BAB I

PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang Masalah

Kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian jasa dalam rangka memenuhi harapan pelanggan. Kualitas juga berhubungan dengan para karyawan yang secara langsung tampak dan berhubungan dengan pemakai jasa, sehingga perbaikan kualitas pelayanan juga menuntut adanya perbaikan dari karyawan. Perusahaan akan sangat beruntung apabila dapat mengetahui apa yang diinginkan konsumen atas produknya. Hal tersebut merupakan informasi yang sangat berharga yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap perusahaannya. Selain itu juga berguna bagi perusahaan untuk memahami dan kemudian berusaha untuk memenuhi semua semua kenginan konsumen. Diharapkan juga pihak perusahaan dapat menentukan kebijkan-kebijakan dalam strategi memasarkan produknya dan untuk menghadapi para pesaingnya.

Usaha pangkas rambut merupakan usaha yang bergerak di salah satu bidang produk jasa murni, artinya produk yang ditawarkan hampir semua berupa jasa dan pelayanan. Praktek pemotongan rambut pada pria (barbershop) berawal dari Wilayah Macedonia sekitar 400 tahun sebelum masehi lalu menyebar ke Mesir dan daerah-daerah lainnya. Kata “barber” berasal dari bahasa latin “barba” yang artinya janggut. Bangsa pertama yang mengklaim dirinya paling ahli dalam jasa pelayanan pemotongan rambut adalah bangsa Roma sekitar 296 tahun sebelum masehi (Wijaya 2011 : 3).

Bangsa Roma maupun Mesir, barbershop memiliki reputasi yang kurang baik karena orang-orang elit/ kelas atas pada waktu itu memiliki tukang pangkas rambut pribadi. Pada masa itu, janggut pada lelaki menjadi symbol kekuatan dan intelegensi sehingga harus dirawat dengan baik dan teratur. Kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspetasi pelanggan (Wijaya 2011 : 4).

Seiring pertumbuhan zaman dan meningkatnya taraf hidup masyarakat, maka gaya hidup masyarakat pun akan semakin berkembang. Hal ini membuat masyarakat semakin peduli dengan penampilan dan berlomba-lomba untuk memperbaiki

UPN "VETERAN" JAKARTA

penampilan mereka baik dari segi penampilan maupun gaya rambut yang mengikuti tren. Umumnya, hanya kaum perempuan yang dikenal suka menganti gaya rambut, namun sekarang kaum laki-laki pun juga peduli dengan gaya rambut. Barbershop telah menjawab kebutuhan kaum laki-laki yang enggan memotong rambut dipinggir jalan dikarenakan kurang nyaman, selain itu dengan mereka yang enggan datang kesalon karena takut dianggap feminim.

Kualitas pelayanan yang optimal akan membuat usaha pangkas rambut lambat laun akan berkembang dengan sendirinya. Untuk menarik perhatian pelanggan/konsumen dalam membuat keputusan untuk menggunakan jasa yang di tawarkan oleh barber shop, maka dari itu Barber shop harus pula memberikan layanan yang berkualitas kepada pelanggan. Layanan yang berkulitas dibutuhkan dalam BarberShop untuk memenangkan pasar dalam dunia persaingan.

Bisnis barbershop saat ini sangat menjamur di seluruh dunia, tidak terkecuali di Indonesia, karena bisnis babershop sangat menjanjikan dan menjadi peluang bisnis untuk kaum muda. Bisnis babershop marak juga di wilayah Margonda salah satunya adalah Barbershop Bronze, dimana babershop Bronze ini tidak kalah saing dengan barbershop yang lainnya karena sudah banyaknya peminat atau pelanggan yang puas dengan jasa barbershop Bronze. Babershop di wilayah Depok sebanyak 7 (Tujuh) Barbershop, yaitu Luxo Barbershop, Akayo Barbershop, Odysen yaitu Boxer Barbershop, Kleemis Barbershop, Better Barbershop. Dimana jarak antara satu babershop dengan babershop lainnya sekitar 1-3 km. Keseluruhan tempat tersebut memiliki keunggulan dan daya tarik tersendiri dari keunggulan dan kenyamanan yang diberikan kepada para calon customer yang menggunakan jasa barbershop tersebut. Berikut ini dapat dijelaskan beberapa kompetitor Barbershop yang berada di kawasan Margonda Depok. (Tabel 1):

