

BAB I

Pendahuluan

1.1 latar belakang masalah

Internet merupakan teknologi masa kini yang mempunyai peran sangat penting di era globalisasi. Internet bagaikan sebuah perpustakaan dunia yang bisa kita akses dengan mudah segala kebutuhan yang kita perlukan. Internet mempunyai jaringan data yang mendunia, seseorang bisa mengakses dengan bebas didalam internet sesuai kehendaknya. Bahkan tidak sedikit orang yang mengatakan bahwa internet merupakan dunia baru yang didalamnya meliputi dari mulai dunia ekonomi, politik, pendidikan, dan lain-lain. Khususnya didalam dunia pendidikan internet memberikan suatu akses data yang dapat memudahkan proses belajar-mengajar. Tidak diragukan lagi, kini orang makin lebih sering menggunakan media sosial. Dengan komputer, tablet, smartphone dan ponsel biasa media sosial dapat dijangkau. Biaya langganan internet mobile yang semakin murah membuat obrolan di media sosial semakin menjadi-jadi. Apalagi bagi kalangan tertentu, bermedia sosial memberikan sensasi lebih karena mungkin bisa mencitrakan diri lebih baik dan mencapai tujuan-tujuan tertentu.

Menurut Sidharta 1996 (dalam paulina djayanti, 2012): walaupun secara fisik Internet adalah interkoneksi antar jaringan komputer namun secara umum Internet harus dipandang sebagai sumber daya informasi. Isi Internet adalah informasi, dapat dibayangkan sebagai suatu database atau perpustakaan multimedia yang sangat besar dan lengkap. Bahkan Internet dipandang sebagai dunia dalam bentuk lain (maya)

karena hampir seluruh aspek kehidupan di dunia nyata ada di Internet seperti bisnis, hiburan, olah raga, politik dan lain sebagainya.

Heywood 1996 (dalam paulina djayanti, 2012) menerangkan : sejarah Internet bermula pada akhir dekade 60-an saat United States Department of Defense (DoD) memerlukan standar baru untuk komunikasi Internetworking. Yaitu standar yang mampu menghubungkan segala jenis komputer di DoD dengan komputer milik kontraktor militer, organisasi penelitian dan ilmiah di universitas. Jaringan ini harus kuat, aman dan tahan kerusakan sehingga mampu beroperasi didalam kondisi minimum akibat bencana atau perang.

Satu hal yang paling menarik ialah keanggotaan Internet tidak mengenal batas negara, ras, kelas ekonomi, ideologi atau faktor-faktor lain yang biasanya dapat menghambat pertukaran pikiran. Internet adalah suatu komunitas dunia yang sifatnya sangat demokratis serta memiliki kode etik yang dihormati segenap anggotanya. Manfaat Internet terutama diperoleh melalui kerjasama antar pribadi atau kelompok tanpa mengenal batas jarak dan waktu. Dalam perkembangannya banyak yang hanya mengenal internet dengan website, banyak orang belajar cara membuat blog dan web untuk menambah pengetahuan di internet. Internet identik dengan situs besar seperti google, facebook, yahoo, youtube, dan wikipedia. Jauh dari itu internet sangat luas, dan manfaatnya juga sangat besar.

Salah satu media sosialnya adalah Facebook, dimana Facebook adalah media yang bersosial melalui internet. Pengertian facebook menurut wikipedia berbahasa indonesia adalah sebuah situs web jejaring sosial populer yang diluncurkan pada 4

Februari 2004. Atau dapat juga diartikan facebook adalah sebuah web jejaring sosial yang didirikan oleh mark zuckerberg dan diluncurkan pada 4 Februari 2004 yang memungkinkan para pengguna dapat menambahkan profil dengan foto, kontak, ataupun informasi personil lainnya dan dapat bergabung dalam komunitas untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Layanan jejaring sosial dan situs web yang diluncurkan pada Februari 2004 yang dioperasikan dan dimiliki oleh Facebook, Inc. Pada Januari 2011, Facebook memiliki lebih dari 600 juta pengguna aktif. Interaksi sosial melalui media yang tadinya diperuntukkan kalangan terbatas, ternyata meledak menjadi sarana komunikasi publik sebagai bagian dari gaya hidup.

