

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman yang semakin modern ini, banyak sekali teknologi yang telah berkembang yang membuat manusia semakin mudah untuk melakukan apapun. Perkembangan teknologi ini terjadi di beberapa bidang yakni salah satunya adalah teknologi di bidang presentasi. Sekarang ini, teknologi semakin canggih, dan membuat presentasi menjadi lebih menarik.

Ketika kita masih duduk di bangku sekolah dasar setiap kelas maupun ruangan untuk presentasi masih menggunakan papan tulis kapur. Semakin berkembangnya zaman, papan tulis kapur mulai ditinggalkan dan beralih dengan menggunakan papan tulis *whiteboard* (dengan menggunakan spidol). Sampai saat ini masih banyak ruangan pembelajaran maupun presentasi yang menggunakan papan tulis *whiteboard* ini, namun beberapa sudah beralih ke teknologi presentasi dengan menggunakan proyektor karena ada yang menganggap biaya yang dikeluarkan untuk pembelian penghapus dan spidol tidak efisien

Selanjutnya, teknologi presentasi yang sedang berkembang saat ini yakni *interactive whiteboard* (papan tulis interaktif). Papan tulis interaktif ini dapat menjadi solusi yang baik untuk digunakan di ruang pembelajaran maupun ruang meeting yang menginginkan presentasi yang interaktif. Interaktif disini yakni memiliki teknologi layar sentuh serta dapat pula mengefisienkan penggunaan spidol dan penghapus, karena dengan memiliki teknologi layar sentuh, kita dapat menulis maupun menghapus hanya dengan menggunakan tangan kita saja.

Selain itu, mekanisme penggunaan dari papan tulis interaktif tetap menggunakan proyektor, yang berbeda hanya pada penggunaan layar yang biasa digunakan oleh proyektor diganti dengan papan tulis interaktif. Namun perlu digaris bawahi, untuk penggunaan dari papan tulis interaktif agar bisa berfungsi dengan maksimal, diharuskan untuk menggunakan

proyektor *short throw* / proyektor *ultra short throw*. Hal ini dikarenakan untuk menghindari terganggunya sinar yang dihasilkan proyektor biasa seperti pada penjelasan sebelumnya. Oleh karena itu, dengan menggunakan proyektor *short throw* / proyektor *ultra short throw* dapat meminimalisir kekurangan dari proyektor biasa.

Terbaru, terdapat teknologi presentasi dengan menggunakan *interactive flat panel* dimana dengan teknologi ini dapat memberikan pengalaman yang sangat baik terhadap penggunanya. Teknologi *infrared* yang sangat memungkinkan pengguna untuk menggunakan tangan maupun *pen*. Selain itu kemudahan dalam penggunaannya pun sangat menarik karena tidak perlu mempersiapkan waktu yang lama untuk proses instalasi penggunaannya.

Dengan segala keunggulan dan manfaatnya, *interactive flat panel* sangat memiliki potensi untuk semakin banyak digunakan oleh masyarakat tak hanya untuk ruang *meeting*, namun bisa juga digunakan di beberapa ruang kelas sebagai pengganti papan tulis, proyektor, papan tulis interaktif dan lainnya.

Tabel 1.1.1 Market Share BenQ IFP

Brand	Tahun			
	2015		2016	
	Unit	Market Share	Unit	Market Share
BenQ	17	13%	29	5%
Hitevision	2	1%	10	3%
Infocus	11	5%	78	15%
LG	18	3%	28	2%
NEC	5	1%	11	5%
Panasonic	35	12%	8	18%
Promethean	12	7%	34	3%
Ricoh	3	1%	21	5%
Samsung	28	3%	42	8%
Sharp	18	15%	22	3%
SMART	50	3%	62	12%

Viewsonic	9	8%	12	8%
Others	45	28%	24	13%
Total	212	100%	381	100%

Penelitian kali ini, penulis akan mengerucutkan pada merek BENQ *interactive flat panel*, yang dimana mempunyai banyak sekali kompetitor yang bermain di Indonesia seperti *smarboard*, *mondopad infocus*, *viewsonic* dan lain-lain. Oleh karena itu strategi dalam pada menjalankan suatu usaha agar bisa bersaing dengan kompetitor bahkan melebihi sangat penting dan menjadi lebih besar dan menjadi suatu tolak ukur yang utama agar usaha penjualan produk ini dapat berkembang menjadi lebih besar dan dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Oleh karena itu, tentu banyak sekali strategi-strategi yang harus direncanakan dan dijalankan agar usaha penjualan BENQ *interactive flat panel* ini dapat menjadi lebih berkembang. Permasalahan pokok yang dihadapi oleh PT Datsacrip untuk produk BENQ *interactive flat panel* ini adalah membutuhkan strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan produk ini agar tetap dapat bersaing di tengah kondisi ekonomi yang sedang sulit serta banyak kompetitor yang sejenis maupun produk substitusi lainnya.

Produk BenQ *interactive flat panel* mulai dipasarkan oleh PT Datsacrip mulai tahun 2015, namun dari penjualan produk ini tidak mengalami peningkatan yang baik, bahkan cenderung fluktuatif, serta presentasi pangsa pasar yang masih kecil. Oleh karena itu, tentu banyak sekali strategi-strategi yang harus direncanakan dan dijalankan agar usaha penjualan BENQ *interactive flat panel* ini dapat menjadi lebih berkembang dibandingkan dengan kompetitor oleh karena itu PT Datsacrip harus menentukan suatu strategi dalam upaya mengembangkan usahanya ditengah persaingan dan untuk merebut pangsa pasar dengan para pesaingnya.

Maka dari itu penulis melakukan penelitian yang berjudul “Strategi *Brand Communication* Dalam Membentuk *Awareness* BENQ *Interactive Flat Panel*”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi *brand communication* dalam membentuk *awareness* produk *BENQ Interactive Flat Panel*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi *brand communication* dalam membentuk *awareness* produk *BENQ Interactive Flat Panel*
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi strategi *brand communication* dalam membentuk *awareness* produk *BENQ Interactive Flat Panel*

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis kegunaan penelitian ini adalah untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang Marketing Communication. Memberikan manfaat perkembangan teknologi informasi sebagai wawasan dan pengetahuan bagaimana cara mempertahankan konsumen dan calon konsumen melalui strategi-strategi iklan serta mengetahui *awareness* masyarakat melalui media iklan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu referensi bagi para mahasiswa/i konsentrasi marketing communication mengenai strategi-strategi *brand communication* dalam membentuk *awareness* kepada masyarakat terhadap produk jasa tersebut.

1.5 Sistematika Penelitian

Berikut adalah penjabaran lengkap mengenai sistematika penulisan penelitian yang diuraikan secara kualitatif, yaitu:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematis penulisan yang dijabarkan secara singkat kerangka laporan penelitian yang akan penulis teliti.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan uraian mengenai tinjauan pustaka yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas, operasional dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan metode dan desain penelitian yang digunakan oleh penulis. Unit analisis, kategori, definisi kategori serta analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum, objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan juga disertai saran agar penelitian ini dapat lebih baik.

