

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Helm merupakan bentuk perlindungan tubuh yang dikenakan di kepala dan biasanya dibuat dari metal atau bahan keras lainnya seperti Kevlar, serat resin, atau plastik. Helm biasanya digunakan sebagai perlindungan kepala untuk berbagai aktivitas pertempuran (militer), atau aktivitas sipil seperti olahraga, pertambangan atau berkendara. Helm dapat memberi perlindungan tambahan pada sebagian dari kepala (bergantung pada strukturnya) dari benda jatuh atau berkecepatan tinggi. Di beberapa negara, helm wajib digunakan bagi pengendara sepeda motor, bahkan ada yang mewajibkannya bagi pengendara sepeda tak bermotor. Di Inggris hanya penganut Sikh yang diperbolehkan tidak memakai helm karena harus memakai turban.

Helm yang digunakan untuk melindungi kepala bila terjadi kecelakaan lalu-lintas pada pengguna sepeda motor. Pertama sekali dicetuskan untuk diwajibkan untuk digunakan di Indonesia oleh Kepolisian RI Hoeng, tetapi mendapatkan penolakan yang keras pada waktu itu, kemudian ditetapkan secara resmi di dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1992 dan untuk saat ini helm yang layak digunakan sudah berlisensi seperti SNI (*Standard National Indonesia*), lisensi ini bisa digunakan untuk negara Indonesia saja karena untuk negara bagian

Eropa sudah harus berlisensi *ECE* dan negara bagian Amerika Serikat harus sudah berlisensi *DOT*.

Setiap negara memiliki kebijakan tersendiri dan yang hampir mendunia yaitu helm yang baik digunakan harus berlisensi minimal *DOT* dan helm tersebut harus *Full Face* akan tetapi di negara Indonesia sudah banyak helm yang sudah berlisensi *DOT* dan *Full Face*. Dengan seiringnya perkembangan jaman, helm sepeda motor ini sangat banyak model dan fitur-fitur untuk digunakan selama berkendara seperti menambahkan fitur *Bluetooth* dan juga model-model yang sangat unik seperti helm predator, helm predator memiliki bentuk yang sangat unik karena helm tersebut memiliki bentuk seperti monster film predator.

Helm predator ini dibuat oleh anak bangsa dengan pembuatannya hanya bagian topengnya saja dengan bahan baku serat resin yang sangat kuat, helm ini menggunakan helm yang sudah dibuat oleh perusahaan NHK jadi aman untuk digunakan saat berkendara karena dari helm NHKnya tersebut sudah berlisensi *DOT* dan setelah pembuatan topeng predator tersebut topeng harus di cat atau diberi motif sesuai keinginan konsumen. Helm predator ini sangat banyak fitur yang terpasang seperti menggunakan lampu *LED*, lis karet agar aman digunakan, rambut terbuat dari tali prusik dan ujung rambut menggunakan tutup lem *silicone* agar terlihat lebih percaya diri saat digunakan di jalan.

Helm predator saat ini sudah bukan hanya sekedar pelengkap pengendara motor akan tetapi sudah menjadi penunjang gaya hidup atau sudah menjadikan fashion saat berkendara terutama motor besar atau bisa dibilang moge, helm

predator tersebut jarang diminati oleh masyarakat Indonesia akan tetapi sangat diminati oleh masyarakat luar karena untuk harga helm predator tersebut sangat mahal apabila dipasarkan di negara Indonesia ketika helm predator ini mulai *booming* beberapa tahun belakangan dimana permintaan akan Helm tersebut makin melonjak setelah pendiri Helm Predator melakukan *strategi* pemasaran.

Pemasaran sendiri merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Pada intinya bahwa pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi.

Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen. Perusahaan harus secara penuh tanggung jawab tentang kepuasan produk yang ditawarkan tersebut. Dengan demikian maka segala aktivitas perusahaan harusnya diarahkan untuk dapat memuaskan konsumen yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Toko Helm Predator yaitu dengan menggunakan media *online*.

Strategi pemasaran yang baik dimata konsumen, diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran merupakan salah satu hal yang paling krusial bagi perusahaan. Tanpa strategi pemasaran yang tepat, perusahaan tidak

dapat membidik konsumen. Tentunya setiap perusahaan memiliki keunikan tersendiri dalam membuat Strategi Komunikasi Pemasaran. Keunikan tersebut timbul dari akar-akar perusahaan, kepribadian perusahaan, serta kekuatan dan kelemahan perusahaan. Identitas perusahaan jelas terukur dari produk, perilaku, dan segala tindakan perusahaan. Maka dari itu, strategi komunikasi pemasaran yang tepat diperlukan agar tidak ada persepsi negative yang dikhawatirkan akan menjadi bumerang bagi perusahaan.