Facebook merupakan satu media sosial yang sangat populer sehingga menjadi satu fenomena pada masa kini. Jadi, tidak heranlah ramai individu terutamanya siswa menggunakan laman sosial ini untuk berkomunikasi, di samping mengisi waktu luang. Hal ini sedemikian rupanya siswa atau mahasiswa yang berinteraksi didalamnya akan merasa sangat betah dan ketagihan untuk menggunakan media sosial ini. Karena hal tersebut banyak membuat hal-hal positif yang dirasakan penggunaanya dalam melakukan komunikasi dua arah yang tidak dibatasi waktu tersebut. Bahkan secara tidak langsung kita bisa berkomunikasi dengan banyak teman dengan masuk ke media sosial facebook ini. Ini membuat komunikasi akan berjalan secara efektif dan efisien untuk penggunaanya. Dengan demikian cara interaksi yang sangat mudah ini membuat sebagian orang menjadi beruntung ketika akan

memperkenalkan atau mempromosikan apa yang kita punya kepada teman yang kita mau.

Dari sini muncullah cara-cara mempromosikan sebuah barang atau jasa yang kita punya untuk dipublikasikan ke teman-teman atau kolega kita untuk melihat apa yang kita punya. Lalu dengan demikian dibutuhkanlah sebuah strategi khusus untuk membuat teman atau kolega kita yang berada di facebook untuk tertarik dengan cara komunikasi kita kepada mereka agar mau memberikan feedback khusus kepada apa yang kita promosikan kepadanya. Banyaknya berbagai macam hal-hal semacam ini yang ada di berbagai media sosial khususnya facebook, semakin membuat orang menjadi semakin sangat betah dan butuh akan media sosial khususnya facebook dalam kehidupan sehari-harinya.

Tidak hanya untuk menunjang berbagai macam kebutuhan akan bersosialisasi dengan orang lain saja, kebutuhan akan menggunakan media sosial untuk menambah penghasilan setiap harinya pun sudah dapat terlaksana dengan adanya berbagai macam media sosial di internet khususnya facebook. Selain dapat mengetahui melalui informasi pribadi masing-masing pengguna, kita juga bisa mengetahui apa yang mereka sukai dari percakapan dan interaksinya dengan orang lain, tanpa harus malu karena ketahuan menguping atau mengintip orang lain, karena melalui sosial media orang boleh membagi opini, pengalaman, dan bersifat terbuka. Karena bahwa gaya hidup masyarakat memang tidak bisa dilawan, itu memang bagian penting dari perubahan. (Eddy, 2013:17)

Sosial media banyak membantu para pemilik online shop dalam memasarkan produknya. Yang pertama sosial media merupakan media demokrasi, dimana facebook memfasilitasi pengguna untuk membuat dan menyebarkan informasi secara bebas. Sehingga para pengguna boleh membuat dan menyebarkan informasi apa pun yang mereka inginkan. Begitu pula dengan para pemilik online shop, para pemilik online shop mengungkapkan bahwa facebook membantu mereka berpromosi secara bebas. Yang kedua adalah bangkitnya amatir, dimana bukan hanya pedagang besar yang bisa sukses di dunia perdagangan, namun pedagang kecil pun bisa meniti karirnya dan memiliki pasar yang besar hanya melalui facebook. Hal ini sangat dirasakan oleh dimana ia menyatakan bahwa walaupun modal sangat minim ia bisa meraih keuntungan yang besar hanya melalui facebook. Maka dari itu online shop di facebook semakin banyak. Yang ketiga facebook merupakan cara baru untuk berkolaborasi, dimana dalam beriklan mereka tidak membutuhkan biaya yang sangat besar, dan tidak perlu menggunakan agensi periklanan untuk mengiklankan produk mereka mengatakan bahwa dengan memasang foto, share photo album dan link, merupakan promosi gratis bagi mereka. Yang terakhir adalah komunikasi yang cepat. Hal ini tidak dapat dipungkiri lagi bahwa dengan facebook upaya promosi yang para toko online lakukan dapat dengan cepat tersampaikan pada seluruh pengguna yang menjadi temannya. Dan ketika mereka menyukai produk yang diiklankan oleh para pemilik online shop mereka akan dengan senang hati mereferensikan temannya.

Sosial media menghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu, dengan sosial media ini manusia dimungkinkan untuk

berkomunikasi dengan satu sama lain di manapun mereka berada dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang maupun malam. Karakteristik di atas juga diakui oleh seluruh pemilik online shop. Jarak bukan menjadi penghalang untuk mereka berjualan. Berdasarkan penjelasan di atas dapat dilihat bahwa facebook sangat membantu para pemilik online shop dalam memasarkan produknya. Baik dalam menentukan segmentasi dan mencari pasar, sampai pada memfasilitasi dalam hal fitur-fitur yang mendukung mereka dalam berpromosi.

