

BAB I PENDAHULUAN

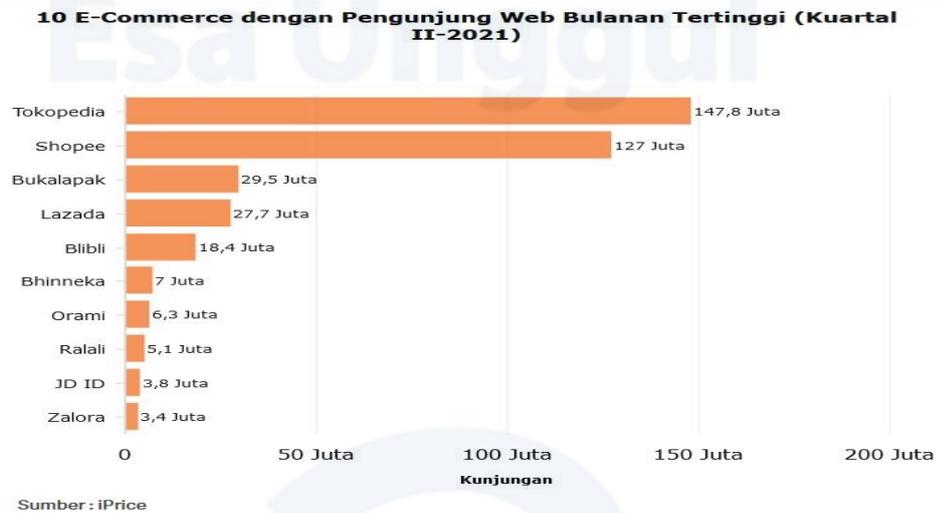
1.1 Latar Belakang

Seiring dengan banyaknya Ecommers di indonesia maka berbagai cara tentu dilakukan oleh perusahaan untuk dapat menggait dan memikat masyarakat untuk dapat menggunakan aplikasi berbelanja online dikarenakan Industri e-commerce di Indonesia saat ini semakin melesat dan berkembang bisa dikatakan mencapai puncaknya. Mayoritas orang dijamin sekarang lebih nyaman berbelanja melalui aplikasi marketplace online yang tersedia secara praktis dan mudah digunakan hanya dengan smartphone dan ditambah dengan teknologi yang semakin canggih dibandingkan harus datang ke toko secara langsung. Sehingga Persaingan dalam penjualan dan penggunaan e-commerce di indonesia juga meningkat seiring dengan membesarnya industri ini

Hal tersebut secara tidak langsung membuat bisnis e-commerce yang ada di indonesia meningkat secara signifikan. Tak hanya itu, persaingan bisnis e-commerce saat ini menjadi semakin kompetitif. Marketplace yang ada diprediksi akan menjadi semakin kuat sehingga membuat banyak e-commerce asing maupun lokal yang terus mengalami perkembangan dan maju secara pesat. persaingan industri e-commerce di Indonesia ini semakin sengit di antara lima nama besar yakni Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, dan Blibli disusul dengan e-commerce lainnya. Hal itu terungkap dalam riset SnapCart dengan metode online survei sejak September 2021, tergambar melalui angka kunjungan ke situs web dan pengguna aplikasi e-commerce di Indonesia.

Mengutip data yang di dapat dari situs analisis digital iPrice, pada kuartal II 2021 terdapat pengunjung web bulanan tertinggi pada 10 E-commers di indonesia yang berada pada tingkat yang berbeda beda, dimana pada situs web Tokopedia berada di peringkat pertama dengan memiliki rata-rata 147,8 juta pengunjung per bulan. Sementara, urutan ke-2 di isi oleh e-commerce Shopee dengan jumlah kunjungan situs web sebanyak 127 juta per bulan dan Bukalapak yang menyusul pada posisi ke-3 dengan 29,5 juta pengunjung dan situs web dalam periode yang sama disusul oleh e-commers lainnya. Dan berikut data daftar peringkat pengunjung E-commerce yang di dapatkan .

Gambar 1.1
Daftar pengunjung E-Commerce



Berbagai cara tentu dilakukan oleh perusahaan untuk dapat mempertahankan ecomersnya serta untuk dapat terus memikat masyarakat salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk dapat memperbanyak pelanggan adalah dengan merekrut Brand Ambassador dan penayangan iklan. Dengan Brand Ambassador dan membuat iklan yang menarik maka pelanggan akan tertarik seperti iklan Shopee sebagai media promosi yang digunakan agar dapat lebih dikenal dan di ingat oleh masyarakat. Iklan yang dilakukan oleh perusahaan shopee yaitu dengan menggait selebriti melihat situasi fenomena masyarakat yang sedang terjadi saat ini yang menggemari selebriti Amanda manopo membuat shopee melihat adanya peluang yang didapat untuk menarik minat masyarakat untuk dapat menggunakan aplikasi berbelanja online dengan shopee

Amanda manopo dipilih sebagai *brand ambassador* shopee dan menjadikannya icon bintang iklan shopee dalam mempromosikan penggunaan aplikasi shopee melalui media iklan televisi dimana saat ini Televisi merupakan media yang masih banyak diminati oleh masyarakat, disamping jangkauannya yang luas juga dapat menampilkan berbagai daya tarik sehingga jangkauannya sangat luas. Televisi dianggap penting karena televisi merupakan medium tempat berkumpulnya keluarga .

