

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Bisnis merupakan kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan dalam berbagai bidang, baik jumlah maupun waktu. Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial. Dari sekian banyak tujuan yang ada dalam bisnis, profit memegang peranan penting dan banyak dijadikan alasan dalam memulai suatu bisnis.

Pada zaman modern sekarang ini banyak bisnis berkembang dibidang jasa yang bersinggungan dengan internet, Ketika kebutuhan akan informasi, *entertainment*, dan *lifestyle* mulai bersinggungan dengan internet, menjadikan kebutuhan akan koneksi internet meningkat. Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Salah satu bisnis yang berkembang dibidang jasa yaitu warnet. Warung internet yang biasa disingkat warnet adalah salah satu bentuk usaha yang dikelola oleh kelompok maupun individu yang memberikan pelayanan dalam bentuk jasa internet oleh penggunanya. Biasanya dikenakan biaya per jam atau lebih, sesuai lama penggunaannya.

Perkembangan akan kebutuhan informasi begitu cepat khususnya internet. Banyak penyedia layanan yang telah menyediakan layanan internet seperti Biznet, Speedy, dan sebagainya. Meskipun penyedia layanan internet semakin banyak namun masih banyak orang yang ingin menggunakan internet ketika benar-benar membutuhkan. Disamping itu dapat dipungkiri juga banyak orang tidak menggunakan layanan internet seperti Biznet dan Speedy dikarenakan biaya yang cukup mahal. Penggunaan hotspot berbayar sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan internet yang terjangkau dan mempunyai kecepatan yang lebih dan tidak ada pembatasan kuota seperti modem.

Saat ini, dunia telah mengenal suatu teknologi yang dinamakan internet. Melalui internet, manusia dapat memperoleh dan menyampaikan berbagai informasi yang

dibutuhkan kapan saja dan dimana saja. Internet memanfaatkan jaringan global dan dapat diakses 24 jam sehari. Ketika kita memerlukan informasi hanya dalam hitungan detik kita dapat memperolehnya dengan mengakses internet. Bisa kita bayangkan besarnya peran media internet dalam kehidupan kita. Peluang ini kemudian diwujudkan menjadi sebuah usaha yang disebut “Warung Internet (Warnet)”.

Warnet merupakan salah satu peluang bisnis di sektor jasa dengan pasar potensial yang terus berkembang. Bisnis warnet banyak bermunculan dimana-mana menjadi salah satu bukti bahwa bisnis ini benar-benar sangat potensial. Kondisi seperti inilah yang dimanfaatkan oleh wirausahawan untuk membuka usaha penyedia jasa internet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

Warung Internet (Warnet) merupakan salah satu tempat penyedia jasa layanan internet yang sering dikunjungi masyarakat baik itu orangtua, anak-anak maupun mahasiswa. Saat ini, usaha warnet mengalami perkembangan pesat. Pengusaha warnet berlomba-lomba untuk mendapatkan banyak pelanggan dengan memberikan fasilitas layanan akses internet terbaik. Banyak warnet yang setiap harinya dikunjungi banyak pelanggan namun karena fasilitas komputer yang kurang pada warnet maka pelanggan biasanya tidak mendapatkan tempat untuk mengakses internet.

Mengatasi masalah tersebut maka hotspot area adalah solusi untuk memberikan layanan internet melalui media transmisi wireless kepada pelanggan yang membawa laptop atau gadget pribadi. Disamping itu masalah pada penanganan user yang tidak optimal dan sulit untuk menentukan batas akhir penggunaan user yang tidak terkontrol dengan baik sehingga banyak user yang sudah habis masa aktifnya masih bisa menggunakan internet karena kelalian administrator. Manajemen waktu penggunaan internet terhadap user terkadang tidak terlalu diperhatikan oleh para administrator warnet. Adanya manajemen limitasi waktu penggunaan internet akan membuat otomatis user akan tidak terhubung ke internet ketika waktunya telah habis.