UPN "VETERAN" JAKARTA

Tabel 1. Perbandingan Barbershop di Depok

No	Nama Barbershop	Media			Fasillitas		Hairstylist		Pengunjung per Bulan
		Instagram Followers	*Youtube Subscribe*	*Facebook Followers*	*Wifi*	Saran a-prasarana	Bersertifikat	Berkompetensi	
1	Barbershop Bronze	Ada 4.504	Ada 150	Ada 1,405	Ada	Lengkap	Ada	Ada	280 Orang
2	Luxo Barbershop	Ada 2.262	Ada 140	Tidak ada	Ada	Lengkap	Ada	Ada	265 Orang
3	Better Barbershop	Ada 535	Tidak ada	Tidak Ada	Ada	Tidak lengkap	Ada	Ada	200 Orang
4	Kleemis Barbershop	Ada 245	Tidak ada	Ada 500	Ada	Tidak lengkap	Ada	Ada	180 Orang
5	Odysen Barbershop	Ada 1.500	Tidak ada	Ada 750	Ada	Tidak lengkap	Ada	Ada	260 Orang
6	Akayo Barbershop	Ada 1.316	Tidak ada	Tidak ada	Ada	Lengkap	Ada	Ada	240 Orang
7	Boxer Barbershop	Ada 353	Tidak ada	Tidak ada	Ada	Tidak lengkap	Ada	Ada	195 Orang

Sumber: Olah data peneletian

Tabel 1 menunjukan bahwa Barbershop Bronze lebih memiliki kelebihan dari kompetitor yang lain, kali ini dapat dijelaskan bahwa, Barbershop Bronze dalam melakukan promosi melalui media *Instagram* dengan *followers* mencapai 4.504 *followers*, sedangkan *youtube* Barbershop Bronze mempunyai Subscribe mencapai 150 dan *facebook* mempunyai *followers* mencapai 1.405, sedangkan fasillitas seperti wifi dan saran-prasananya lengkap, *Hairstylist* yang dipakai Barbershop Bronze mempunyai sertifikat dan berkompetensi, banyaknya pengunjung dalam sebulan ada 300 (tiga ratus) orang pengunjung yang menggunakan jasa Barbershop Bronze.

Luxo Barbershop dalam melakukan promosi melalui media *Instagram* dengan f*ollowers* mencapai 2.262, dan sedangkan youtube Luxo Barbershop mempunyai Subscribe mencapai 140, sedangkan fasillitas menyediakan Wifi gratis dan sarana prasarana tidak lengkap, *Hairstylist* yang di pakai Luxo Barbershop mempunyai sertifikat dan berkompetensi, banyaknya pengunjung ada 265 (dua ratus enam puluh lima) orang dalam sebulan yang menggunakan jasa Luxo Barbershop.

UPN "VETERAN" JAKARTA

Better Barbershop dalam melakukan promosi hanya melalui media *Instagram* dengan *followers* mencapai 535, sedangkan fasillitas menyediakan *Wifi* gratis dan sarana prasarana tidak lengkap, *Hairstylist* yang di pakai Better Barbershop mempunyai sertifikat dan berkompetensi, banyaknya pengunjung ada 200 (dua ratus) orang dalam sebulan yang menggunakan jasa Better Barbershop.

Kleemis Barbershop dalam melakukan promosi melalui media *Instagram* dengan *followers* mencapai 245, dan *facebook* mempunyai *followers* mencapai 500 , sedangkan fasillitas menyediakan *Wifi* gratis dan sarana prasarana tidak lengkap, *Hairstylist* yang di pakai Kleemis Barbershop mempunyai sertifikat dan berkompetensi, banyaknya pengunjung ada 180 (seratus delapan puluh) orang dalam sebulan yang menggunakan jasa Kleemis Barbershop.

