

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Informasi di dapat dari media massa baik media cetak, media elektronik, maupun media *online*. Media massa merupakan teknologi modern di bidang komunikasi dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat luas dalam jumlah yang banyak. Salah satu bentuk dari komunikasi yaitu iklan yang memberi pengetahuan mengenai suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen. Iklan dibuat dengan maksud untuk membujuk atau mengajak konsumen agar tertarik dengan barang atau jasa yang ditawarkan. Dengan adanya iklan masyarakat menjadi lebih mudah mengetahui produk barang atau jasa yang dibutuhkan. Promosi juga merupakan salah satu bentuk dari komunikasi produk kepada target konsumennya. Promosi yang baik akan mempercepat proses pengenalan produk dan menjaring target konsumen dalam waktu yang singkat. Salah satu teknik dalam melakukan promosi yaitu promosi melalui media sosial, yang mana di era sekarang ini masyarakat lebih aktif di media sosial, dengan menggunakan media sosial maka promosi akan lebih cepat mengenai target sasaran. Melihat peluang promosi yang sangat bagus melalui media sosial membuat banyak orang tertarik untuk mempromosikan produknya melalui media sosial.

Mempromosikan suatu *brand* salah satunya dengan melalui media sosial yang disebut juga dengan *digital marketing*. Banyak pilihan media promosi saat ini membuat persaingan usaha semakin ketat, hal ini dimanfaatkan oleh para pengusaha baru untuk mempromosikan produk dengan memanfaatkan media sosial. Jenis-jenis media sosial yang saat ini sangat digemari oleh masyarakat diantaranya : *Facebook, Twitter, Youtube, Path, Blackberry Massanger*, serta *Instagram*, dimana masing-masing media sosial tersebut memiliki fungsi yang hampir sama serta memiliki kelebihan serta kelemahannya masing-masing dalam mempromosikan suatu produk khususnya. Fungsi lain dari penggunaan media sosial itu sendiri adalah : *branding, sharing, promotion*, dan *marketing*.

Media sosial yang sangat diminati masyarakat saat ini salah satunya adalah media sosial *instagram*. *Instagram* merupakan suatu terobosan terbaru dalam dunia periklanan yang memiliki dampak sangat baik bagi penjualan berbagai produk, mulai dari perusahaan besar sampai usaha-usaha kecil. Dengan *instagram* masyarakat dapat mengunggah atau melihat aktivitas seseorang, bukan hanya itu *instagram* sekarang ini mulai dilirik oleh masyarakat untuk mengenalkan bisnis atau usaha yang mereka miliki.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahana, Suyanto dan Amborowati (Volume 4, No.2, hlm. 85 – 174) bahwa *Social media* terbukti sukses dalam meningkatkan kemampuan bersaing sebuah usaha, berdasarkan penelitian peningkatan omzet yang dialami para responden rata-rata 104%. Dengan semakin banyaknya konsumen yang mengenal produk mereka melalui *social media* akan menjadikan produk tersebut laris dan menjadikan usaha dapat bertahan dan berkembang. Melakukan promosi melalui *social media* dapat menghemat anggaran usaha untuk keperluan promosi dan dapat dialihkan untuk memperbanyak jumlah produksi.

Melalui *instagram* pengenalan produk atau jasa yang ingin ditawarkan kepada konsumen akan lebih mudah mengenai sasaran, hal tersebut karena masyarakat yang ingin membeli suatu produk pada dasarnya ingin melihat bentuk dari produk yang diinginkannya. *Instagram* bukan hanya memuat gambar tetapi disamping itu para pengguna *instagram* juga dapat mengetahui detail serta informasi mengenai gambar yang dimuat. Berbagai macam khalayak dapat dijumpai sehingga jangkauannya sangat luas dan akan lebih mudah mendekati target sasaran.

Peneliti ingin meneliti salah satu produk *clothing* di Jakarta yang memanfaatkan media sosial *instagram* dalam kegiatan pemasarannya. Saat ini usaha di bidang *clothing* sangat di minati oleh para pebisnis muda, pertumbuhan usaha di bidang *clothing* di Jakarta sangat pesat melihat begitu banyaknya konsumen yang mengikuti perkembangan gaya dalam berpakaian di Indonesia khususnya di Jakarta, dengan permintaan produk yang berkualitas dan desain produk yang menarik membuat semakin banyaknya pengusaha muda untuk memenuhi keinginan tersebut.

