

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat, batasan masalah, dan sistematika penulisan dalam penelitian ini.

1.1. Latar Belakang

Internet marketing dengan cepat beradaptasi terhadap perkembangan bisnis *online*, seperti pemasaran melalui media sosial. Kshetri [1] menyebutkan bahwa media sosial memberi pengusaha peluang untuk berkomunikasi dengan pelanggan secara langsung yang merupakan fungsi strategis tambahan yang tidak dapat disediakan oleh *search engine* dan *display network*. Dilansir dari data statistik *We Are Social* [2], tercatat bahwa jumlah pengguna *internet* di dunia mencapai 3.77 miliar, sementara 2.80 miliar merupakan pengguna media sosial.

Metode pemasaran menggunakan *website* sudah diterapkan oleh beberapa pengusaha batik Madura, namun sebagian besar belum memanfaatkan penggunaan media sosial seperti *Twitter* secara optimal sebagai media promosi dalam meningkatkan pengunjung ke *website*. Menurut Darlene [3], *webmaster* tidak hanya mempertimbangkan penempatan situs web mereka dalam hasil mesin pencari, tetapi juga menganalisis seberapa baik dukungan dan keterlibatan dengan media yang dihasilkan oleh konsumen. Dan menurut penelitian Adam [4], *Twitter* menjadi pilihan yang tepat untuk menjangkau audiens yang luas dan mendatangkan trafik ke web, karena meskipun *Twitter* memiliki pengguna yang jauh lebih kecil daripada *Facebook*, namun perlu diingat bahwa halaman *Facebook* sebagian besar tidak terlihat oleh pengguna non-*Facebook* dan dapat menduplikasi konten di situs web utama. Tingkat erosi yang tinggi diantara pengguna *Facebook*, mencerminkan keraguan tentang upaya yang diperlukan untuk mempertahankan halaman. Untuk itu, pengoptimalan situs web melalui media sosial membutuhkan teknik-teknik tertentu agar menarik pengguna berkunjung ke *website* dan mendorong pengguna berbagi tautan tersebut. Karena

semakin banyak pengunjung dan tautan yang dibagikan dari pengguna jejaring sosial dapat mempengaruhi konten yang tinggi pada halaman mesin pencari dan memudahkan orang lain untuk menemukannya.

Strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan pengunjung ke web melalui media sosial yaitu dengan menerapkan metode SMO. Ephrem [5] mengemukakan bahwa SMO merupakan pendekatan sistematis dari aktivitas media sosial yang bertujuan untuk menarik pengunjung ke situs web dengan membangun hubungan yang berkualitas diantara para penggunanya. Sedangkan menurut Punit dan Kamlesh [6] SMO adalah proses mempromosikan situs web di platform media sosial. SMO juga digunakan untuk menghasilkan trafik di situs web, mempromosikan bisnis, dan meningkatkan *ranking* web.

Onaifo [7] menjelaskan bahwa SMO sebagai metode penting selain SEO yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kemampuan menemukan konten di situs web “dengan membuat lebih mudah untuk terhubung ke konten dan menciptakan sarana bagi pengguna untuk berbagi konten”. Seperti yang juga dijelaskan Nilanjana [8] dalam jurnalnya, SMO menjadi semakin penting untuk SEO, karena mesin pencari semakin memanfaatkan rekomendasi dari pengguna jejaring sosial untuk memberikan peringkat halaman di halaman hasil mesin pencari. Implikasinya adalah ketika halaman web dibagikan atau disukai oleh pengguna di jejaring sosial, maka terhitung sebagai *vote* dari kualitas halaman web, sehingga dapat digunakan untuk *ranking* situs web.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Doralyn dan Scott [9] menyimpulkan bahwa hasil penerapan SMO yang telah dilakukan menunjukkan adanya peningkatan terhadap lalu lintas web dan sosial ke halaman *website*. Dengan menerapkan lima prinsip SMO untuk meningkatkan sharing dan keterlibatan pengguna. Sedangkan menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Belmonte [10], mengemukakan bahwa *website* perusahaan yang kurang mengimplementasi SMO terhadap *websitenya* menjadikan implantasi perusahaan rendah. Beberapa teknik SMO yang dapat digunakan seperti *link*, *mashup*, *broadcast*, *social media*, *web feed*, dll. Menurut Veby [11] dalam jurnalnya menyatakan bahwa penggunaan *Twitter* dalam pemasaran memiliki pengaruh terhadap pengunjung

untuk memberikan respon, sehingga ini dapat membantu meningkatkan trafik pada web.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh metode *Social Media Optimization* menggunakan *Twitter* pada *website* penjualan *online* batik madura untuk meningkatkan trafik pengunjung. Penggunaan SMO diharapkan dapat membantu pengrajin batik madura dalam memperkenalkan ataupun memberikan layanan kepada publik melalui media sosial *Twitter*, membantu mempengaruhi peningkatan kinerja *website* terhadap peringkat *search engine*, dan membantu meningkatkan popularitas *brand* agar lebih bersaing dengan batik lainnya di pasar global.

