

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Hewan melata atau reptil disebut reptans dalam bahasa latin yang artinya merayap . Mereka adalah sekelompok vertebrata berdarah dingin dan memiliki sisik yang menutupi tubuh mereka. Reptil adalah hewan tetrapoda, memiliki empat tungkai dan mereka menghasilkan telur dengan embrio yang dikelilingi oleh selaput ketuban. Saat ini, reptil hidup di setiap benua kecuali Antartika. Hewan ini tidak hanya hidup di lingkungan yang gersang, tetapi juga hidup di dua kingdom yaitu air dan darat atau biasa disebut amfibi. Salah satu contoh reptile yang hidup di darat dan sedang banyak disukai oleh orang adalah Gecko. (*Reptil Bisa Jadi Hobi Plus Investasi*, 2020)

Gecko atau tokek adalah spesies kadal yang aktif di malam hari. Belakangan ini, Gecko menjadi hewan peliharaan yang sangat populer di kalangan pecinta hewan, khususnya penggemar reptil. Hal ini dikarenakan Gecko memiliki ciri khas yang unik yang biasanya terdapat pada bagian ekor dan kulitnya.

Bentuk tubuh, tekstur, dan warna kulit yang berbeda membantu Gecko bertahan hidup dan menghindari predator. Beberapa spesies Gecko bahkan memiliki ciri tubuh yang sangat unik dan mencolok sehingga membuatnya dikagumi. Sehingga hal tersebut dapat menjadi peluang bisnis bagi beberapa orang

Peluang bisnis tidak hanya datang dari kesempatan, tetapi bisa juga dari hobi. Seperti hobi memelihara reptil yang kini telah menjadi tren baru masyarakat perkotaan, hobi ini sekarang bisa menjadi lahan investasi yang menjanjikan. Kecenderungan reptil sebagai hewan peliharaan awalnya hanya berkembang di kalangan peminat saja. Namun, sejauh ini perkembangan peminat reptil meningkat pesat hingga 50% di masa pandemi. Hal ini bisa dilihat dari maraknya komunitas pecinta reptile yang baru bermunculan di berbagai daerah di Indonesia.

Seiring bertambahnya jumlah peminat, begitu pula harga reptil ini ikut melonjak. Misalnya untuk Gecko, berdasarkan akun Instagram @nagaku.reptiles, harganya bisa mencapai Rp 150.000,- untuk anakan pola standar. Sementara gecko dengan pola menarik, *Leopard Gecko* misalnya, bisa menembus hingga jutaan rupiah.

Nagaku.Reptiles merupakan UMKM yang baru berdiri sejak tahun 2020, pada awalnya, pemilik UMKM ini hanyalah seseorang yang baru mengenal reptile semenjak pandemi. Peliharaan pertamanya adalah Iguana, namun, dikarenakan perawatannya yang membutuhkan lahan besar, pemilik akun ini akhirnya melepas Iguana tersebut lalu mulai bermain dengan reptile jenis Gecko yang cenderung lebih gampang untuk dirawat.

Setelah mulai menyukai dan mempelajari tentang Gecko, pemilik UMKM ini akhirnya memiliki ide untuk menjadikannya sebagai wadah usaha karena melihat peluang dari banyaknya orang yang mulai menyukai Gecko, hingga akhirnya lahirlah akun Instagram dengan nama @nagaku.reptiles sebagai media untuk pemasaran dan penjualan Gecko.

Instagram adalah platform media sosial yang sangat populer karena banyaknya orang yang menggunakannya. Sebagian besar pengguna ini dapat menghabiskan rata-rata 28 menit per hari untuk menjelajahi aplikasi menurut data pada tahun 2020.

Sudah menjadi hal yang lumrah bagi sebagian besar pengguna Instagram untuk mengikuti toko online dan akun merek favorit mereka di Instagram. Faktanya, Milenial dan Gen Z senang menemukan cerita tentang produk dan layanan yang ingin mereka beli. Maka, itulah mengapa platform ini dapat menjadi media yang ampuh untuk memperkenalkan dan mempromosikan bisnis kepada konsumen yang hal tersebut merupakan bentuk dari strategi komunikasi pemasaran.

Nagaku.Reptiles dalam memanfaatkan media sosial instagram dalam strategi pemasarannya telah berhasil memperkenalkan jenis-jenis reptil serta menjual produknya yang berupa berbagai jenis reptil. Berdasarkan latar belakang penelitian, maka peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian terhadap Strategi Komunikasi Pemasaran yang digunakan Nagaku.Reptiles dalam memasarkan reptile melalui media sosialnya. Maka, judul yang diangkat oleh peneliti yaitu “Strategi Komunikasi Pemasaran Nagaku.Reptiles di Media Sosial Instagram”

## **1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian di atas maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah “**Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Nagaku.Reptiles Melalui Media sosial *Instagram***”

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian tersebut maka penelitian mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana jenis dan kualitas *product* Nagaku.Reptiles yang dipasarkan di media sosial instagram?
2. Bagaimana *price* Nagaku.Reptiles sesuai dengan segmentasi pasar di media sosial Instagram?
3. Bagaimana *promotion* Nagaku.Reptiles yang dilakukan di media sosial Instagram?
4. Bagaimana menentukan *place* untuk melakukan proses penjualan Nagaku.reptiles di media sosial Instagram?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui *product* Nagaku.Reptiles yang dipasarkan di media sosial Instagram
2. Untuk mengetahui *price* Nagaku.Reptiles sesuai dengan segmentasi pasar di media sosial Instagram

3. Untuk mengetahui *promotion* Nagaku.Reptiles yang dilakukan di media sosial Instagram
4. Untuk mengetahui *place* dalam melakukan proses penjualan Nagaku.Reptiles di media sosial Instagram

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini diharapkan bisa menaruh manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini sebagai kegunaan teoritis & kegunaan praktis, yang secara generik sanggup menaruh manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

##### **1. Kegunaan Teoritis**

- a) Menjadi referensi tinjauan ilmiah penelitian berikutnya mengenai pemanfaatan media sosial Instagram menjadi media komunikasi pemasaran.
- b) Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat & sumbangan ilmu pada kajian Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran pada media sosial Instagram.

##### **2. Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menaruh manfaat, menambah pengetahuan & pengalaman baik buat penulis, baik secara teoritis juga praktis, dan menambah wawasan mengenai pelaksanaan teori-teori pada komunikasi yang peneliti bisa selama kuliah khususnya pada meneliti mengenai taktik promosi. Selain itu output penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi

bagi peneliti lain yang melakukan penelitian menggunakan topik yang serupa dengan penelitian ini.

### 3. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian tentang strategi komunikasi pemasaran Nagaku.Reptiles melalui media sosial Instagram ini bagi perguruan tinggi diharapkan bisa sebagai dokumen & bisa dijadikan acuan bagi kegiatan akademi