Pertumbuhan usaha di bidang *clothing* bisa dilihat dari banyaknya distro-distro yang ada di Jakarta, dengan konsep yang menarik, unik, serta berbeda satu sama lain. Semakin berkembangnya gaya hidup khususnya gaya dalam berpakaian masyarakat sekarang ini semakin mendukung berkembangnya usaha di bidang *clothing* di Jakarta. Didukung lagi dengan *trend* anak remaja Indonesia khususnya remaja di Jakarta yang sangat mengikuti arus perkembangan di dunia *fashion*.

Pada perkembangannya, keberadaan usaha di bidang *clothing* (distro) saat ini tidak hanya sebagai tempat untuk mencari pakaian, namun sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat yang tinggal di perkotaan, khususnya Jakarta. Masyarakat khususnya kaum remaja di Jakarta sangat tertarik dengan hal-hal yang sedang menjadi *trend* di lingkungan pergaulannya, remaja akan merasa lebih bangga jika menggunakan sesuatu yang sedang menjadi *trend* dan dirasa menarik perhatian orang lain. Maka dari itu berbisnis di bidang *clothing* tidak terlalu sulit, hanya dengan konsep dan desain pakaian yang menarik serta berbeda dengan produk lain, distro menjadi tempat yang sering dituju bagi sebagian besar kalangan remaja di Jakarta.

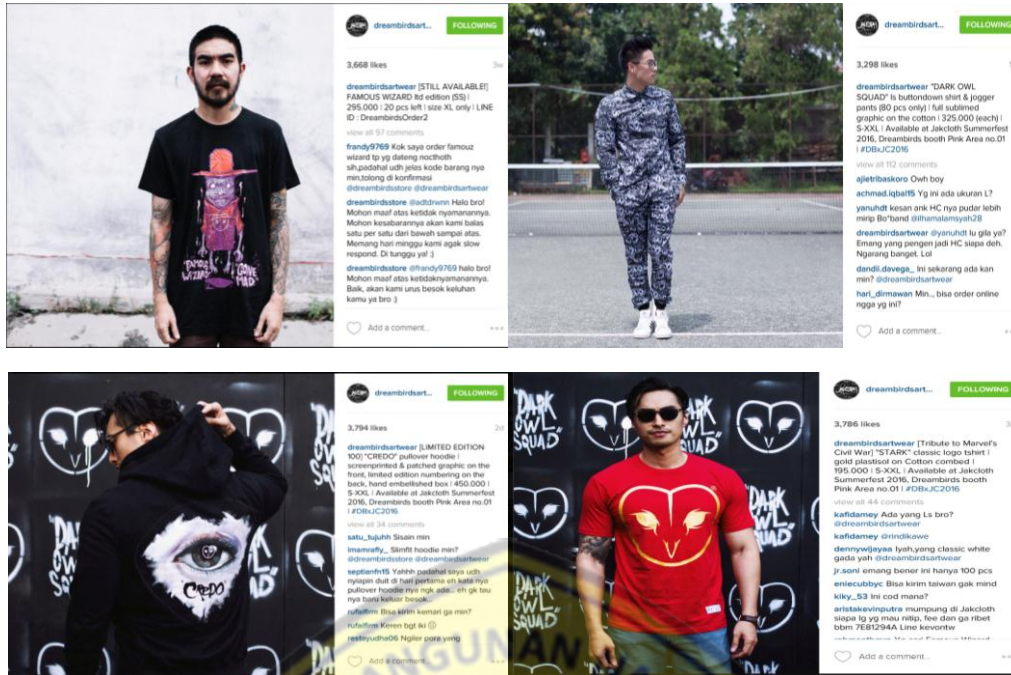
Fenomena di atas mendukung banyaknya pengusaha yang berbisnis di bidang *clothing* menjadi semakin banyak kompetitor, sehingga menjadi salah satu hal yang penting bagi produsen untuk membuat konsumen mengenali produk yang di pasarkan. Pada umumnya setiap kompetitor akan berusaha memberikan kualitas serta konsep desain yang berbeda, sehingga akan lebih menarik perhatian konsumen. Seperti salah satu distro yang ingin diteliti penulis yaitu “*Dreambirds Artwear*”. *Dreambirds Artwear* adalah merek produk pakaian dengan buatan tangan yang dilukis dan desain secara langsung oleh pemilik usaha, berfokus pada integritas, orisinalitas, dan kualitas. Yang menjadi keunggulan dari *Dreambirds Artwear* yaitu dalam mengeluarkan produk *Dreambirds Artwear* mempertahankan kualitas produk serta selalu mengeluarkan desain yang terbatas sehingga konsumen merasa bangga memiliki salah satu produk yang *limited edition*. *Dreambirds Artwear* berdiri sejak tahun 2009 dan pertama kali didirikan di Jakarta.

