

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Media online merupakan salah satu media yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi para pengguna media online. Media online saat ini menjadi sarana komunikasi online yang banyak diminati, dengan tujuan untuk mengakses berbagai informasi yang ada, sesuai dengan kebutuhan masing-masing para pengguna media online.

Pengguna media online saat ini tak bisa lepas dari media online, karena adanya berbagai keunggulan yang memberikan kemudahan bagi penggunanya, sehingga hal itu membuat pengguna media online yang setiap harinya bertambah.

Berikut adalah salah satu berita yang dimuat dimedia online :

Jakarta Kominfo – Kementerian Komunikasi dan Informatika (kemenkominfo) mengungkapkan penggunaan internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang dari angka tersebut 95 persenya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial.<sup>1</sup>

Jejaring sosial yang merupakan bagian dari media online, kini telah menjadi hal yang sangat penting dalam dunia komunikasi, mengingat bahwa media online kini merupakan sarana komunikasi online yang sangat mudahnya komunikasi berjalan secara langsung tanpa harus bertatap muka, yang memberikan kemudahan bagi

---

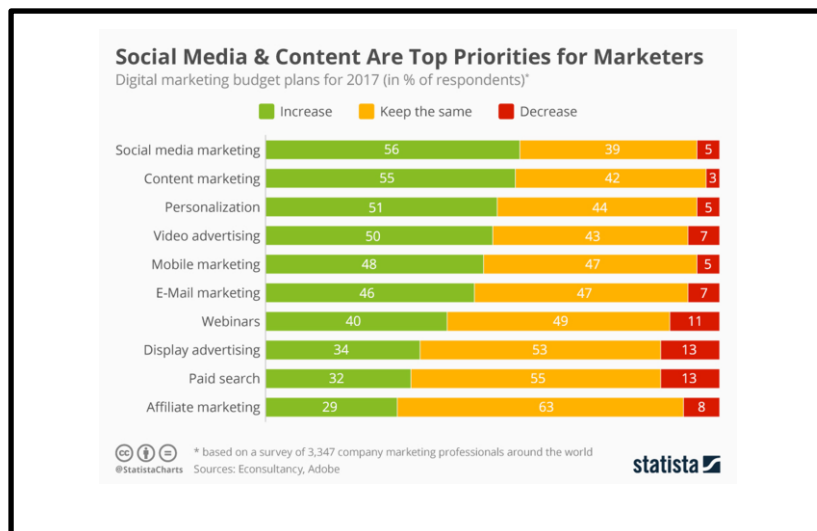
<sup>1</sup>[https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker) (Akses 6 November 2017 Pukul 15:04)

penggunanya untuk menciptakan hal baru dan kini menjadi hal yang diprioritaskan oleh penggunanya saat ini.

Saat ini, media online menjadi hal yang diprioritaskan oleh masing-masing orang yang menjadi penggunanya, karena pada dasarnya media online memberikan banyak kemudahan sebagai sarana komunikasi online, salah satunya menjadi prioritas utama media online yaitu oleh para pembisnis online, yang menjadikan media online sebagai alat pemasaran yang sangat mendukung untuk hal memasarkan atau mempromosikan produk, dilihat dari data “statista”.<sup>2</sup>

**Gambar 1.1**

### **Konten Media Sosial Sebagai Prioritas Utama Bagi Pemasar**



Di lihat dari data diatas yang merujuk pada data “statista” media online memiliki hal yang unggul dalam dunia pemasaran, karena banyaknya pengguna

<sup>2</sup> <https://www.statista.com/chart/8216/digital-marketing-spending-plans/> (Akses 6 November 2017 Pukul 15:06)

media online yang memanfaatkan media online sebagai alat pemasaran, yang sangatlah mudah untuk mempromosikan produk yang ingin dipasarkan. Sehingga media online kini menjadi alat pemasaran yang modern saat ini, yang banyak dimanfaatkan oleh pengguna media online dalam dunia pemasaran.

Dunia pemasaran saat ini semakin modern dengan adanya media online yang dimanfaatkan sebagai alat pemasaran produk. Salah satu media online yang dimanfaatkan sebagai alat pemasaran produk ialah media online instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk milik instagram sendiri.<sup>3</sup>

Dengan menggunakan akun instagram inilah, para penggunanya dapat saling mengirim foto yang dapat pula dilihat oleh orang lain. Selain itu, keunggulan instagram ialah dengan hanya menjadi pengikut akun pengguna lainnya atau memiliki pengikut instagram, dengan kemudian komunikasi antara sesama pengguna instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya.

Berbagai keunggulan dan kemudahan yang dimiliki oleh akun instagram inilah, yang dimanfaatkan oleh banyak para pembisnis online untuk memasarkan produk mereka, karena mereka melihat instagram mampu membantu mereka untuk memasarkan produk dengan cara mengupload foto barang ke dalam akun

---

<sup>3</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> (Akses 17 Maret 2017 Pukul 14:11)

instagram. Sehingga secara tidak langsung instagram mampu membuat dunia pemasaran berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh para pembisnis online, halnya dalam dunia pemasaran.