Praktik pemasaran sebenarnya telah sejak lama dilakukan akan tetapi studi formal tentang pemasaran bisa dikatakan relative baru sebagai mata kuliah dan program studi yang dipelajari di universitas diteliti dan ditulis secara sistematis, disiplin pemasaran 'baru' berusia sekitar 100 tahun. Hal ini terungkap lewat sejumlah riset sejarah pemikiran pemasaran yang difokuskan pada : (1) riset perkembangan gagasan atau konsep pemasaran. (2) studi tentang aliran pemikiran pemasaran. (3) riset rancangan disiplin pemasaran (sejarah asosiasi, organisasi dan jurnal di bidang pemasaran) serta (4) biografi para pionir akademisi dalam disiplin pemasaran.

Istilah komunikasi pemasaran merupakan pengembangan dari istilah promosi. Kata "promosi" berkonotasi arus informasi satu arah. Tepatnya, dari penyampaian pesan (pemasar) kepada penerima pesan (calon konsumen). Sebaliknya, komunikasi pemasaran lebih menekankan interaksi dua arah/konsekuensinya, promosi dipersepsikan sebagai bentuk komunikasi yang bersifat massal sedangkan komunikasi pemasaran lebih bersifat personal atau individual. Selain itu istilah 'terintegrasi' menunjukkan keselarasan atau

keterpaduan dalam hal tujuan focus dan arah strategic antar elemen bauran promosi (periklanan promosi penjualan, *personal selling*, *public relations*, dan *direct* dan *online marketing*) dan antar unsur bauran pemasaran (produk distribusi, harga dan komunikasi pemasaran). Dengan kata lain, komunikasi pemasaran terintegrasi menekankan dialog terorganisir dengan audiens internal dan eksternal yang sifatnya lebih *personalized*, *customer-orientated*, dan *technology-driven*. Fokus bab ini adalah proses komunikasi pemasaran dan program spesifik dalam bauran komunikasi pemasaran terintegrasi.

Komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung, tentang produk dan merek yang dijual. Intinya komunikasi pemasaran mempresentasikan suara perusahaan dan mereknya serta merupakan sarana dimana perusahaan dapat membuat dialog dan membangun hubungan dengan konsumen agar dapat bertahan hingga jangka panjang. Maka dari itu pada penelitian ini saya menggunakan pendekatan studi kasus, untuk menelaah tema yang saya teliti.

Perkembangan media sosial memberikan implikasi yang cukup besar pada pemasaran khususnya promosi. Facebook salah satu media sosial yang banyak diminati juga dengan menjadi salah satu cara memaksimalkan penjualan. Facebook sebagai alat promosi yang sangat berkembang. Hal ini tersebut pula yang menjadi salah satu cara memasarkan produk helm predator yang efektif. Facebook memanfaatkan popularitas dan jumlah pengguna untuk menarik

pembuat produk, penjual untuk memasarkan dan mempromosikan produk melalui jejaring media sosial ini.

Penjualan melalui media sosial facebook membutuhkan berbagai cara promosi agar produk yang akan dijual atau dipasarkan terlihat lebih menarik dan pada akhirnya produk yang dipasarkan laku. Adanya penjualan melalui media sosial facebook ini helm predator ini harus melakukan beberapa cara dalam melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial facebook itu sendiri agar menghasilkan sebuah tujuan yang diinginkan.

Facebook menjadikan salah satu cara agar produk helm predator ini dapat dikenal orang banyak selain itu dapat menarik para konsumen dengan itu omzet helm predator akan semakin naik tetapi tetap konsumen dapat membeli produk tersebut bisa melalui *Marketplace* seperti *eBay*, *Etsy*, *Bonanza* dan *Web* dari helm predator tersebut.

Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh pendiri Helm Predator tersebut menggunakan fitur dari facebook yaitu *Fanspage*, cara agar konsumen melihat produk helm predator yaitu akun profile pribadi kita harus bergabung ke *group* motor besar seperti *BIG BIKES FOR SALE PHILIPPINES*, *Louisiana Motorcycles for SALE or TRADE* dan sebagainya atau bisa juga bergabung dengan *group* jual beli seperti *USA Classified Ads - Buy, Sell, Trade* atau *Buy and Sell USA, Canada*.

