

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Sekarang ini banyak kegiatan penunjang sebuah pemasaran salah satunya dengan mengadakan iklan dan kegiatan promosi. Promosi merupakan aspek penting dalam keseluruhan misi serta penentu pemasaran. Pelaku usaha perlu menyusun strategi promosi demi kepentingan jalannya roda perusahaan.

Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya yang membujuk konsumen agar dapat mempengaruhi, menarik minat agar konsumen membeli produknya. Jadi perusahaan diharuskan harus dapat mengkomunikasikan suatu promosi produknya agar dapat meyakinkan konsumennya.

Strategi promosi merupakan salah satu proses awal dalam rangka mengenalkan produk kepada konsumen dan ini menjadi sangatlah penting karena berhubungan dengan keuntungan-keuntungan yang akan di peroleh perusahaan. Strategi promosi akan bisa berguna dengan optimal bila didukung dengan perencanaan yang terstruktur dengan baik.

Perusahaan harus dapat merancang strategi promosi yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satu tujuan perusahaan adalah dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan produk atau jasanya. Oleh karena itu menarik perhatian konsumen sangatlah penting untuk dapat menarik pasar untuk melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Keberhasilan strategi perusahaan dalam memperkenalkan produknya di pengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya yaitu dengan memilih promosi yang tepat.

Perkembangan media sosial sekarang ini semakin banyak dan semakin digemari masyarakat luas, banyaknya fungsi dan penggunaan media sosial yang semakin menjamur dimasyarakat mendorong para pengusaha untuk membuat usaha dalam media sosial ini.

Salah satu peluang usaha yang digemari sekarang ini adalah bisnis media online, yang sangat membantu mempermudah para konsumen yang sibuk untuk berbelanja kebutuhan tanpa harus berpergian ketempat barang yang akan kita cari

Para pengusaha yang ingin membuka lapangan bisnisnya harus tepat dalam menentukan media untuk mengiklankan produknya. Sekarang ini masyarakat sangat menggemari salah satu media yang menyajikan *fiture* gambar yang menarik serta fasilitas yang memudahkan untuk berkomunikasi secara langsung dengan palanggannya yaitu Instagram.

Instagram merupakan media sosial yang belakangan ini menjadi fenomena di kalangan pelaku usaha Online, dengan *fiture* bergambar yang memudahkan calon konsumennya memilih produk yang dicari dan diinginkan karena instagram memiliki kekuatan yang lebih dibandingkan dengan sosial media lainnya karena terfokus dengan *image visual*, selain itu *visual* atau *image* juga lebih mudah di cerna oleh masyarakat dibandingkan dengan *text*.

Lalu di dalam Instagram ada *fiture* populer page yaitu *Fiture* ini memungkinkan user yang tidak memfollow akun kami bisa mengetahui keberadaan akun Instagram kami, yang dimaksud *fiture* populer page disini adalah suatu halaman instagram yang menyajikan rekomendasi akun atau konten yang sedang populer di network user.

Postingan anda akan muncul di *search & explore (popular page)*, sehingga para pengguna Akun lainnya yang tidak memfollow Akun Dagelan pun bisa melihat Akun kami dengan *fiture* ini, sehingga dalam mempromosikan iklan berbayar yang Akun Dagelan buka sangat tepat dalam memilih Instagram sebagai media untuk promosi iklan berbayar ini. Dengan proses jual beli yang dilakukan secara online memudahkan calon konsumennya dalam berinteraksi lebih praktis

Salah satu pelaku usaha yang bergerak dibidang iklan dan promosi online adalah Akun Dagelan. Dagelan merupakan sebuah Akun yang menyajikan konten informasi mengenai gambar lucu yang digemari anak-anak, remaja, serta orang dewasa

Sebelum bernama Dagelan akun ini bernama *path_indo*, asal usul nama *path_indo* berawal dari lawakan dengan gambar truk aja gandengan masa kamu masih sendirian, dari bercandaan yang di *upload* di *Social Media* ini akhirnya

Akun Dagelan ramai dibicarakan orang, dengan konten-konten yang lucu dan menarik akhirnya banyak masyarakat pengguna Instagram yang tertarik untuk *memfollow* akun ini.

Akun *path_indo* dibuat di bulan januari 2014 dengan konsep memberikan konten lucu/ humor yang sedang digemari atau sedang *trend*. Seiring berjalannya waktu akhirnya *path_indo* mendapatkan respon yang sangat bagus dari *user* Instagram di indonesia. Dengan penambahan *followers* yang termasuk pesat, dan mulai muncul beberapa kompetitor maupun duplikator, akhirnya pihak *path_indo* memutuskan untuk mengganti nama atau *rebranding* *path_indo* menjadi Dagelan.

Dengan nama baru, konsep baru dan munculnya karakter baru dari Akun Dagelan, Akun Dagelan ingin tetap mempertahankan eksistensinya di Instagram .