1.2. Perumusan Masalah

1.2.1. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang diperoleh yaitu apakah *social media optimization* menggunakan media sosial *twitter* mempengaruhi jumlah trafik pengunjung *website*?

1.2.2. Usulan Solusi

Adapun solusi yang diusulkan untuk mengatasi dan menyelesaikan permasalahan yang disebutkan di permasalahan yaitu dibutuhkan teknik-teknik SMO menggunakan *twitter* untuk berpromosi di *internet* dalam meningkatkan pengunjung terhadap *website*.

1.2.3. Pertanyaan Penelitian

Dari masalah yang diuraikan maka diperoleh pertanyaan penelitian yaitu, seberapa besar pengaruh metode SMO menggunakan *twitter* dalam mempromosikan *website* penjualan dalam meningkatkan pengunjung.

Tabel 1. 1 Perumusan Masalah

Masalah	Solusi	Pertanyaan Penelitian	Tujuan Penelitian
Apakah <i>social media optimization</i>	Dibutuhkan teknik-teknik SMO	Seberapa besar pengaruh metode SMO menggunakan	Untuk mengetahui pengaruh

menggunakan media sosial <i>twitter</i> mempengaruhi jumlah trafik pengunjung <i>website</i> ?	menggunakan <i>twitter</i> untuk berpromosi di <i>internet</i> dalam meningkatkan pengunjung terhadap <i>website</i> .	<i>twitter</i> dalam mempromosikan <i>website</i> penjualan dalam meningkatkan pengunjung.	metode SMO melalui media sosial <i>Twitter</i> dalam mempromosikan <i>website</i> penjualan <i>online</i> batik Madura terhadap peningkatan pengunjung.
--	--	--	---

1.3. Tujuan Dan Manfaat

1.3.1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh metode SMO melalui media sosial *Twitter* dalam mempromosikan *website* penjualan *online* batik Madura terhadap peningkatan pengunjung.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang akan diperoleh, sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

- a. Mampu menerapkan metode SMO pada *website*.
- b. Dapat mengetahui seberapa besar pengaruh metode SMO terhadap perkembangan *website* dalam meningkatkan trafik pengunjung.

2. Bagi pengrajin batik tulis Madura

Dapat membantu pengrajin batik Madura dalam meningkatkan promosi di media sosial menggunakan metode SMO.

3. Bagi dunia pendidikan

Diharapkan dapat menjadi referensi pengetahuan dalam penerapan *Social Media Optimization*.

1.4. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini, seperti berikut :

1. Penerapan metode SMO hanya dilakukan pada *pesona-batik-madura.business.site* dan *twitter*.
2. Penggunaan metode SMO yang dilakukan meliputi *links, discussion, description content, update status, retweet, image, broadcast, hashtag, bookmark social, tags, posting blog, title, dan keyword*.
3. Proses pengujian dilakukan selama kurang lebih 3 bulan.
4. Data diambil dari statistik Pesona Batik Madura.

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan yang digunakan terbagi menjadi lima bab dengan susunan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan dasar-dasar dari penulisan laporan tugas akhir, yang terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori yang berhubungan dengan penelitian, meliputi batik Madura, promosi internet, media sosial, *twitter, social media optimization, paired t-test*, dan penelitian terkait.

BAB 3 METODE USULAN

Bab ini menjelaskan tentang studi literatur, rancangan sistem, dan pengujian yang akan dilakukan serta analisis kebutuhan.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil dari metode yang didapatkan terhadap masalah yang ada, kemudian dilakukan uji coba dan evaluasi terhadap metode yang diimplentasikan pada web.

BAB 5 PENUTUP

Bab ini membahas kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran-saran yang ditujukan bagi para pembaca dan pengembang sistem untuk penelitian selanjutnya.