Odysen Barbershop dalam melakukan promosi melalui media *Instagram* dengan *followers* mencapai 1.500, dan *Facebook* mempunyai *followers* mencapai 750, sedangkan fasillitas menyediakan Wifi gratis dan sarana prasarana tidak lengkap, *Hairstylist* yang di pakai Odysen Barbershop mempunyai sertifikat dan berkompetensi, banyaknya pengunjung ada 260(dua ratus enam puluh) orang dalam sebulan yang menggunakan jasa Odysen Barbershop.

Akayo Barbershop dalam melakukan promosi hanya melalui media *Instagram* dengan *followers* mencapai 1.316, sedangkan fasillitas menyediakan *Wifi* gratis dan sarana prasarana tidak lengkap, *Hairstylist* yang di pakai Akayo Barbershop mempunyai sertifikat dan berkompetensi, banyaknya pengunjung ada 240 (dua ratus empat puluh) orang dalam sebulan yang menggunakan jasa Akayo Barbershop.

Boxer Barbershop dalam melakukan promosi melalui media *Instagram* dengan *followers* mencapai 353, sedangkan fasillitas menyediakan *Wifi* gratis dan sarana prasarana tidak lengkap, Hairstylist yang di pakai Boxer Barbershop mempunyai sertifikat dan berkompetensi, banyaknya pengunjung ada 195 (seratus sembilan puluh lima) orang dalam sebulan yang menggunakan jasa Boxer Barbershop.

Barbershop Bronze lebih memiliki kelebihan dari kompetitor yang lain, kali ini dapat dijelaskan bahwa Barbershop Bronze mempunyai fasilitas yang nyaman dan lengkap, memiliki *Hairstylist* yang bersertifikat dan berkompeten. Dapat dilihat gambar dibawah ini.

Sumber: Instagram Barbershop Bronze

Gambar 1. Fasilitas Barbershop Bronze

Barbershop Bronze (gambar 1) memiliki fasilitas yang nyaman, luas, bersih, dan rapih di dalamnya, disamping itu Barbershop Bronze juga menyediakan berbagai alat *haircut* yang lengkap dan mempunyai fasilitas pendukung seperti menyediakan WiFi gratis hingga menyediakan *game playstation.*

Sumber: Instagram Barbershop Bronze

Gambar 2. Pelayanan Barbershop Bronze

Gambar 2 dapat dijelaskan bahwa Barbershop Bronze memiliki Hairstylist yang bersertifikat dan berkompeten, hal ini yang menjadi kelebihan dari Barbershop Bronze dengan Barbershop yang lain. Sehingga para customer puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Barbershop Bronze tersebut.

Sumber: Instagram Barbershop Bronze

Gambar 3. Suasana Barbeshop Bronze

Gambar 3 dapat dijelaskan dengan adanya *Hairsylist* yang bersertifikat dan berkompeten serta sarana prasaranya lengkap dan tempat yang nyaman dapat membuat BarberShop yang satu ini terbilang ramai, sehingga selalu *waiting list*.

Melihat gambar 1 - 3 diatas dapat dijelaskan bahwa iklan Barbershop Bronze di instagram sangat menarik pelanggan tetap maupun calon pelanggan, sehingga peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan iklan Barbershop Bronze di media *Instagram*.

Kondisi tersebut juga akan menimbulkan persaingan antara Babershop khususnya di wilayah Depok, sehingga Barbershop Bronze harus mempertahankan *eksistensi*nya. Startegi periklanan dalam melakukan kegiatan promosi adalah melihat bagaimana pengaruh iklan barbershop Bronze pada media sosial *instagram,* proses promosi pun gencar dilakukan oleh Barbershop Bronze, salah satunya melalui media *instagram*, yaitu melakukan promosi terhadap para customer agar para customer tertarik dengan jasa dan pelayanan terbaik yang diberikan oleh Barbershop Bronze. Menurut Schindler, dalam bukunya Suhandang (2016: 14-15), periklanan adalah salah satu metode untuk memperkenalkan barang, jasa atau gagasan kepada publik .