Dengan demikian muncul berbagai macam online shop di indonesia, karena sangat membantu dalam menjualkan barang yang akan dipromosikan ke orang yang ditujunya, dan akan lebih efektif dan efisien. Salah satu fitur layanan yang disediakan facebook buat para penggunanya adalah kemudahan membentuk sebuah komunitas masing masing sesuai kriteria yang dikehendaki penggunanya itu sendiri. Sebuah online shop bisa beranggotakan lebih dari seribu akun facebook. Dengan bergabung dalam online shop yang beranggota seribu lebih tadi, kita akan mendapatkan informasi dari banyak orang itu setiap kali mereka update atau berkomentar dalam forum online shop tersebut. sebaliknya jika kita menginformasikan sesuatu maka akan ada seribu lebih orang yang membaca informasi kita tersebut. Lalu apa guna manfaatnya. Banyak sekali online shop yang sudah dibentuk dalam dunia facebook. kita bisa mengikutinya untuk mendapatkan informasi di dalamnya atau untuk menambah teman. Tetapi kita juga bisa membuat online shop baru kemudian mengundang orang untuk bergabung.

Seorang pengelola online shop memiliki keleluasaan yang lebih untuk mengatur beberapa fitur online shop seperti menampilkan atau menghilangkan fasilitas tertentu. dan tentu saja lebih bebas untuk bisa berkomunikasi dengan seluruh anggota secara langsung. Tantangannya adalah bagaimana membuat online shop yang disukai banyak orang sehingga mereka dengan senang hati bergabung ke dalam online shop yang kita buat itu. Dengan demikian strategi komunikasi pemasaran akan sangat efektif bila berada dalam group sosial media facebook ini. biaya untuk beriklan jadi gratis dan mudah.

Dalam pemasaran yang dilakukan online shop, terutama di jejaring sosial facebook. Beragam fitur yang dimiliki memudahkan pemasar dalam berpromosi. Fitur-fitur tersebut memungkinkan pembeli dapat berinteraksi langsung dengan penjual. Pemasar dapat mengetahui keadaan pasar melalui informasi yang tersebar pada media online. Pemasar juga dapat memantau keberadaan kompetitor yang berpeluang merebut pasar. Segala upaya yang dapat digunakan memasarkan produk akan digunakan pebisnis online (Sulianta 2012, hal.76). Salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran adalah promosi. Promosi bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya (Tjiptono 2008, hal.221). Tanpa promosi konsumen tidak akan mengenal dan atau bahkan mempergunakan produk atau jasa yang ditawarkan suatu perusahaan. Kegiatan promosi akan sukses jika menggunakan komunikasi pemasaran yang tepat. Promosi penjualan atau kegiatan-kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan dan publisitas, yang

mendorong efektifitas pembelian konsumen dan pedagang dengan menggunakan alat-alat seperti pameran, peragaan, demonstrasi, dan sebagainya. Promosi penjualan sering disebut promosi saja sekarang lebih diterima manajemen puncak sebagai alat penjualan yang efektif, makin banyak manajer produk memenuhi syarat untuk menggunakan alat promosi penjualan, dan manajer-manajer produk menghadapi tekanan yang makin besar untuk meningkatkan penjualan saat ini. Lagi pula, jumlah merek telah bertambah, pesaing sering menggunakan promosi, banyak merek dianggap sama, konsumen makin berorientasi harga, perdangan telah menuntut lebih banyak tawaran kerja sama dari produsen dan efisiensi iklan telah berkurang karena meningkatnya biaya dan batasan hukum

Fenomena tersebut tampak terlihat pada group naza online shop yang melakukan segala aktifitas penjualan produknya di group facebook. Naza online shop selalu melakukan promosi produknya secara online di dalam group media sosial facebook. Begitu juga saat jual-beli atau proses komunikasi dengan konsumen atau pelanggannya semua dilakukan lewat media sosial facebook. Melihat efek internet melalui media sosial facebook begitu luas, penggunaan media sosial facebook menjadi salah satu strategi komunikasi pemasaran yang banyak digunakan saat ini.

Dari latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengetahui **PEMASARAN ONLINE NAZA ONLINE SHOP. (Studi Deskriptif Pemasaran Online Di Naza Online Shop)**

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dikemukakan perumusan masalah sebagai berikut:

- Bagaimana pemasaran online yang dilakukan naza online shop di media sosial facebook?

I.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari pembahasan ini adalah :

- Mengetahui konsep pemasaran online yang dilakukan naza online shop di media sosial facebook.

Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

a. Manfaat akademis

- Menjadi literatur ilmiah penelitian selanjutnya khususnya terkait dengan penerapan pemasaran online.
- Memperkaya pemahaman aplikasi teori komunikasi pemasaran.

b. Manfaat Praktis

- Harapannya, dapat menambah ilmu dan memperluas wawasan tentang bagaimana konsep komunikasi pemasaran dalam pemasaran online melalui media sosial facebook bagi pemilik online shop.

- Serta menambah wawasan konsumen online shop tentang bagaimana proses komunikasi dalam pemasaran online melalui media sosial facebook dilakukan.