Namun tidak sedikit juga Warung internet ini semakin hari semakin tidak diminati sebagian pilihan usaha yang menguntungkan. Kondisi ini bisa dilihat dari banyaknya warnet yang gulung tikar. Target utama dan sangat menjanjikan dari usaha ini adalah kalangan masyarakat yang mempunyai hobi memainkan *game*. Dengan adanya warung internet ini bisa menjadi saran hiburan bagi kalangan masyarakat untuk memainkan *game online*. Kita tau bahwa game online di jaman sekarang memang banyak pematik untuk

memainkan game tersebut. Cukup mengeluarkan uang 4.000 rupiah/jam, sudah bisa menikmati banyak game yang bisa dimainkan oleh para penggunanya dengan teknologi tersebut.

Eksistensi berasal dari kata Bahasa latin *existere* yang artinya muncul, ada, timbul, dan memiliki keberadaan aktual. Existere disusun dari ex yang artinya keluar dan sistere yang artinya muncul atau tampil. Terdapat beberapa pengertian tentang existensi yang dijelaskan menjadi empat pengertian. Pertama, eksistensi adalah apa yang ada. Kedua, eksistensi adalah apa yang memiliki aktualitas. Ketiga, eksistensi adalah segala sesuatu yang dialami dan menekan bahwa sesuatu itu ada. Keempat, eksistensi adalah kesempurnaan.

Menurut Sjafirah dan Prasanti (2016:3-4), eksistensi di artikan sebagai keberadaan. Dimana keberadaan yang dimaksud adalah adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya kita. Eksistensi ini perlu “diberikan” orang lain kepada kita, karena dengan adanya respon dari orang di sekeliling kita ini membuktikan bahwa keberadaan atau kita diakui. Masalah keperluan akan nilai eksistensi ini sangat penting, karena ini merupakan pembuktian akan hasil kerja atau performa di dalam suatu lingkungan. Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, dijelaskan bahwa: “Eksistensi artinya keberadaan, keadaan, adanya” (Idrus, 1995 : 95). Selain itu dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dikemukakan bahwa: “Eksistensi; kebendaan, adanya” (Tim Penyusun, 2005 ; 288).

Minat Konsumen Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan. Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinneer dan Taylor minat membeli adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan

Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut, minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu, dapat

dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu.

Pemahaman terhadap perilaku konsumen tidak lepas dari minat membeli, karena minat membeli merupakan salah satu tahap yang pada subyek sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Titik tolak memahami pembeli adalah model rangsangantanggapan (stimulus-response model) apa yang didengar oleh telinga apa yang dilihat oleh mata apa yang dicium oleh hidung itulah yang disebut stimulus.

Rangsangan pemasaran dan lingkungan masuk ke dalam kesadaran pembeli. Karakteristik dan proses pengambilan keputusan pembeli menghasilkan keputusan pembelian tertentu. Iklan berbagai macam produk yang ditayangkan adalah stimulus yang dirancang khusus oleh produsen agar menarik perhatian konsumen. Produsen mengharapkan konsumen menyukai iklan produknya, kemudian menyukai produknya dan membelinya.

Menurut Kotler, Bowen, dan Makens terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang dalam proses pengambilan keputusan pembelian, yaitu situasi tidak terduga (Unexpected situation) dan sikap terhadap orang lain (Respect to Others).