Kegiatan promosi melalui sosial media instagram yang di lakukan Barbershop Bronze dapat dilakukan dengan bentuk memposting foto suasana keramaian dilokasi dan mempromosikan. Kegiatan promosi melalui biasanya dilakukan setiap hari tergantung pada tema promosi yang akan dilakukan. Ketika seseorang suka terhadap jasa yang telah diberikan oleh barbershop Bronze, maka ia akan memiliki kebiasaan menggunakan jasa barbershop tersebut secara terus menerus, sehingga banyak masyarakat akan kembali menggunakan jasa barbershop bronze, karna dengan adanya promosi melaluai media sosial instagram dan informasi dari seputaran Barbershop

Bronze dapat meningkatkan masyarakat untuk kembali mempercayai jasa barbershop tersebut .

Alasan peneliti meneliti masalah ini karena, terdapat fenomena yang menarik dalam kasus ini, yaitu salah satu *Eksistensi* Barbershop Bronze yang memanfaatkan inovasi terbaru dalam beriklan menggunakan media baru yaitu media sosial *instagram.* Oleh karena itu Barbershop Bronze mempromosikan produk terbarunya dan promo lainnya melalui unggahan foto di akun media sosial *instagram* miliknya yang sedang diminati masyarakat sekarang ini. Semua itu bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dari suatu merek atau jasa itu sendiri terhadap masyarakat. Dengan mempromosikan merek atau jasa meggunakan media sosial diharapkan mampu meningkatkan daya tarik yang mengacu pada pendekatan untuk menarik perhatian konsumen atau mempengaruhi perasaan mereka terhadap suatu merek dan jasa. Dalam hal ini, penulis ingin melakukan penelitan pada iklan yang dilakukan Barbershop Bronze pada akun media sosial *instagram* miliknya terhadap peningkatan daya tarik, karena penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh iklan melalui media sosial *instagram* terhadap *Brand Awareness.* Maka dari itu penulis memutuskan untuk memilih survei kepada *followers* akun *instagram* Barbershop Bronze karena para *followers* yang menjadi sasaran utama pengiklan di media sosialnya. Peneliti ini mengambil judul "**Pengaruh Iklan Barbershop Bronze Pada Media Sosial *Instagram* Terhadap *Brand Awareness*".**

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah "Seberapa Besar Pengaruh Iklan Barbershop Bronze Pada Media Sosial Instagram Terhadap *Brand Awareness*". (Survei Pada Followers Instagram Barbershop Bronze Di Margonda Depok).

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahanya yang telah dijelaskan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa besar Pengaruh Iklan Barbershop Bronze Pada Media Sosial Instagram Terhadap *Brand Awaraness.*

1.3.2 Manfaat Penelitian

Dengan deskripsi tujuan yang telah dikemukakan diatas, penelitan berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat antara lain:

a. Manfaat Akademis

   Penelitan ini diharapkan bermanfaat dan dapat di gunakan sebagai referensi dalam bidang ilmu komunikasi khusunya advertising. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan khususnya mengenai peran media sosisal (Instagram) dalam periklanan.

b. Manfaat Praktis

   Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat memberikan input bagi perusahaan khusunya penyedia jasa barbershop mengenai Pengaruh iklan media sosial (*Instagram*) dalam mempertahankan (*brand Awaraness)* agar dapat menambah pengetahuan dalam ilmu periklanan.

I.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat guna membantu peneliti mengurutkan proses penelitian kerangka ilmiah yang diharapkan bagi semua skripsi. Penelitian ini akan disusun secara sistematis mengikuti struktur yang telah ada sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang penelitian terdahulu, teori dasar, definisi konsep, kerangka berfikir dan hipotesis penlitian.

BAB III METEODOLOGI PENELITAN

Bab ini membahas tentang metode tentang kuantitatif dengan metode penelitian, populasi sample, dan metode pengumpulan data dengan data primer dan data sekunder, metode analisis kuantitatif.

UPN "VETERAN" JAKARTA

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan profil perusahaan, profil populasi, hasi penelitian,karakteristik responden, data analisis variable X, data analisis variable Y, dan teknik analisis data.

BAB V KESIMPULAN DAN PENUTUP

Bab ini berisi uraian mengenai kesimpulan dan saran yang berdasarkan hasil penilitian analisis, pembahasan analisis dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Berisikan referensi berupa buku, jurnal, website yang peneliti gunakan untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian.

LAMPIRAN

Berisi mengenai data-data pendukung untuk penelitian ini.

UPN "VETERAN" JAKARTA