

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan umat manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Komunikasi diperlukan untuk mengatur tata krama pergaulan antar manusia, sebab berkomunikasi dengan baik akan memberi pengaruh langsung pada struktur keseimbangan seseorang dalam masyarakat. Proses komunikasi dapat menginformasikan dan membuat konsumen menyadari atas keberadaan produk yang ditawarkan dan sebagai penguat bagi konsumen terhadap produk. Suatu perusahaan dapat bertahan karena adanya konsumen, untuk itu perusahaan harus berusaha untuk mempertahankan konsumennya.

Pemasaran produk saat ini dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja diperlukan, dengan adanya teknologi yang semakin canggih pemasaran produk dapat diperjual belikan atau diperdagangkan melalui internet (jejaring sosial). Kemajuan teknologi internet juga semakin maju dengan adanya gadget yang kian hari semakin canggih dengan didukung oleh jaringan dan aplikasi-aplikasi jejaring sosial yang menunjang untuk melakukan komunikasi jarak jauh. Penggunaan situs jejaring sosial sebagai media interaksi sosial secara online juga sudah begitu meluas bahkan mendunia. Media sosial atau jejaring sosial seperti instagram merupakan salah satu jejaring sosial yang telah menjadi lebih dari sekedar ajang berteman dan memamerkan gambar-gambar, melainkan media sosial juga berfungsi sebagai media membangun kepedulian dan memasarkan produk. Pemasaran secara online melalui jejaring sosial sudah berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting tidak saja bagi produsen barang dan jasa tapi juga bagi customer.

Strategi komunikasi pemasaran menjadi alat yang penting dan mulai diperhitungkan dengan serius dalam sistem pemasaran online untuk menjawab tantangan-tantangan tersebut, dimana cara penyampaian ke konsumen menjadi hal

yang sangat penting. Saat ini mayoritas barang atau produk yang menjadi andalan bisnis online adalah produk-produk berkaitan dengan gaya hidup (*lifestyle*) seperti *fashion* dan *clothing*, produk kecantikan dan kesehatan, serta teknologi dan gadget. Bisnis online sendiri selain menggunakan platform milik pribadi seperti website, juga menggunakan platform sosial media dalam memasarkan produk-produk dan jasanya. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). Digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet.

Media sosial juga memungkinkan para pelaku pasar untuk berkomunikasi dengan sesama produsen, pelanggan, dan atau calon pelanggan. Media sosial memberi identitas kepada *brand* atau merek yang dipasarkan serta membantu dalam menyebarkan pesan dengan cara yang santai dan komunikatif.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang di dalamnya terdapat *online shop* (toko jual beli online) yang saat ini banyak muncul sebagai bisnis yang menguntungkan. Hal ini karena melalui fitur dalam aplikasi Instagram, hasil foto yang ditampilkan menjadi sangat menarik. Kaum muda sering membeli produk melalui Instagram karena tampilan foto dari Instagram membuat penggunanya tertarik dan berkeinginan untuk membelinya. Kelebihan dari Instagram yaitu hasil foto dapat di *share* ke media sosial lainnya seperti, Facebook dan Twitter, sehingga memungkinkan hasil foto tersebut tidak hanya dilihat oleh orang-orang yang memiliki Instagram saja. Instagram telah menjadi suatu fenomena tersendiri di kalangan pengguna media sosial khususnya, remaja. Walaupun banyak media sosial lain sering digunakan tetapi Instagram termasuk media sosial yang pertama bergerak dalam hal mengunggah dan *sharing* foto.

Fenomena pemasaran produk melalui media sosial sudah menjadi *trend* pada saat ini, pada tahun 2020 Indonesia menghadapi pandemi Virus Covid-19

yang sangat berdampak pada pelaku usaha yang ada di Indonesia. Dengan adanya pandemi tersebut, pelaku usaha mulai mencoba memasarkan produknya melalui media sosial. Hal itu pula yang perlu dilakukan oleh setiap perusahaan dimana mereka dapat menetapkan dan mengembangkan strategi komunikasi pemasaran yang tepat dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan sebagai usaha untuk mengembangkan bisnisnya.

Pemasaran secara online melalui jejaring sosial sudah berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting tidak saja bagi produsen barang dan jasa tapi juga bagi *customer*. Promosi penjualan secara online atau *e-commerce* sudah banyak dilakukan oleh pelaku usaha di kota Baturaja Ogan Komering Ulu. Komunikasi pemasaran merupakan sarana yang digunakan perusahaan-perusahaan dalam upaya untuk dapat memberikan informasi, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk ataupun merek yang mereka jual.

Fenomena pemasaran produk melalui media sosial menjadi semakin penting untuk memenangkan pasar, karena saat ini semakin banyak produk-produk sejenis dari kompetitor dengan memiliki fungsi yang sama bahkan lebih baik di jual di pasaran. Adanya media sosial sebagai alat pemasaran produk mempengaruhi masyarakat untuk memilih atau membeli produk yang masyarakat inginkan. Dengan kemudahan teknologi saat ini dapat memudahkan masyarakat untuk mencari tahu tentang informasi mengenai produk yang akan dipilih, seperti yang ada dikalangan masyarakat saat ini apabila suatu toko tidak memberikan informasi yang baik mengenai produk yang mereka tawarkan, maka akan menjadi pertimbangan masyarakat untuk mencari toko lainnya yang memberikan informasi terhadap produk yang dijual.

