

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) setiap saat, setiap waktu bersamaan dengan ilmu pengetahuan selalu ada perkembangan yang baru kita tidak pernah tahu bahwa saat ini, kita telah memasuki era dimana teknologi informasi di masyarakat tidak hanya di level individu, komunitas, kelompok, maupun organisasi. Tetapi sudah menjadi media komunikasi untuk penyampaian kesepakatan bersama dalam memecahkan permasalahan. Teknologi Informasi dan Komunikasi berkembang seiring dengan tingkat kebutuhan manusia semakin modern pula teknologi.

Pada saat ini teknologi sudah mengalami perkembangan yang luar biasa pesat dan canggih. Banyak hal dari berbagai sector telah memakai teknologi untuk mempermudah masyarakat dalam hal mengetahui berbagai informasi dalam maupun luar negeri secara instan, seperti internet. Diera revolusi 4.0 atau yang dikenal masyarakat Indonesia dengan era millenials sudah mengetahui cara penggunaan internet terutama media sosial dari rentang usia anak anak, remaja, hingga dewasa tak jarang masyarakat Indonesia saat ini yang tidak mengenal media sosial. Penelitian membuktikan bahwa masyarakat Indonesia menghabiskan sebagian waktunya untuk bermain sosial media, media sosial seperti candu yang tak bias dihilangkan dari kehidupan.

Penjualan produk dengan menggunakan media sosial untuk menarik pembeli dengan memberikan informasi-informasi terkait dengan produk yang ditawarkan

kepadamasyarakat. Pemnfaatan media sosial dapat berimbas positif bagi sebuah produk. Penggunaan media sosial digunakan oleh masyarakat dalam melakukan banyak aktifitas mulai dari entertainment, melakukan bisnis, mencari info atau aktifitas lainnya.

Pengaruh media sosial saat ini menjadi fenomena dalam memberikan informasi berbagai bidak bagi perusahaan, perbankan, rumah tangga maupun online shop. Media Sosial adalah media online ( daring ) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan socialmedia online di internet. Dimedia sosial para penggunanya dapat berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, networking dan berbagai kegiatan lainnya. Kotler dan Keller(2016:642) mendefinisikan media sosial sebagai alat atau cara yang dilakukan oleh konsumen untuk membagikan informasi berupa teks, gambar, audio, dan video kepada orang lain dan perusahaan atau sebaliknya (Sugianto Putri 2018)

Komunikasi merupakan gejala yang ada sejak manusia berinteraksi satu sama lain dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dan mengembangkannya. Diwarnai dengan berbagai hubungan kekuasaan, perkembangan fenomena komunikasi dengan demikian tergantung sejauh mana perkembangan fenomena komunikasi dengan demikian tergantung sejauh mana perkembangan sumber komunikasi yaitu pesan dan informasi. Untuk mencapai komunikasi yang efektif kita memerlukan media. Berkembangnya media saat ini merupakan salah satu wujud era reformasi dan keterbukaan informasi. Salah satunya adalah Smartphone. Smartphone merupakan bagian tak terpisahkan dari perkembangan teknologi saat ini. Jenisnya pun bermacam-macam dengan berbagai fungsi yang berbeda.

Pemanfaatan media sosial mempunyai tujuan untuk meningkatkan penjualan sepeda motor Honda di Dealer Astra Motor Baturaja yang bergerak pada bidang penjualan yang selama ini menggunakan media sosial sebagai sarana promosi untuk meningkatkan penjualan perusahaan di Dealer Astra Motor Baturaja. Karena dengan menggunakan media sosial adalah cara paling efektif untuk meningkatkan penjualan. Pemilihan penggunaan Whatsapp pada penjualan ini lebih mudah dalam segi mengirim foto, video, dan dokumen dibandingkan dengan media sosial lainnya.