Setelah bergabung maka pendiri helm predator membagikan foto-foto hasil pembuatan dia sendiri dan juga foto-foto model helm predator tersebut, foto

tersebut diiringi oleh deskripsi helm predator tersebut seperti lamanya pembuatan, kebijakan *refund and policy*, fitur helm tersebut dan tentunya lisensi helm yang digunakan. Akun pribadi yang membagikan foto dan deskripsi tersebut harus sesingkat-singkatnya agar para calon konsumen timbul dengan rasa ingin tahu dan biasanya setelah *posting* di beberapa *group* para calon konsumen langsung mengunjungi *fanspage* yang berisi model helm predator dengan lebih detail dan jika ada beberapa konsumen yang ingin menanyakan mengenai transaksi, harga dan jaminan uang biasanya akan melakukan pengiriman pesan melalui fitur facebook yaitu *chatting* dan setelah berbincang dengan konsumen, pendiri helm predator tersebut harus melakukan lobi agar calon konsumen jadi membeli dengan cara diskon jika membeli langsung melalui *invoice* dari *Paypal* dan juga memberi gratis biaya *custom design*.

Perkembangan zaman saat ini untuk mewujudkan suatu strategi pemasaran melalui media sosial facebook dapat dilakukan dengan cepat, tepat dan mendapatkan hasil yang memuaskan dengan tidak perlu memerlukan biaya. Mendukung dalam kesuksesan perusaah dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial facebook yang baik karena bisa berdampak pada kesuksesan pemasaran yang dijalankan dalam keadaan pesaingan di era informasi yang semakin melambung tinggi. Hal ini banyak perusahaan berusaha keras untuk tetap bertahan didunia bisnis. Untuk itu diperlukan suatu strategi pemasaran yang mengarah pada suatu penyampaian pesan yang efektif dan tepat sasasarn. Sehingga menjadikan perusahaan tidak ditinggalkan oleh konsumennya begitu

pula halnya dengan helm predator memiliki strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan minat konsumen dan meningkatkan penjualan helm predator.

Masyarakat adalah sekelompok yang langsung atau secara potensi berkepentingan atau berdampak pada kemampuan mencapai tujuan. *Public relations*, mencakup berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan produk-produk.

Berdasarkan latar belakang diatas memberikan suatu inspirasi kepada peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN HELM PREDATOR MELALUI MEDIA SOSIAL FACEBOOK”**

1.2 Fokus penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah “Strategi Komunikasi Pemasaran Helm Predator Melalui Media Sosial Facebook”

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka peneliti akan menyusun pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana *product* helm predator yang dipasarkan di media sosial Facebook?

2. Bagaimana *price* helm predator sesuai dengan segmentasi pasar di media sosial Facebook?
3. Bagaimana *promotion* yang dilakukan di media sosial Facebook?
4. Bagaimana menentukan *place* untuk melakukan proses penjualan helm predator di media sosial Facebook?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas maka peneliti mempunyai tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui *product* helm predator yang dipasarkan di media sosial Facebook.
2. Untuk mengetahui *price* helm predator sesuai dengan segmentasi pasar di media sosial Facebook.
3. Untuk mengetahui *promotion* yang dilakukan di media sosial Facebook.
4. Untuk mengetahui *place* proses penjualan di media sosial Facebook.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini menjadi kegunaan praktis, kegunaan akademik dan kegunaan teoritis yang secara umum mampu memberikan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

1) Kegunaan Praktis

Bagi peneliti hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang *Public relations* terutama mengenai Strategi komunikasi pemasaran helm predator melalui media sosial Facebook.

2) Kegunaan Akademis

Hasil Penelitian mengenai Strategi komunikasi pemasaran helm predator ini diharapkan bagi perguruan tinggi dapat menjadi dokumen dan dapat dijadikan acuan bagi aktivis akademis.

3) Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, menambah pengetahuan dan pengalaman, serta menambah wawasan tentang aplikasi teori-teori dalam komunikasi yang peneliti dapat selama kuliah khususnya dalam meneliti tentang strategi komunikasi pemasaran. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi dan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian dengan topik yang berkaitan dengan penelitian ini.