Dreambirds Artwear menyediakan desain yang berbeda yang dibuat secara manual, ilustrasi terampil dan lukisan cantik realisme, serta aplikasi sempurna

yang nyaman, berjumlah terbatas, membuat setiap bagian dari pakaian karya seni bernilai untuk dikoleksi dan memakai dengan bangga. *Dreambirds Artwear* bertujuan untuk menginspirasi dan menyampaikan pesan kepada semua orang untuk terlibat dalam apa yang disukai dan di terapkan dalam hidup.

Menyebarkan motivasi positif, memberikan kebahagiaan dan pencerahan dalam gaya hidup setiap orang. Setiap bulan, *Dreambirds Artwear* memproduksi pakaian dengan jumlah terbatas, mengekspresikan emosi melalui karya seni dengan sungguh-sungguh, mendedikasikan waktu untuk seni. *Dreambirds Artwear* kemudian mencetak secara manual desain kemeja, lengan panjang, *hoodies*, dan berbagai potongan pakaian lainnya. Dari sana itu akan dikirim ke pelanggan setia di seluruh Indonesia, menyebarkan kata-kata yang menjadi slogan bagi pecinta *Dreambirds Artwear* “DREAM”, “CREATE”, dan “FUTURE”. Hingga saat ini *Dreambirds Artwear* sudah memiliki cabang hampir di seluruh kota di Indonesia, dan satu-satunya *clothing* yang memiliki *fanbase* di berbagai kota yang diberi julukan “*Birdies*”. Tersebar di Jakarta, Surabaya, Madura, Bogor, dll.

Dreambirds Artwear memanfaatkan beberapa media sosial yaitu : *facebook*, *twitter*, dan *instagram*. Namun dalam aktivitas kegiatan promosi *Dreambirds Artwear* lebih aktif memanfaatkan media sosial *instagram* . *Dreambirds Artwear* memanfaatkan penggunaan media sosial *instagram* dalam melakukan promosi serta pemberian informasi terhadap produk-produk yang baru diluncurkan, dengan jumlah *followers instagram* hingga bulan april 2016 sebanyak 228.000 *followers*. *Dreambirds Artwear* memberikan informasi seputar produk baru yang akan dikeluarkan. Akun *instagram Dreambirds Artwear* memberikan informasi mengenai proses produksi, mulai dari desain hingga produk itu selesai dibuat.



Sumber: *instagram* @Dreambirdsartwear

Gambar 1 Informasi mengenai produk dan proses produksi

Followers akan lebih mudah mendapatkan informasi mengenai produk-produk terbaru yang akan dikeluarkan oleh *Dreambirds Artwear*, apabila ingin bertanya seputar produk mengenai informasi yang masih kurang diketahui *followers* dapat bertanya melalui kolom komentar dan *mention* akun *instagram* *Dreambirds Artwear* sehingga pertanyaan akan terbaca oleh akun *instagram* *Dreambirds Artwear*. Dalam akun *instagram* *Dreambirds Artwear* juga diinformasikan mengenai harga, ukuran, bahan, dan kode untuk melakukan pemesanan secara *online*. Penggunaan media sosial memberikan kemudahan yang sangat membantu aktivitas promosi dan pembelian produk, serta membuat masyarakat mengetahui tentang *brand* (*brand awareness*) secara lebih mudah dan cepat, serta lebih mudah membentuk *top of mind followers*nya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauzi (Vol. 3 No. 1, hlm. 1-15) bahwa Pemanfaatan *instagram* sebagai *social media marketing*, dalam melakukan *brand recall* kepada konsumennya dimanfaatkan Er-corner boutique dengan cara memberikan informasi seputar *fashion* dan memberikan kuis-kuis berhadiah kepada konsumen setiap sebulan dua kali serta intensnya mempostingkan foto-foto produk Er-corner boutique setiap harinya. Dengan begitu dampak yang diterima oleh Er-corner ini sangatlah besar, yang mana konsumen

