

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era saat ini telah mengalami perkembangan yang begitu pesat. Teknologi informasi dan komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam beragam aspek kehidupan manusia. Salah satu penemuan di bidang teknologi informasi yang paling memberikan dampak positif adalah adanya media sosial. Komunikasi pemasaran merupakan upaya untuk menjadikan seluruh kegiatan pemasaran dan promosi dapat menghasilkan tujuan yang bersifat luas dan konsisten bagi setiap orang. Komunikasi pemasaran sangat berperan penting bagi kegiatan pemasaran. Komunikasi pemasaran berperan penting untuk mengkomunikasikan dan memperlihatkan apa yang ingin dipromosikan sehingga konsumen dapat mempelajari tentang apa yang ditawarkan, apa keunggulannya, cocok dikunjungi oleh siapa, dan bagaimana cara mendatangnya.

Komunikasi pemasaran (*Marketing Communication*) merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan teknik-teknik komunikasi yang berfungsi memberikan informasi banyak agar tujuan perusahaan tercapai dan terjadi peningkatan pendapatan atas penggunaan jasa atau pembelian produk yang (Kennedy dan Soemanagara, 2009: 5) dalam (Kusniadji: 2016).

Penggunaan teknologi sering dikaitkan dengan lahirnya internet dan komputer. Hal itu bisa dilakukan dengan perangkat digital canggih yang memudahkan urusan atau aktivitas dan pekerjaan masyarakat. Karena revolusi digital, yang membuat pekerjaan dan kehidupan yang menuntut saat ini menjadi lebih mudah. Tentunya, perkembangan industri teknologi menyebabkan