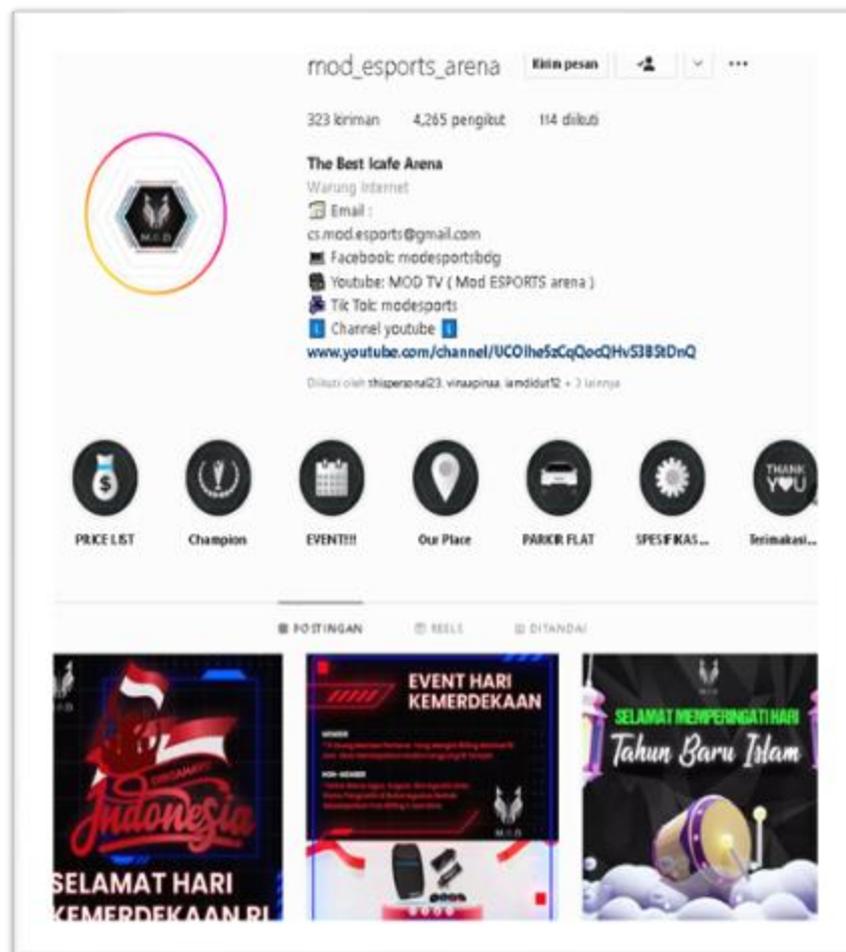
Menurut Kotler dan Keller, manajemen pemasaran adalah sebuah ilmu yang mempelajari tentang tata cara pemilihan dan memperoleh target pasar, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan dengan menciptakan, menyampaikan dan mengkomunikasikan keunggulan suatu nilai kepadapelanggan. Orang-orang pemasaran memasarkan 10 tipe entitas, barang, jasa, acara, pengalaman, orang, tempat, properti (hak kepemilikan), organisasi, informasi dan ide.

Sebelum mengenal media internet, manusia dalam mencari informasi cukup banyak membutuhkan biaya dan waktu yang cukup lama, terutama dalam kegiatan penemuan dan pencarian informasi yang dibutuhkan yang semuanya masih mengandalkan media kertas, dan mereka masih harus mencari di sebuah katalog dan media lainnya.

Pencarian dan penggunaan informasi sendiri merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari hari manusia. Mencari dan menggunakan informasi adalah bagian tetap dalam kehidupan manusia banyak mahasiswa mencari informasi yang dibutuhkannya tanpa membuang banyak waktu untuk itu kebanyakan dari

mahasiswa mencari informasi yang dibutuhkannya dengan menggunakan media internet. Pengguna membutuhkan informasi yang akurat, relevan, ekonomis, cepat, tepat, serta mudah didapatkan. Pada saat ini pengguna di hadapkan kepada beberapa permasalahan seperti banjir informasi, informasi yang di sajikan tidak sesuai, kandungan informasi yang diberikan kurang tepat, jenis informasi kurang relevan, bahkan ada juga informasi yang tersedia namun tidak dapat dipercaya (Blasius Sudarsono, 2009). Permasalahan tersebut menjadi menjadi sebuah tantangan bagi penyedia informasi. Informasi menjadi kebutuhan pokok bagi pengguna tertentu sehingga jika kebutuhan informasinya tidak terpenuhi akan menjadi masalah bagi pengguna. Informasi yang di butuhkan oleh pengguna bertujuan untuk menambah pengetahuan, dan meningkatkan keterampilan yang pada akhirnya bisa merubah sikap dan perilakunya. Kebutuhan informasi bagi setiap pengguna berbeda beda antara pengguna yang satu dengan pengguna yang lain.

