang ada sekarang ini seperti *smartphone* komunikasi dapat dijangkau dari manapun dan kapanpun. Hal ini mengakibatkan proses pemasaran menjadi cepat dan luas.

Selain *smartphone*, teknologi yang juga berkembang pesat adalah adanya internet. Pada era modern ini, penggunaan internet sangat berkembang. Bisa dikatakan manusia sangat bergantung dengan internet. Internet memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dan berinteraksi kapan pun dan dimana pun tanpa batas. Semakin berkembang internet semakin berkembang pula fitur-fitur yang memberikan informasi secara cuma-cuma salah satunya adalah media sosial khususnya instagram.

Saat ini banyak sekali orang yang menggunakan instagram. Bermula dari share foto dan video sukses menjadi aplikasi yang diminati banyak pengguna, instagram menjadi media sosial yang banyak sekali peluang untuk berbisnis bagi para penggunanya. Dengan mengunggah foto produk yang dimiliki pemasar dan menggunakan caption yang menarik. Instagram adalah media promosi online yang sedang banyak dimanfaatkan sebagai situs yang menawarkan barang dan jasa secara online, hampir semua kebutuhan bisa didapatkan secara online dengan instagram.

Gambar 1.1 Toko Atina Boutique



Sumber: Instagram.com/Atinaboutique

Hal ini dimanfaatkan oleh sebagian besar pemilik akun instagram untuk berbisnis online. Salah satu toko yang memanfaatkan instagram sebagai media pemasarannya adalah toko Atina boutique merupakan salah satu toko *fashion* import dan lokal premium yang berada di jalan Pekubuan Tanjung Pura Kab. Langkat yang menjual berbagai barang seperti baju, celana, rok, gamis, tas, jam, perfume dan lain sebagainya. Atina boutique berdiri pada tahun 2016 yang didirikan oleh wirausahawati yang bernama Atina Ramadhani berusia 30 tahun. Atina boutique adalah toko yang menggunakan media sosial instagram sebagai alat promosi pemasaran barang-barangnya. Dengan jumlah followers sebanyak 26,3 ribu, online shop ini mampu menjual sebanyak 520 barang dalam periode satu bulan

hanya dengan mengandalkan foto dan video yang menarik.

Toko Atina boutique merupakan toko dengan pelayanan yang cukup baik sehingga banyak sekali orang-orang pada membeli barang-barang yang dijualnya. Menurut observasi awal, owner toko Atina boutique mengatakan bahwa mereka menerapkan sistem pelayanan dengan tata cara berupa senyum, ramah, sopan, bersih, dan rapi. Hal ini membuat masyarakat sering kali berkunjung dan membeli barang di toko Atina boutique tersebut. Toko Atina boutique dibuka pada jam 10:00 s/d 18:00 dan malamnya dibuka jam 20:00 s/d 22:00.

Toko Atina boutique melakukan pemasarannya dengan mempostingkan dan membuat video serta sering juga *me-review* barang-barang yang ada di toko melalui media sosial instagram @atinaboutique. Selain itu Atina boutique juga melakukan pemasarannya dengan cara *endorsement* kepada selebgram yang memiliki *followers* yang banyak.

Penelitian ini dilakukan untuk menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Atinaboutique Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Oleh Toko Atina Boutique”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan yang akan diteliti dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pemanfaatan media sosial instagram @atinaboutique sebagai media komunikasi pemasaran oleh toko Atina boutique?
2. Bagaimana hambatan media sosial instagram @atinaboutique sebagai media komunikasi pemasaran oleh toko Atina boutique?

1.3 Fokus Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah penelitian, maka fokus penelitiannya adalah:

1. pemanfaatan media sosial instagram @atinaboutique sebagai media komunikasi pemasaran oleh toko Atina boutique.
2. Hambatan yang dihadapi dalam menjalankan media sosial instagram @atinaboutique sebagai media komunikasi pemasaran oleh toko Atina boutique.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan fokus penelitian, maka tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan pemanfaatan media sosial instagram @atinaboutique sebagai media komunikasi pemasaran oleh toko Atina boutique.
2. Untuk mengetahui hambatan media sosial instagram @atinaboutique sebagai media komunikasi pemasaran oleh toko Atina boutique.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang dapat diberikan kepada pembaca, berikut manfaat penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat menjadi kajian baru dalam pembahasan tentang kehadiran media sosial instagram bagi peneliti khususnya dan yang membaca penelitian ini umumnya.

b. Dapat menjadi referensi tambahan bagi penelitian yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

a. Dapat menjadi acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan variabel yang berbeda.

b. Dapat menjadi masukan bagi pihak terkait dan semoga penelitian ini membawa manfaat bagi peneliti dan seluruh pihak terkait.

c. Dapat menjadi informasi dalam membahas pemanfaatan media sosial instagram terhadap kepercayaan memilih toko Atina boutique.