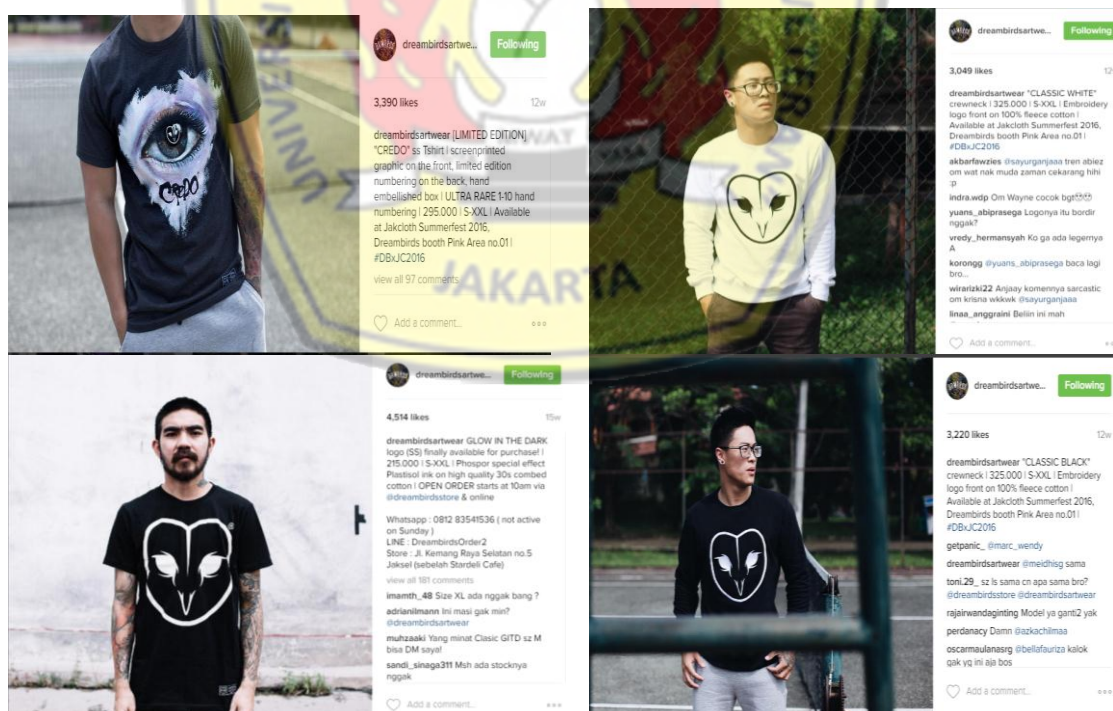
akan selalu mengingat produk *brand* Er-corner dan tentunya akan menambah jumlah *followers* serta meningkatnya hasil penjualan Er-corner.

Seiring berkembangnya *Dreambirds Artwear* dalam bidang usaha *clothing*, Ada banyak kompetitor sejenis yang bermunculan seperti: *Erigo*, *Tendencies*, *RSCH*, *Origin*. Salah satu usaha sejenis yang menjadi kompetitor *Dreambirds Artwear* yaitu *Erigo*, *Erigo* adalah suatu usaha di bidang *clothing* yang mengembangkan merek *fashion* Indonesia dengan mengusulkan kualitas tinggi dan desain untuk mendukung perjalanan konsumen dalam kebutuhan sehari-hari. *Erigo* mencoba untuk bersaing dalam perdagangan bebas internasional sebagai salah satu *brand* Indonesia di industri fashion dunia (www.erigo.com). Meskipun banyak usaha *clothing* di Jakarta, Peneliti ingin meneliti *brand Dreambirds Artwear* karena *Dreambirds Artwear* merupakan merek *brand* yang memiliki keunikan dari segi desain dan memiliki sejarah unik di awal mula dibangunnya *brand* tersebut.