**Gambar 1.1 Akun Instagram Mod Esport Arena**



*(Sumber: Dokumen pribadi peneliti, Screenshot)*

**Gambar 1.1 Ruang Mod Esport Arena**



Penelitian ini dilakukan dengan tema dan judul diatas karena peneliti melihat sebuah fenomena dimana warung internet harus beradaptasi seiring berkembangnya zaman. Melihat sangat banyak warung internet yang bedara di Kota Bandung menjadi suatu persaingan agar warung internet tetap eksis demi keberlangsungan bisnisnya. Warung internet juga kini bisa menyediakan banyak prospek kerja bagi yang meminati dibidang Operator, farming game, penyedia jasa makanan dan minuman.

Selain hal itu, peneliti juga termotivasi mempunyai keingintahuan yang besar terhadap dunia cyber café arena atau juga bisa disebut dengan warung internet, peneliti juga merupakan pelaku dan konsumen cyber café arena itu sendiri. Oleh karena itu berdasarkan konteks penelitian diatas peneliti ingin meneliti lebih lanjut hal tersebut dengan mengambil tema dan judul (**Strategi Komunikasi Pemasaran Warung internet Mod Esport Arena Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan** )

## 1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

### 1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini akan berfokus pada bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Mod Esport Arena untuk terus meningkatkan minat konsumen dengan menggunakan teori dan metodologi terkait sebagai alat dan dasar penelitian dilakukan.

### 1.2.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana strategi *Advertising* yang dilakukan oleh Mod Esport Arena dalam meningkatkan minat pelanggan?
2. Bagaimana strategi *Public Relation* Mod Esport Arena agar dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan ?
3. Bagaimana strategi *Sales promotion* yang dilakukan Mod Esport Arena untuk menarik minat dari pelanggan ?
4. Apa saja *Event and sponsorship* yang dilakukan Mod Esport Arena untuk bisa menarik perhatian pelanggan ?
5. Bagaimana strategi *Personal selling* yang dilakukan oleh Mod Esport Arena untuk meningkatkan minat pelanggan ?

## 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini selain untuk syarat memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penyusunan laporan skripsi sebagai syarat kelulusan ujian sidang sarjana jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi *Advertising* yang dilakukan oleh Mod Esport Arena dalam meningkatkan minat konsumen.
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi *Public relation* yang dilakukan oleh Mod Esport Arena dalam meningkatkan minat konsumen.

3. Untuk mengetahui bagaimana strategi *Sales promotion* yang dilakukan oleh Mod Esport Arena dalam meningkatkan minat konsumen.
4. Untuk mengetahui bagaimana strategi *Event and sponsorship* yang dilakukan oleh Mod Esport Arena dalam meningkatkan minat konsumen.
5. Untuk mengetahui bagaimana strategi *Personal selling* yang dilakukan oleh Mod Esport Arena dalam meningkatkan minat konsumen.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu yang berkaitan dengan judul penelitian. Adapun kegunaan teoritis dan juga kegunaan praktis.

### **1.3.3 Kegunaan Teoritis**

Untuk menambah ilmu dan wawasan bagi penulis mengenai dunia game dan dunia arena café. Dan secara teoritis berguna bagi kajian ilmu komunikasi di bidang strategi komunikasi pemasaran , media komunikasi , dan public relation.

### **1.3.4 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini semoga bisa bermanfaat bagi khalayak umum untuk menjadi referensi penelitian sejenis. Selain itu juga bisa bermanfaat untuk perkembangan arena café lebih baik yang sudah lebih dahulu terbentuk sampai yang baru terbentuk. Ataupun bisa jadi berguna untuk pecinta game.