**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1. Latar Belakang**

Perkembangan dunia teknologi informasi komunikasi yang demikian pesatnya telah membawa manfaat luar biasa bagi kemajuan peradaban umat manusia. Kini teknologi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan atau dijauhkan dari kehidupan manusia, hal ini dikarenakan teknologi itu sendiri dianggap sudah menjadi salah satu kebutuhan pokok masyarakat modern saat ini.

Komunikasi telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan manusia di manapun berada, karena komunikasi diperlukan untuk berinteraksi atau menjalin hubungan dengan Tuhan, diri sendiri, keluarga, ataupun masyarakat luas. Berdasarkan salah satu sifat komunikasi yaitu komunikasi bermedia (mediated) terdapat dua konteks yaitu komunikasi massa dan komunikasi media. Dalam perkembangan media massa yang sudah modern dewasa ini, dan satu perkembangannya tentang media massa yakni ditemukan internet instagram maupun lainnya. (Nurudin, 2015:5).

Media komunikasi adalah sebuah sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi. Media komunikasi sangat berperan dalam kehidupan masyarakat. Proses pengiriman informasi dijaman keemasan ini sangat canggih. Teknologi telekomunikasi paling dicari untuk menyampaikan atau mengirimkan informasi ataupun berita karena teknologi telekomunikasi semakin berkembang cepat, tepat, akurat, mudah, murah, efektif dan efesien. (Hermawan, 2021:9).

Media sosial saat ini adalah salah satu media yang sering digunakan masyarakat diera digital. Salah satunya adalah aplikasi media instagram. Indonesia termasuk ke dalam Negara yang memilliki tingkat belanja online yang relatif tinggi, ditandai dengan munculnya berbagai aplikasi media sosial yang memiliki pengguna terbanyak seperti instagram, shoppe, lazada, line, whatsapp, *facebook*, dan *twitter*. Menurut sumber e-marketer.com tahun 2017 menyatakan media sosial yang paling popular dengan pengguna terbanyak di Indonesia adalah instagram. Maka tak heran bahwa aplikasi media sosial instagram tersebut menjadi tempat sarana promosi online shop yang paling efektif.

Menurut *Country Director Facebook* Indonesia Sri Widowati pada tahun 2017 pengguna Instagram mengalami peningkatan yang sangat pesat dengan jumlah penguna aktif mencapai 45 juta setiap bulan. Hal ini menjadikan Indonesia didaulat sebagai Negara dengan pengguna Instagram terbesar di Asia Pasifik Dan dalam kancah Internasional Indonesia menjadi Negara dengan pengguna Instagram terbesar di dunia dengan jumlah 700 juta pengguna. Instagram menjadi sosial media yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia karena memiliki fitur yang sangat menarik diantaranya sebagai wadah untuk mengeskpresikan diri dan sebagai kebutuhan bisnis. Fitur yang menarik dan sering digunakan untuk kebutuhan bisnis yaitu fitur *Instagram Story* dan *live* Instagram. *Instagram Stories* memiliki 250 juta pengguna aktif setiap hari secara global dan sepertiga dari konten yang paling dilihat berasal dari sektor bisnis. Hal ini menjadikan Indonesia termasuk ke dalam 5 besar Negara yang menjadikan Instagram sebagai akun bisnis.

Media sosial menurut Dailey (2009:3) adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetaui orang, membaca dan berbagi berita, serta mencari informasi dan konten. Ada ratusan saluran sosial media yang beroprasi di seluruh dunia saat ini, yakni *facebook*, dan *twitter* (Badri, 2011:132)

Saat ini media sosial menjadi salah satu peluang penting bagi masyarakat untuk membuka usaha produk apapun. Karena masyarakat bisa mempromosikan produk usahanya di media sosial salah satunya media sosial instagram. Masyarakat bisa menggunakan media sosial untuk menarik pengunjung dan memberikan informasi-informasi terkait dengan event-event yang akan diadakan kepada masyarakat. Pemanfaatan sosial media dapat berimbas positif bagi pencitraan obyek atau destinasi wisata (Ellya, 2015).

Di zaman sekarang aplikasi media sosial instagram adalah salah satu media sosial raksasa yang sudah pasti sebagian besar orang sudah mengetahui bahkan menggunakannya. Aplikasi media sosial instagram sangatlah banyak digunakan untuk sehari-hari. Bahkan masyarakat diberbagai Negara memakai aplikasi instagram tersebut. Penggunanya sangat beragam, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, dari mahasiswa hingga pembisnis. Media sosial ini berfokus pada *platform* foto dan video, menjadi semakin populer karena adanya endorse di aplikasi instagram ini. Maka tak heran jika banyak pembisnis yang menggunakan aplikasi instagram sebagai media promosi *onlineshop* untuk bisnis mereka.