Karena pemasaran melalui media sosial bisa mendeskripsikan produk yang tidak terucap secara verbal, maka pemasaran produk melalui media sosial sering kali digunakan untuk menunjukkan informasi detail produk dari penjual kepada calon konsumen. Hanya dengan menginformasikan jenis, atau detail produk yang

di tawarkan masyarakat akan bisa menjadikan pertimbangan untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan.

Persaingan antar produk di pasaran mendorong produsen gencar untuk berpromosi yang dapat menarik perhatian konsumen. Strategi komunikasi pemasaran mempunyai peran yang sangat penting bagi perusahaan untuk melakukan pencitraan atas suatu merek tertentu. Selain itu dengan komunikasi pemasaran dapat mengembangkan kesadaran konsumen terhadap produk/jasa yang dihasilkan perusahaan, sehingga konsumen mengenal produk/jasa yang ditawarkan. Dengan begitu dapat merangsang terjadinya penjualan. Komunikasi pemasaran lebih menekankan pada pemenuhan secara langsung produk atau jasa yang diperlukan oleh konsumen. Dengan demikian pemasaran senantiasa berupaya untuk meningkatkan hubungan pertukaran ekonomi antara organisasi dan konsumennya.

Supaya dunia bisnis sukses harus adanya komunikasi pemasaran, proses terjadinya penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, sesuai dengan bahasa yang digunakan sehingga bagaimana cara dan karakter komunikator dalam menyampaikan pesan yang disampaikan sehingga pesan tersebut dapat sampai dan diterima oleh komunikan, sehingga pesan tersebut mendapat atau tidak umpan balik dari penerima pesan tersebut. Komunikasi pemasaran menjadi semakin penting untuk memenangkan pasar, karena saat ini semakin banyak produk-produk sejenis dari kompetitor dengan memiliki fungsi yang sama bahkan lebih baik di jual di pasaran. Jika cara menjual kita hanya fokus pada fungsi dari produk saja, maka dapat dipastikan penjualannya akan kalah bersaing dengan produk sejenis lainnya.

Persebaran industri kreatif di bidang perdagangan dan jasa kini telah merambah di wilayah Baturaja Ogan Komering Ulu. Akun @basecamp_baturaja merupakan salah satu industri kreatif di bidang perdagangan dan jasa sewa alat *outdoor* yang memanfaatkan media Instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran produknya secara *online*.

Pentingnya komunikasi pemasaran terkait dengan adanya kebutuhan manusia. Mengingat kebutuhan itu pula perusahaan perlu untuk melakukan

pemasaran tempat yang strategis untuk bisnis. Keberlangsungan perusahaan akan stabil apabila ada keterpaduan antar bagian-bagian perusahaan, Hermawan (2012 : 10). Apa yang dijelaskan dari kutipan Hermawan diatas, komunikasi pemasaran begitu penting diperlukan, begitu juga bagi owner Base Camp *Outdoor* Baturaja dalam memasarkan produknya demi keberlangsungan usaha akan kestabilan penjualan produk untuk menarik minat konsumen baru atau mempertahankan pelanggan agar tetap bertahan dalam membeli atau menggunakan kembali produk yang ditawarkan.

Pemasaran melalui media *online* instagram tentunya diperlukan strategi komunikasi yang baik, konten visual berbicara tentang bagaimana membentuk sebuah pesan yang baik bagi khalayak untuk menarik perhatian, memberikan informasi, dan pesan promosi. Terkait postingan Base Camp *Outdoor* Baturaja yang tentunya menjadi faktor utama dalam strategi komunikasi pemasaran Base Camp *Outdoor* Baturaja harus memiliki kualitas yang baik, postingan instagram meliputi kandungan pesan foto, deskripsi produk dan informasi yang mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan atau membeli produk dari Base Camp *Outdoor* Baturaja.

Base Camp *Outdoor* Baturaja adalah salah satu industri kreatif di bidang perdagangan dan jasa yang memasarkan produknya melalui media sosial Instagram, Base Camp *Outdoor* Baturaja menawarkan produk penyewaan alat *outdoor* seperti tenda, tas carrier, kompor dan lain-lain. Base Camp *Outdoor* Baturaja juga tidak hanya menawarkan penyewaan alat *outdoor* namun menjual beberapa produk seperti, gelang, kalung, carabiner, dan produk lainnya. Selain Base Camp *Outdoor* Baturaja masih banyak akun yang menyediakan sewa alat *outdoor* dan menjual alat *outdoor* lainnya yang ada di Baturaja, untuk itu owner Base Camp *Outdoor* Baturaja dituntut untuk mempunyai strategi dalam memasarkan produk agar masyarakat tertarik untuk menggunakan jasa sewa alat *outdoor* dan menjual produk mereka. Kenyataannya di Baturaja, masyarakat masih banyak yang belum mengenal Base Camp *Outdoor* Baturaja dan masih bingung dalam mencari sewa alat *outdoor*. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik ingin melakukan penelitian

mengenai “**Strategi Komunikasi Pemasaran Base Camp *Outdoor* Baturaja Dalam Menarik Minat Konsumen**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran Base Camp *Outdoor* Baturaja dalam menarik minat konsumen ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Base Camp *Outdoor* Baturaja dalam menarik minat konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai kajian untuk pembelajaran ilmu komunikasi khususnya komunikasi pemasaran, dan juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memahami komunikasi pemasaran di Base Camp *Outdoor* Baturaja untuk kelangsungan dalam pemasaran yang telah ada.

