

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital, segala sesuatu diberi pengaruh oleh teknologi modern, yang tidak sekadar mempercepat kegiatan ekonomi serta sosial tetapi juga memperluas spektrum data serta pengetahuan.

Indonesia sedang berada di era globalisasi yang dimana banyak *user* teknologi internet. Pada era digital ini, sosial media satu dari sekian alat komunikasi yang banyak dipakai oleh seluruh orang di dunia, Sosial media ialah alat penting untuk komunikasi, memungkinkan *user* dari seluruh dunia untuk terhubung serta berbagi informasi.

Di era digital saat ini, pemakaian sosial media di Indonesia sangat pesat. Teknologi yang sangat canggih membuat orang-orang bisa memakai sosial media yang mereka butuhkan saat ini. Pemakaian media sosial di Indonesia sangat besar, dikutip dari TiNews.com ada 191,4 juta *user* media social di Indonesia pada Januari tahun 2022. banyaknya tersebut setara dengan total populasi di Indonesia ialah 68,9 persen dari total populasi.

Sosial media bukan sekadar sebagai media pergaulan sosial secara online di internet saja melainkan sekarang ini sosial media sebagai media pasar digital ataupun bisnis online yang dimana berjualan tanpa perlu ke toko, jadi cukup mempromosikan ataupun menjual barang dengan sosial media.

Pada era globalisasi yang berkembang saat ini, orang tidak khawatir barang jualannya tidak laku sebab sebagian besar orang masing-masing hari memakai internet dalam jangka waktu yang lama. Internet juga mempunyai banyak keunggulan bagi *user*, di antaranya kenyamanan, akses terus menerus,

efisiensi, pilihan ruang yang tidak terbatas, personalisasi, sumber informasi potensial, serta banyak lagi (Chandra,2001).

Dari seluruh media sosial yang dipakai oleh penduduk Indonesia, ada satu dari sekian pemakaian sosial media instagram yang aktif serta pemakaian yang banyak. Pada tahun 2022 dikutip dari suara.com pemakaian instagram mencapai 99,15 juta orang ataupun setara 35,7 persen dari total populasi.

Instagram berasal dari kata "insta" ataupun "instan", serta ialah media sosial berbasis gambar yang menawarkan layanan berbagi foto ataupun video secara online, yang berarti di antaranya kamera polaroid yang dikenal sebutan dengan "foto instan". Instagram bukan sekadar sebagai sosial media yang berbagi informasi di antaranya menghubungkan dengan orang lain, membagi foto serta video saja. Melainkan Instagram juga sebagai alat media promosi serta pemasaran bagi pelaku usaha.

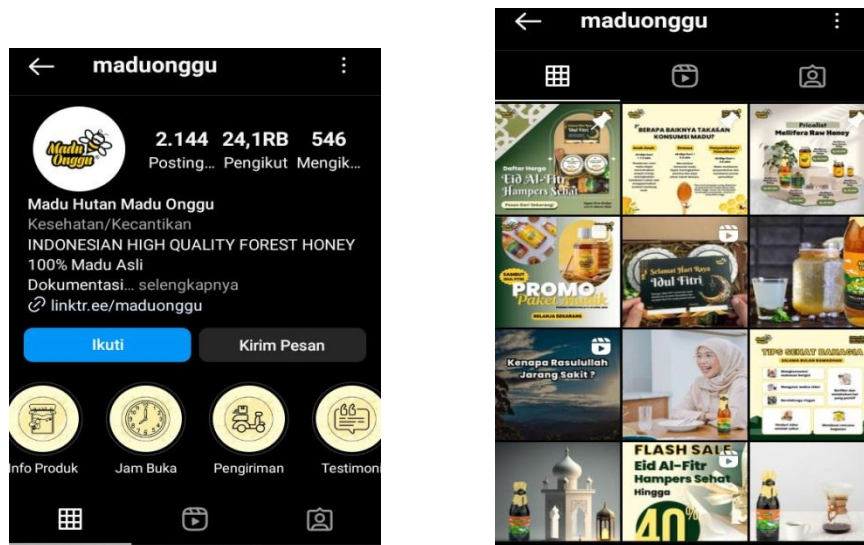
Satu dari sekian pelaku usaha yakni CV. Rumah Matahari Pagi (Madu Onggu) di Sidoarjo juga memakai instagram sebagai sosial media promosi guna meningkatkan penjualan. Sebelum memakai instagram sebagai media promosi pada tahun 2018, CV. Rumah Matahari Pagi (Madu Onggu) melakukan kegiatan promosi dengan aplikasi whatsapp dengan cara promosi lewat grub whatsapp. Setelah itu CV. Rumah Matahari Pagi (Madu Onggu) juga mulai merambat promosi di sosial media Instagram, yang dimana banyaknya pengikutnya pada awalnya sangat sedikit tetapi hari demi hari kian meningkat setelah melakukan berbagai promosi di antaranya memberi informasi terkait katalog produk, memberi informasi manfaat produk, mempromosikan produk dengan beberapa influencer serta membuat konten menarik yang bermanfaat dengan produk madu onggu tersebut. Terbukti bahwa media sosial instagram Madu Onggu

mempunyai daya tarik tersendiri di antaranya postingan yang ada pada instagram, dengan melihat banyaknya pengikutnya sekarang tidak main-main yakni telah mencapai 24,1 ribu *user* instagram.