Berbicara soal pemasaran, tentunya ada hal yang perlu kita perhatikan yakni komunikasi pemasaran, dalam komunikasi pemasaran penjual/perusahaan diuntut harus mengkomunikasikan produk/barang, agar dapat meyakinkan konsumeny

a. Dengan cara melakukan pertukaran informasi dua arah antara pihak-pihak terlibat, dalam hal ini ada penjual dan pembeli. Penjual dan pembeli dalam komunikasi pemasaran keduanya merupakan hal yang sangat mendukung atau memiliki peran penting dalam berjalanya sebuah pemasaran, seperti saat ini dunia pemasaran lebih banyak memanfaatkan media online untuk memasarkan produk.

Salah satu pemasaran produk yang memanfaatkan media online instagram ialah pemilik akun instagram T3stoore. T3stoore merupakan akun yang menjual berbagai macam produk/barang dengan memanfaatkan media online sebagai wadah dalam memasarkan produknya, karena menurut pemilik akun instagram T3stoore instagram mampu membuat pemasaran produk berjalan sesuai dengan apa yang ia inginkan, dan menarik minat beli konsumen, yang saat ini ia melihat bahwa media online instagram banyak diminati oleh para pengguna media online. Tentu hal itu membuat pemlik akun Instagram T3stoore lebih ingin mempromosikan produknya melalui media online instagram.

Cara pengguna akun instagram T3stoore dalam memasarkan produknya yakni, dengan mengupload setiap barang yang akan dijualnya, dan barang tersebut diupload

setiap hari. Dengan adanya pemasaran produk melalui instagaram ini, pemilik akun T3stoore memiliki keuntungan yang bisa kategorikan banyak dalam hal dunia pemasaran, dibandingkan sebelum menggunakan media online. Sehingga pemilik akun instagaram T3stoore ini lebih tertarik untuk memasarkan produknya melalui media online instagaram.

Selain itu setiap yang membeli produk, pemilik akun instagaram T3stoore ini membuat salah satu cara agar konsumennya tetap mengambil produknya yaitu dengan cara *free* ongkir atau ongkos kirim untuk konsumen yang berada di Kota Gorontalo, dan juga setiap produknya memiliki harga yang mudah dijangkau. Dengan cara tersebut pemilik akun instagaram ini memperoleh konsumen yang sering membeli produknya.

Dengan berbagai adanya persaingan dalam bidang bisnis saat ini, khususnya dalam bidang pemasaran produk, hal ini yang memicu banyaknya bermunculan akun-akun penjualan barang melalui media online, salah satunya T3stoore dalam akun media instagaram seperti yang telah dijelaskan diatas. Hal inilah yang menjadi faktor peneliti tertarik untuk memilih judul Persepsi Konsumen Pada Pemasaran Produk Melalui Media Online dalam hal ini konsumen pada akun instagaram T3stoore.

T3stoore saat ini, sudah tergolong dalam akun penjual barang online yang memiliki pengikut dengan jumlah pengikut 1655 (dilihat pada tanggal 12 mei 2017) sehingganya, para pengikut inilah yang menjadi pembeli ataupun konsumen terhadap produk yang di upload oleh pengelola akun T3stoore. Jumlah kiriman barang yang telah di upload oleh pengelola akun T3stoore dari tahun 2013 hingga tahun 2017

mencapai 13635 (dilihat pada tanggal 12 mei 2017) kiriman dan telah memiliki 50 konsumen tetap.

Konsumen sendiri pasti memiliki persepsi ataupun pandangan yang berbeda-beda, pada pemasaran produk melalui media online. Dalam hal ini, seperti dalam pemasaran produk yang dilakukan oleh pemilik akun T3stoore melalui media online instagram, setiap konsumennya memiliki persepsi yang berbeda-beda. Hal ini tentu menarik untuk dikaji, dan juga untuk lebih memberi pengetahuan bagi peneliti. Seperti yang kita ketahui saat ini, lebih banyak orang-orang tertarik melakukan pembelian suatu produk melalui media online.

Dengan melihat hal tersebut, peneliti tertarik pada “Konsumen pada akun instagram T3stoore di Kota Gorontalo” yang memiliki persepsi yang berbeda-beda pada pemasaran produk melalui media online.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan rumusan judul **“Persepsi Konsumen Pada Pemasaran Produk Melalui Media Online”** (Studi Deskriptif Konsumen Pada Akun Instagram @T3stoore di Kota Gorontalo)

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dengan melihat uraian diatas maka peneliti merumuskan masalah yakni: **Bagaimana Persepsi Konsumen Pada Pemasaran Produk Melalui Media Online?** (Studi Deskriptif : Konsumen Pada Akun Instagram @T3stoore di Kota Gorontalo).

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini, Peneliti memiliki tujuan yakni, untuk mengetahui bagaimana Persepsi Konsumen T3store di Kota Gorontalo Pada Pemasaran Produk Melalui Media Online instagram.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### 1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan atas sumbangan dalam kajian ilmu komunikasi khususnya dalam komunikasi pemasaran.

#### 2. Secara Praktis

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan wawasan serta masukan bagi pengguna media online dalam melakukan pemasaran produk melalui media online instagram.