Akun Dagelan merupakan salah satu Akun Instagram dengan jumlah *followers* lebih dari 8,4 M++ yang artinya *followers* Akun Dagelan mencapai 8,4 juta pengguna Instagram yang *memfollow* Akun Dagelan ini. Jumlah *followers* ini masih terus bertambah setiap harinya. Dengan jumlah yang sedemikian banyak akhirnya Akun Dagelan membuka promosi iklan berbayar untuk para pelaku usaha *Online Shop* dan *Event Organizer* yang ingin di promosikan Akunnya.

Dengan layanan promosi iklan berbayar ini Akun Dagelan akan menampilkan kelebihan-kelebihan dari gambar dan jenis produk barang atau jasa beserta dengan kata-kata promosi untuk para *Online Shop* dan *Event Organizer* yang ingin beriklan.

Akun Dagelan sendiri memiliki kompetitor yaitu Meme komik indonesia. Meme komik indonesia juga memiliki konten yang hampir sama dengan Akun Dagelan yaitu sama-sama menyajikan konten gambar yang lucu disertai kata-kata yang lucu dan menarik yang membuat pembacanya tertawa

Meme komik indonesia sendiri memiliki *followers* 1,3 M ++ yang artinya Akun Meme komik indonesia ini memiliki *followers* 1,3 juta pengguna Akun Instagram yang *memfollow* Akun inidan setiap harinya *followers*nya masih terus bertambah

Perbedaan *followers* yang sangat jelas ini membuktikan bahwa masyarakat lebih tertarik *memfollow* Akun Dagelan ketimbang Akun Meme komik indonesia. Walaupun Akun Dagelan dan Akun Meme komik Indonesia mempunyai konten

lelucon yang hampir sama tetapi konten Akun Dagelan yang lebih *uptodate* dan menggunakan kejadian-kejadian yang unik yang sedang dibicarakan masyarakat luas menjadikan Akun Dagelan lebih menarik dihati masyarakat Indonesia ketimbang Akun Meme komik Indonesia.

Fenomena banyaknya masyarakat yang tertarik untuk mengetahui apa saja yang ada di Akun Dagelan ini bahkan mengalahkan *followers* artis yang sangat terkenal di Indonesia yaitu Raffi Ahmad, Raffi Ahmad sendiri memiliki *followers* Instagram 6,5 M ++ yang artinya ia memiliki *followers* 6,5 juta pengguna Akun Instagram yang memfollow Akunnya dan setiap hari jumlah *followers*nya masih terus bertambah. Ini menunjukkan bahwa Akun Dagelan ini menjadi fenomena yang menarik di mata masyarakat.

Dengan *followers* yang sangat banyak ini akhirnya Akun Dagelan membuka promosi iklan berbayar ini. Promosi yang menarik dalam membuka promosi iklan berbayar ini membuat para konsumen yang melihat iklan ini merasa tertarik untuk membeli barang yang di iklankan oleh Akun Dagelan ini.

Para *Online Shop* yang mau beriklan di Akun Dagelan juga dimudahkan dengan *future* kontak email yang ada di *bio profile* Akun Dagelan, lalu para *OnlineShop* maupun *Event Organizer* dapat menanyakan melalui kontak *email* mengenai syarat dan ketentuan untuk beriklan dan berapa besar *fee* atau bayaran yang dikeluarkan konsumen yang ingin beriklan. Maka ketika konsumen yang ingin beriklan sudah mentransfer bayaran untuk satu kali beriklan maka barulah proses pengiklanan dimulai.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana strategi Akun Dagelan dalam mempromosikan iklan berbayar di Instagram?”

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini diberi judul “**Strategi Akun Dagelan dalam Mempromosikan Iklan Berbayar di Instagram “ ?**

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang di rumuskan maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang di gunakan Akun Dagelan dalam mempromosikan iklan berbayar lewat media Instagram.

I.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoristis

Kegunaan teoristis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian lebih lanjut mengenai masalah yang sejenis yang diharapkan dapat menunjang perkembangan dalam Ilmu Komunikasi dengan kosentrasi periklanan dalam membuat strategi promosi iklan berbayar di Instagram.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat dari penelitian ini diharapkan memberikan masukan kepada pihak pelaku digital campaign dalam mempromosikan iklan berbayar di Instagram.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, maanfaat dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan teori yang menjadi landasan pokok permasalahan yaitu teori komunikasi, teori periklanan, teori strategi promosi , teori tujuan promosi, teori proses promosi , teori new media

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai pendekatan metode penelitian, penentuan Key Informan dan Informan, metode pengumpulan data, teknik analisis data, teknik

keabsahan data, fokus penelitian serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang profile perusahaan, hasil penelitian dan pembahasan

BAB V KESIMPULAN

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dan saran dalam penelitian

DAFTAR PUSTAKA

Berisi judul buku, jurnal dan bahan-bahan penerbitan lainnya yang dilengkapi dengan tahun terbit, nama pengarang dan informasi seputar berbagai sumber yang digunakan.