Berikut ini ialah gambar instagram madu onggung :

Gambar 1.1

Akun Instagram Madu Onggung Serta Postingan Promosi

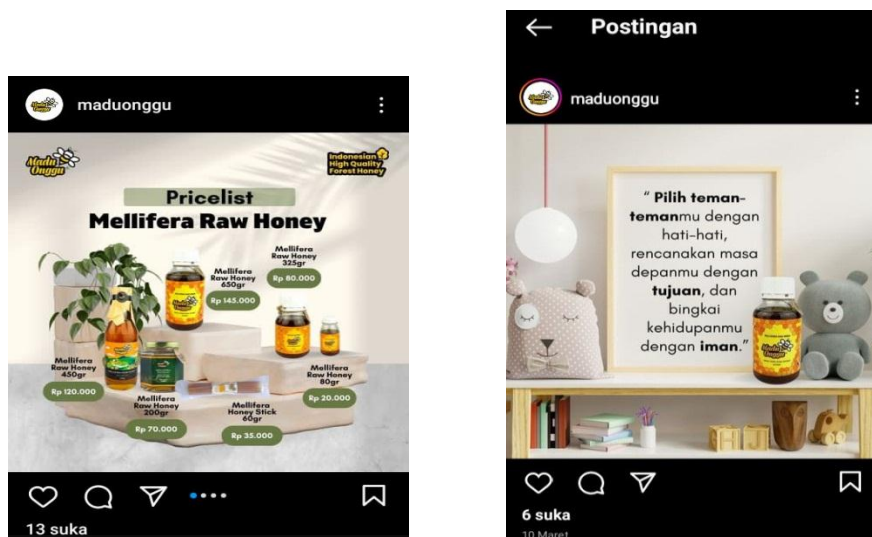


Sumber : <https://www.instagram.com/maduonggung/>.

Dengan adanya pengikut yang sangat banyak, hal ini bisa memudahkan promosi guna memperkenalkan produk madu onggung. Promosi dengan sosial media membuat produk madu onggung menjadi bisa di kenal oleh warga Sidoarjo serta seluruh warga Indonesia, khususnya warga Sidoarjo. Hal ini bisa terlihat dari postingan produk madu onggung serta beberapa influencer di instagram, sebab banyak produk madu onggung yang bisa diakses di Instagram, menjadi lebih mudah guna menemukan barang ataupun produk yang diinginkan. Di samping, produk-produk yang diposting di Instagram juga bisa membuat proses menentukan katalog produk yang diinginkan secara menyeluruh menjadi lebih mudah. Tetapi meskipun sosial media instagram madu onggung mempunyai peran

promosi yang di antaranya cukup berpengaruh tetapi terlihat dari beberapa postingan di instagram madu onggu promosi yang dilaksanakan cukup kurang serta masalah yang dihadapi yakni promosi pada postingan belum cukup menarik sebab postingan yang dilaksanakan yang merespon sekadar sedikit serta interaksi pelanggan dengan postingan promosi madu onggu bisa dinyatakan sedikit dengan melihat like serta komen pada instagram madu onggu. Berikut ini ialah postingan konten pada instagram madu onggu ;

Gambar 1.2



Sumber : <https://www.instagram.com/maduonngu/>.

Mengacu pada uraian tersebut maka peneliti menemukan fenomena masalah terkait apakah promosi pada sosial media instagram madu onggu bisa berpengaruh positif untuk dikenal banyak publik . Sehingga dalam hal ini peneliti tertarik guna membuat penelitian dengan judul "Pengaruh Sosial Media Instagram Sebagai Sarana Promosi Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Madu Onggu Di Sidoarjo".

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang di atas maka bisa dirumuskan permasalahannya yakni, antara lain :

Bagaimana Pengaruh Sosial Media Instagram Sebagai Sarana Promosi Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Madu Onggu Di Sidoarjo ?

1.3 Tujuan serta Manfaat Penelitian

A. Tujuan Penelitian

Guna mengetahui Pengaruh Sosial Media Instagram Sebagai Sarana Promosi Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Madu Onggu Di Sidoarjo

B. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharap bisa bermanfaat serta memberi sumbangan pemikiran dalam menambah wawasan serta pengetahuan untuk seluruh pihak yang membaca penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharap bisa memberi informasi yang bermanfaat guna memberi wawasan yang luas serta ilmu pengetahuan.

b. Bagi Publik Umum

Hasil peneliti ini diharap bisa membantu guna meningkatkan pengetahuan publik umum guna mengetahui promosi dengan media sosial sangat penting.