Dalam melakukan promosi barang menggunakan media sosial Whatsapp, sales dan konsumen dalam hal ini penjual harus menjalin komunikasi yang baik dengan para konsumennya. Komunikasi yang baik ialah dengan penyampaian pesan yang lemah lembut agar para calon pembeli merasa tertarik untuk membeli dan merasa empatik terhadap penjual. WhatsApp merupakan aplikasi pesan seluler lintas platform yang memungkinkan para penggunanya dalam bertukar pesan dan informasi dengan cepat dan mudah, karena WhatsApp menggunakan paket data internet. Pada penggunaan WhatsApp, penggunanya dapat melakukan obrolan secara online, berbagi file, musik, lokasi, bertukar foto, video, melakukan sambungan telepon jarak jauh, bahkan panggilan video dan lain sebagainya. Banyak manfaat WhatsApp bagi penggunanya, diantaranya adalah sebagai sarana penyampaian pesan dan informasi, melakukan diskusi dengan sesama pengguna media sosial WhatsApp dengan waktu yang sangat cepat, mudah, dan ekonomis. Dengan menggunakan WhatsApp percakapan yang harusnya dilakukan antar individu tidak lagi harus berhadap-hadapan atau bertatap muka secara

langsung.(Hannani 2019)

Aplikasi Whatsapp menjadi aplikasi yang sangat bermanfaat dikalangan masyarakat terutama dikalangan seorang sales marketing. Aplikasi ini digunakan untuk sarana komunikasi antara konsumen dan seorang sales marketing. Pemanfaatan whatsapp bagi sales marketing sangatlah berarti terutama saat ada konsumen yang ingin mengajukan atau melakukan pembelian sepeda motor Honda di Dealer Astra Motor Baturaja, Karena dengan Whatsapp konsumen bisa mengirimkan data dan persyaratan pembelian sepeda motor dengan cara online dan bisa melakukan transaksi dari rumah tanpa harus datang ke Dealer Astra Motor Baturaja.

Eksistensi dari Whatsapp sebagai media promosi barang jualan, menjadi peluang besar bagi sebagian dealer yang ada di kota Baturaja. Dealer yang tidak dapat bersaing dengan kecanggihan teknologi satu ini membuat mereka gulung tikar sebab kecenderungan masyarakat yang sudah beralih membeli sesuatu secara online dari pada langsung ke dealer. Namun dealer-dealer jualan yang dapat memanfaatkan teknologi yang ada kistru akan lebih meningkat dari sebelumnya baik itu dari jumlah pesanan ataupun pelanggan. Hanya dengan bermodalkan Whatsapp dan pendeskripsian barang yang mereka jual dengan bagus dan unik maka akan menarik minat dan perhatian Costumer untuk membelinya. Salah satu dealer yang dapat mempertahankan eksistensinya di tengah populernya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ialah Dealer Astra Motor Baturaja yang bertempat di Jl. Dr. M Hatta Lintas Sumatera, Baturaja, Kec. Baturaja Timur, Kabupaten Ogan Komering Ulu, Sumatera Selatan. Dealer ini tetap

memiliki lapak jualan namun memanfaatkan Whatsapp untuk mempromosikan barang jualannya. Alih-alih menggunakan Facebook atau media lain, dealer ini lebih memilih Whatsapp untuk mempromosikan barang jualannya, karena di anggap lebih praktis, mudah dan lebih hemat.

Berdasarkan uraian diatas, Karena penulis merasa dengan menggunakan aplikasi Whatsapp lebih mempermudah sales marketing berkomunikasi dengan para konsumennya, dibandingkan menggunakan media sosial yang lain nya. penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Analisis Komunikasi Media Sosial Whatsapp Sebagai Sarana Komunikasi Penjualan Motor Honda di Dealer Astra Motor Baturaja.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Uraian diatas maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut : Bagaimana Pengaruh WhatsApp yang digunakan sebagai Media penghubung antara para marketing Dealer Astra Motor Baturaja dengan parakonsumennya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan tentang Pemanfaatan WhatsApp yang digunakan sebagai Media penghubung antara para marketing Dealer Astra Motor Baturaja dengan para konsumennya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Penelitian diharapkan mampu memberikan masukan agar perkembangan teknologi komunikasi khususnya media sosial WhatsApp dapat dimaksimalkan dalam meningkatkan penjualan didunia marketing
2. Sebagai bahan masukan dan sumbangan pemikiran bagi para pengkaji masalah ilmu komunikasi khususnya bidang konsentras Broadcasting(BR) yang berminat meneliti masalah yang sama, dan sebagai bahan perbandingan.
3. Bagi peneliti selanjutnya , penelitian ini diharapkan dapat menjadi reprensi peneliti selanjutnya tentang pengaruh pemanfaatan media sosial WhatsApp sebagai sarana komunikasi antara para marketing dan konsumennya