Di era modern dan semakin berkembangnya teknologi seperti saat ini setiap orang ingin segala sesuatu serba instan, cepat, serta mudah, segala keinginan tersebut dibantu dengan munculnya teknologi yang memberikan kemudahan untuk merealisasikan hal tersebut. Salah satu kemudahan yang diberikan yaitu ketika orang-orang ingin berbelanja suatu barang, hanya dengan membuka dan memesan barang tersebut secara *online* melalui media sosial maupun *website* tertentu tanpa harus datang langsung ke tempat penjualan barang tersebut. Banyak hal yang menjadi pertimbangan masyarakat untuk memilih berbelanja secara *online*, bukan hanya mendapatkan keuntungan dari segi waktu saja tapi ada beberapa pertimbangan lain diantaranya yaitu, konsumen tidak perlu mengunjungi tempat penjualan baik itu toko, butik, mall, dan lain sebagainya. Konsumen cukup klik ke *web* atau membuka akun sosial media yang dituju dan memilih barang yang dikehendaki, Pemilihan barang bisa dilakukan dari rumah atau kantor sehingga konsumen bisa melakukannya berjam-jam tanpa harus keluar rumah, Pemasaran produk bisa mencapai seluruh dunia dengan biaya yang murah. Hal-hal tersebutlah yang menjadikan masyarakat lebih senang berbelanja secara *online* dibandingkan harus mengunjungi toko secara langsung.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2014, hlm.1-89) Pertama transaksi jual beli *online* melalui transfer via ATM aman dilakukan jika resi bukti transfer di foto kemudian dikirim melalui BBM atau aplikasi lain kepada penjual, begitu juga bukti kirim yang ditujukan kepada pembeli. Kedua, transaksi aman dilakukan dengan menggunakan sistem COD (*Cash On Delivery*), karena pembeli dapat melihat langsung barang yang diinginkan untuk menghindari adanya cacat barang, selain itu pembayaran juga dapat dilakukan secara langsung. Sedangkan untuk meminimalisir risiko yang sering terjadi dalam jual beli *online*, pelaku bisnis *online* dapat menggunakan rekening bersama (rekber) sebagai pihak ketiga dalam transaksi *online*. Dengan menggunakan rekber, pembeli dapat lebih tenang karena dana baru akan disampaikan ke penjual ketika barang sudah sampai ke pembeli.

Pada penelitian ini peneliti ingin meneliti foto yang di *posting* oleh akun *instagram* @Dreambirdsartwear pada tanggal 18 – 24 April 2016, dengan foto yang sudah peneliti tentukan yaitu sebagai berikut:



Sumber: *instagram* @Dreambirdsartwear

Gambar 2 Foto Objek yang diteliti

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin melihat besarnya pengaruh foto di *instagram* yang dilakukan oleh *brand Dreambirds Artwear* dengan memberikan informasi seputar *brand* tersebut dalam membentuk *top of mind*. Terkait dengan fenomena yang telah penulis jelaskan di atas, penulis mengangkat judul penelitian yaitu “Pengaruh Foto di *Instagram Dreambirds Artwear* dalam Membentuk *Top of mind* (Survei pada *Followers Instagram @Dreambirdsartwear*)”.

I.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang di dapat berdasarkan latar belakang masalah di atas dalam penelitian ini adalah “Seberapa besar pengaruh foto di *instagram Dreambirds Artwear* dalam membentuk *top of mind* (Survei pada *Followers Instagram @Dreambirdsartwear*)?”

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang di dapat berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh foto di *instagram Dreambirds Artwear* dalam membentuk *top of mind* (Survei pada *Followers Instagram @Dreambirdsartwear*).

I.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis Penelitian

Secara teoritis dapat memberikan sumbangan dan mengembangkan Ilmu Komunikasi serta dapat menambah literatur ilmiah yang berkaitan dengan Ilmu Komunikasi khususnya di bidang *Advertising* melalui media *online*.

b. Manfaat Praktis Penelitian

Secara praktis untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan serta hasil penelitian dapat dijadikan masukan kepada *Dreambirds Artwear* mengenai informasi yang disebarakan di media sosial *instagram*.

I.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI

Berisi mengenai teori-teori komunikasi yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, definisi konseptual, kerangka berfikir, hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Membahas pendekatan penelitian kuantitatif, jenis penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, teknik penarikan sampel, teknik pengumpulan data, metode pengujian instrumen, operasional variable, teknik analisa data serta waktu dan tempat penelitian.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisi deskripsi objek penelitian, analisis penelitian, hasil uji analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

berisikan tentang kesimpulan dan saran dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN