

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi yang semakin canggih dari waktu ke waktu saat ini telah menciptakan berbagai perubahan digital sehingga menyebabkan manusia memiliki ketergantungan terhadap teknologi salah satunya adalah dengan menggunakan internet. Saat ini munculnya internet telah memberikan dampak yang besar terhadap cara manusia dalam berkomunikasi, ketersediaan jaringan internet yang semakin baik bagi masyarakat akan memudahkan anggota masyarakat untuk berkomunikasi. Internet adalah jaringan yang paling luas yang berasal dari computer dan menghubungkan berbagai jenis pengguna di seluruh dunia dan menghubungkan mereka dengan penyimpanan informasi yang sangatlah besar. Saat ini masyarakat modern mengenal media sosial yang memanfaatkan internet.

Media sosial merupakan bagian terpenting dari strategi penjualan, pelayanan, komunikasi, dan pemasaran yang lebih besar. Dampak yang ditimbulkan media sosial sangat nyata dalam penjualan online. Media sosial telah dijadikan sebagai salah satu sarana yang digunakan untuk melakukan pemasaran produk atau biasa disebut dengan sosial media marketing. Social media marketing adalah proses yang mendorong seseorang untuk melakukan promosi melalui saluran online untuk berkomunikasi dengan memasarkan produk dan layanan secara online yang dimana memiliki ketertarikan yang lebih

besar daripada melakukan pemasaran melalui offline atau periklanan<sup>1</sup> tradisional. Salah satu *social media marketing* yang populer saat ini adalah *instagram*. Instagram pertama kali dirilis pada tahun 2012, aplikasi ini memungkinkan penggunanya untuk mengunggah foto yang bisa diedit berbagai filter.

Data pengguna instagram menunjukkan bahwa pada Indonesia menduduki peringkat 4 besar dengan jumlah pengguna instagram terbanyak yaitu dengan total pengguna 56 juta atau 20,97% dari total populasi<sup>1</sup>. Terbukti bahwa pengguna internet di Indonesia menggunakan instagram sebagai sarana untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Social media marketing menggunakan instagram dapat mempengaruhi pemikiran seseorang yang berpengaruh besar terhadap dampak keputusan dalam membeli.

Dengan fokus analisis postingan di instagram yang menjadi pokok pembahasan pada skripsi kali ini merupakan teknik pemasaran yang terkenal di era milenial. Bagi perusahaan, promosi adalah berbagai strategi yang dilakukan untuk menginformasikan serta mempengaruhi target konsumen untuk akhirnya menggunakan produk tersebut. Untuk mendukung kegiatan promosi tersebut Telkomsel pada akhirnya meluncurkan *Loop Station* sebagai tempat pelayanan dan sarana untuk menggaet konsumennya. Telkomsel menghadirkan tempat *hangout*. *Loop Station* sebagai bentuk komitmen

---

<sup>1</sup><https://www.suara.com/teknologi/2019/06/19/133252/pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia> (Diakses pada tanggal 08 November 2019)

Telkomsel untuk dekat dengan anak muda. Telkomsel pun merancang *Loop Station* sebagai *one stop solution* yaitu tempat untuk menyalurkan kreativitas sekaligus menunjang gaya hidup mereka. Tingginya aktivitas pengguna *Loop* atau *Loopers* membuat *Loop Station* didesain khas untuk anak muda yang lekat dengan nuansa yang *fun, colorful, dynamic, dan technology driven*.

Sampai saat ini jumlah pengikut di instagram @telkomseljogja adalah 8.308 pengikut pada Juni 2020 yang apabila dibandingkan dengan provider lain, maka akun instagram ini menduduki peringkat pertama dengan akun paling sering aktif dan memberikan pembaruan dibandingkan dengan akun lainnya pada lingkup Yogyakarta.

<b>Nama Provider “Instagram”</b>	<b>Jumlah pengikut</b>
@telkomseljogja	8.308
Smartfren8jogja	292
Im3jogja	114
Indosatooredoo_sch	100
Xlf17.jogja	58

Sumber: Instagram loopstation\_yk

Selain karena fasilitas dari loop station, para konsumen juga disugahi informasi berupa gambar atau tampilan yang menarik terkait produk yang ditawarkan telkomsel baik pada fasilitas *loop station* Yogyakarta maupun pada akun instagram @telkomseljogja yang selalu memberikan informasi

serta hiburan yang berbau digital dan milenial yang mampu memikat konsumen untuk sekedar mengikuti akun instagram tersebut. Objek penelitian ini yang dijadikan fokus mendalam mendapatkan data dari 5 orang pengikut Instagram @telkomseljogja

Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti mengenai postingan atau konten dalam tanggapan positif dari pengikut intagram @telkomseljogja

## **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang masalah yang peneliti jabarkan diatas, untuk memperjelas dan mempermudah mencari data, maka penulis merumuskan permasalahan yaitu; Bagaimana tanggapan yang diberikan dari pengikut @telkomseljogja terhadap postingan/konten yang dibuat @telkomseljogja?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat diketahui tujuan penelitian ini yaitu untuk; Mengetahui ; Bagaimana tanggapan yang diberikan dari pengikut @telkomseljogja terhadap postingan/konten yang dibuat @telkomseljogja.

## **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan membawa manfaat yang secara umum dapat diklasifikasikan menjadi dua manfaat, yaitu;

### **1. Manfaat Akademik**

Sebagai hasil karya ilmiah, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah referensi atau informasi yang berkaitan dengan pengaruh *sosial media marketing* terhadap minat beli masyarakat.

### **2. Manfaat Praktis**

- a) Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk mengetahui bagaimana iklan melalui sosial media atau instagram dapat meningkatkan jumlah konsumen dan iklan melalui sosial media atau instagram yang berhasil mempengaruhi konsumen untuk beralih ke produk yang di iklankan.
- b) Secara praktis, penulis mengharapkan dalam penelitian ini ia bisa mengetahui seberapa besar minat masyarakat untuk membeli produk Telkomsel setelah munculnya iklan Loop Station melalui Instagram

## **E. Definisi Konsep**

### **1. *Instagram***

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi mobile berbasis iOS, Android dan Windows Phone dimana pengguna dapat membidik, mengedit dan memposting foto maupun video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya.<sup>2</sup>

Instagram juga bisa dimanfaatkan sebagai media promosi melalui foto dan video yang bisa berdurasi sampai 60 detik, bisa saling berkomentar dan menanggapi postingan, bisa juga membuat story pada fitur Instagram yang berdurasi 15 detik. Instagram juga adalah salah satu bentuk kemajuan dari pesatnya perkembangan dunia internet yang sangat pesat.

---

<sup>2</sup> [http://digilib.uin-suka.ac.id/28509/1/10730070\\_BAB-I\\_IV-atau-V\\_DAFTAR-PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/28509/1/10730070_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf), diakses pada tanggal 15 Juli 2020

## 2. Tanggapan

Tanggapan merupakan sebagai suatu pengalaman tentang objek peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menggunakan informasi peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menggunakan informasi dan mendefinisikan pesan, dengan kata lain tanggapan atau persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia.<sup>3</sup>

Tanggapan didefinisikan sebagai bayangan yang menjadi kesan yang dihasilkan dari pengamatan, Kesan tersebut menjadi isi kesadaran yang dapat dikembangkan dalam hubungannya dengan konteks pengalaman waktu sekarang serta antisipasi keadaan untuk masa yang akan datang.<sup>4</sup>

## F. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif yang mana akan menghasilkan data deskriptif yang berupa kata tertulis dari orang-orang yang diamati. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dalam masalah manusia.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> <http://repository.uin-suska.ac.id/6823/3/BAB%20II.pdf>, diakses pada tanggal 16 Juli 2020

<sup>4</sup> [http://repository.ump.ac.id/1716/3/Liana%20Noor%20Fadlillah\\_BAB%20II.pdf](http://repository.ump.ac.id/1716/3/Liana%20Noor%20Fadlillah_BAB%20II.pdf), diakses pada tanggal 16 Juli 2020.

<sup>5</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian : skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2012, Hal. 33.

Karakteristik yang ada dalam penelitian kualitatif antara lain :<sup>6</sup>

- a. Berlangsung dalam latar belakang ilmiah, tempat kejadian dan perilaku manusia dimana partisipan mengalami isu atau masalah yang akan di teliti.
- b. Peneliti adalah instrument kunci utama dalam pengumpulan data secara variatif dari berbagai sumber obyek dan subyek penelitian.
- c. Data yang dihasilkan bersifat deskriptif dalam kata-kata. Data dari beragam sumber diolah kedalam kategori atau tema yang melintasi semua sumber data.
- d. Fokus akan diarahkan kepada praktisi humas maupun marketing dalam memanfaatkan media relasi melalui Instagram dan pengalaman subyek penelitian yang secara focus dipelajari makna dari penyampaian yang disampaikan baik secara sengaja ataupun tidak sengaja oleh subyek penelitian.
- e. Proses sama pentingnya dengan objek penelitian, bagaimana perhatian peneliti juga di fokuskan dari pemanfaatan objek penelitian.
- f. Memunculkan desain, peneliti akan mencoba merekonstruksikan penafsiran dan pemahaman sumber data manusia. Aspek metode ini lebih dari sekedar bias dan nilai yang berkembang dalam

---

<sup>6</sup> creswell, John. Research Design. Pendekatan Metode Kualitati, Kuantitatif, dan Campuran. Edisi Keempat. Diterjemahkan Oleh: Achmad Fawaid dan Rianayati Kusmini. Yogyakarta. Pustaka Pelajar. 2014. Hal 247-249

penelitian, tetapi bagaimana peneliti sebetulnya dapat membentuk arah penelitian.

- g. Objektivitas dan kebenaran di junjung tinggi, derajat kepercayaan didapat melalui verifikasi berdasarkan koherensi, wawasan, dan manfaat.

## 2. Sumber Data

Data adalah segala keterangan informasi mengenai hal yang bertkaitan dengan tujuan penelitian. Untuk terfokus mendapatkan data dari penelitian ini adalah penulis mengambil objek dalam penelitian ini adalah 5 orang pengikut Instagram @telkomseljogja.

## 3. Teknik pengumpulan data

- a. Observasi Deskriptif, melalui metode ini memungkinkan peneliti merasakan apa yang dirasakan oleh objek penelitian pada waktu itu sehingga tidak menutup kemungkinan apabila peneliti menjadi sumber data dalam pembentukan pengetahuan yang diketahui bersama, baik dari pihaknya maupun dari pihak subjek. Dengan cara fokus mendalam dengan pada fokus objek maka bisa di pastikan juga dan dapat di memahami apa saja yang bisa dapat dan diketahui dari postingan @telkomseljogja
- b. Wawancara, wawancara digunakan sebagai Teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus



diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.<sup>7</sup> Wawancara akan lebih dalam dengan melibatkan 5 orang narasumber pengikut Instagram @telkomsel jogja.

- c. Dokumentasi, Sumber data pendukung atau sekunder dari penelitian ini di dapatkan oleh penulis melalui buku-buku, jurnal, foto dokumentasi, media sosial, dan informasi berbasis internet lainnya yang ada hubungan korelasinya dengan tema penelitian ini.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta 2017 hal. 231

<sup>8</sup> Bungin Burhan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Press, 2004 Hal 308-310