Tren ini sudah banyak dilakukan oleh para perusahaan terbesar didunia, seperti yang kita ketahui brand ternama didunia seperti *Dior*, dan *Gucci* kini telah memiliki akun *official* instagram sendiri untuk menarik perhatian konsumen dengan menggunakan aplikasi instagram sebagai media promosi. Jika dibandingkan dengan *facebook* dan *twitter* aplikasi media sosial instagram adalah media sosial yang memliki pengguna aktif terbesar selama enam bulan terakhir. Dari data terakhir 6 bulan yang lalu jumlah foto yang di unggah ke instagram sudah mencapai 16 miliar. Setiap hari, 55 juta pengguna mengunggah fotonya. Sebuah situs marketing digital menyebutkan bahwa pengguna instagram sudah lebih dari 75 juta perhari.

Dalam setiap bulan rata-rata pengguna instagram menghabiskan waktu kunjung selama 257 menit. Dan setiap harinya, jumlah orang yang memberi like mencapai 1, 2 miliar. Maka tak heran jika aplikasi media sosial instagram sudah menjadi hal yang wajib untuk di akses setiap hari oleh para pengguna aplikasi media sosial *instagram*.

Tidak hanya itu, aplikasi media sosial *instagram* pun memiliki fitur baru yang menarik seperti instagram story, filter, IG TV, dan fitur jaringan lainnya. Ketika pertama kali diluncurkan pada 2010, instagram mengklaim memiliki 25.000 pendaftar akun. Hingga dapat dibandingkan dengan aplikasi media sosial lainnya contohnya seperti *facebook* dan *twitter*.

Dalam buku Pengantar Bisnis, M. Fuad menyatakan bahwa pengertian promsi yaitu; Promosi adalah bagian dari bauruan pemasaran yang besar perannya. Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Promosi dikatakan sebagai proses berlanjut karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan perusahaan yang selanjutnya. Karena itu promosi dikatakan sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi agar melakukan pertukaran dalam pemasaran. Kegiatan dalam promosi ini pada umumnya periklanan, personal selling, serta hubungan masyarakat dan pubisitas. Promosi sangat erat hubungannya dengan marketing mix (2006: 130).

Promosi juga merupakan salah satu usaha untuk mengenalkan produk kita kepada konsumen. Ada banyak cara yang dilakukan untuk mempromosikan produk agar menarik perhatian para konsumen, seperti promosi melalui aplikasi media sosial instagram dengan cara mengupload foto atau *instagram* *story* di aplikasi instagram akan sangat menguntungkan bagi owner pengusaha onlineshop karna selain menguntungkan berpromosi melalui aplikasi instsagram tersebut tidak mengeluarkan banyak biaya, karna orang yang mengikuti (*followers*) akun isnstagram tersebut adalah orang orang yang tertarik dengan produk yang kita jual. Tetapi akan lebih baik jika lebih banyak *followers* karna yang pasti lebih banyak orang yang melihat atau lebih tertarik pada produk yang dijual *onlineshop* serta mempermudah jalannya promosi, Tetapi hal tersebut tidak akan menjamin bahwa akan adanya hambatan pada saat melakukan promosi di aplikasi media sosial *instagram* ini.

Dari hasil pemaparan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana proses strategi promosi yang dilakukan oleh *onlineshop* *lucytoo*.*co* di media sosial instagram mengangkat judul penelitian. “**INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE SHOP *LUCYTOO.CO”.***

**1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

**1.2.1. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas peneliti memfokuskan penelitian pada pemanfaatn media *instagram* yang di gunakan oleh *luctoo.co* sebagai media pemasaran *online shop* mereka.

**1.2.2. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti mengidentifikasikan

masalah tersebut sebagai berikut :

1). Bagaimana Strategi *Computing*, *Communication* dan *Content* yang di lakukan oleh *online shop* *luctoo.co*.

2). Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan *online shop* *luctoo.co* pada media sosial *Instagram.*

3). Apa saja konten promosi yang disajikan oleh *online shop* *luctoo.co* melalui *Instagram*.

**1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

**1.3.1. Tujuan Penelitian**

1).Untuk mengetahui Strategi *Computing*, *Communication* dan *Content* yang di lakukan oleh *online shop* *luctoo.co.*

2).Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan *online shop* *luctoo.co* pada media sosial *Instagram*.

3).Untuk mengetahui apa saja konten promosi yang disajikan oleh *online shop* *luctoo.co* melalui *Instagram.*

**1.3.2. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kemajuan dan pengembangan Ilmu Pengetahuan dalam bidang Komunikasi, khususnya dalam bidang *public relations*. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bantuan rujukan bagi teman-teman yang berusaha untuk mengkaji hal ini lebih lanjut.

**1.3.2.1. Kegunaan Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan dan menambah wawasan dalam bidang ilmu komunikasi khususnya hubungan masyarakat sebagai bahan perbandingan antara teori serta penerapan pada instansi yang bersangkutan.

2. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan sumbangan pemkiran bagi instansi yang bersangkutan.

**1.3.2.2. Kegunaan Teoretis**

1. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pada kajian ilmu komunikasi sebagai pengembangan ilmu komunikasi khususnya mnengenai bidang kehumasan.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kelengkapan keputusan dalam bidang disiplin ilmu khususnya yang berhubungan dengan komunikasi dan hubungan masyarakat, serta dapat dijadikan bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan dengan masalah yang diteliti.