Iklan menjadi salah satu media komunikasi yang dapat digunakan untuk dapat menyampaikan pesan dengan adanya seorang bintang iklan atau artis dapat menimbulkan dampak motivasi dan ketertarikan tersendiri, dengan begitu secara tidak langsung konsumen akan terpersuasi karena akan lebih menilai subjektif . Salah satu yang dapat menarik minat seseorang dalam melihat iklan yaitu dengan menggunakan Selebriti atau bintang iklan, dan hal tersebutlah yang dipakai oleh

shopee. Selebriti sendiri merupakan seseorang yang terkenal dan populer yang memiliki suatu reputasi serta karakter atau kepribadian tertentu.

Selebriti sebagai daya tarik memastikan bahwa merek yang dimiliki oleh perusahaan akan mendapatkan perhatian besar dari pemirsa / audience sehingga hal ini pula yang dilakukan oleh perusahaan shopee menggunakan seorang selebriti sebagai bintang iklan dan Brand Ambassador merupakan hal yang penting bagi perusahaan, karena selebriti berperan besar terhadap kesuksesan Keberadaan selebriti sebagai bintang iklan sekaligus juru bicara perusahaan diyakini dapat mengangkat sebuah merek dari suatu produk menjadi lebih terkenal, dikarenakan selebriti merupakan tokoh pujaan yang dikenal banyak orang dan memiliki banyak penggemar, sehingga apa yang mereka katakan atau lakukan bahkan dapat diikuti oleh para penggemarnya. Pengguna Shopee dan suka menonton TV, pasti sudah familiar dengan iklan shopee yang dibintangi oleh Amanda Manopo dimana iklan televisi ini sering sekali bermunculan di televisi dengan mempromosikan aplikasi shopee kepada masyarakat untuk mengunduh menggunakan aplikasi berbelanja online di shopee

Amanda Gabriella Manopo Lugue atau yang dipanggil Amanda Manopo adalah Gadis cantik kelahiran Jakarta ini mengawali kariernya di industri hiburan dengan menjadi seorang aktris. Setelah itu, Manda kemudian melebarkan sayapnya ke dunia film dan iklan. Bahkan, beberapa waktu ke belakang, ia juga mulai aktif di dunia tarik suara dengan menjadi seorang penyanyi Amanda Manopo sudah memulai berkarier di dunia hiburan sejak usianya masih sangat kecil, yakni sejak 2005. Amanda Manopo memulai debut kariernya pertama kali dengan menjadi bintang iklan Berkat karirnya dan kemampuan yang dimiliki Amanda Manopo berhasil meraih penghargaan sebagai Pemeran Utama dalam Drama Series Terfavorit di ajang Indonesian Drama Series Awards 2021. Dia juga berhasil memenangkan Artis Sinetron Terpopuler dan Artis Televisi Terpopuler di ajang Indonesian Television Awards 2021.

Amanda Manopo sendiri menjadi salah satu artis kenamaan ibu kota yang sedang fenomenal, hits dan digemari oleh banyak masyarakat dimasa sekarang dimana karir nya sedang melambung tinggi. Sebagai seorang artis dan melihat beberapa dari pencapaian karir, kemampuan, total look, Value dan sifat yang dimiliki amanda manopo tentu hal tersebut masuk kedalam komponen *personal branding* tersendiri sehingga beberapa komponen yang sudah ada dan ia bangun itu sangat penting bagi seseorang untuk selalu menjaga citra dan nama baiknya dalam berkarir.

Melihat daya Tarik serta adanya beberapa komponen *personal branding* yang dimiliki Amanda Manopo didapuk menjadi Brand Ambassador Shopee karena memiliki daya tarik yang luar biasa untuk public serta terdapat beberapa komponen dalam *personal branding*. Selain itu kemampuan komunikasi yang baik, dan terpenting popularitasnya serta karirnya yang sangat tinggi, membuat Amanda jadi kandidat yang cocok mengiklankan aplikasi shoppe tersebut. Perekrutan *brand ambassador* Shopee tentu bukanlah hal yang dilakukan tanpa tujuan, melainkan untuk membangun brand awareness dan tentunya menambah jumlah dari pengguna Shopee ditengah persaingan e-commerce saat ini

Personal branding bisa diartikan upaya seorang individu dalam memasarkan karier, pengalaman, dan juga dirinya sendiri sebagai sebuah merek. Dalam dunia bisnis, *personal branding* sangat diperlukan. Bisa dikatakan, hal ini membantu individu lebih mudah dikenal dan dipercaya oleh orang lain. *Personal branding* dibentuk dan didasarkan pada nilai yang tertanam dalam diri individu tersebut dengan pengelolaan *Personal Branding* yang baik dapat membantu meningkatkan Brand Awareness secara efektif. Selain itu, strategi ini juga akan membantu meningkatkan kepercayaan pelanggan *Personal branding* yang baik akan menghasilkan citra yang baik sehingga hal ini dapat menarik masyarakat dengan *personal branding* yang dimiliki seseorang tentu akan ada hubungan baik terhadap image, brand ataupun perusahaan

Banyak beberapa faktor lain yang tentu dapat menarik minat masyarakat menggunakan aplikasi shoppe tersebut seperti kepercayaan konsumen kepada Shopee, paling banyak menawarkan promo diskon yang menarik, penawaran harga yang murah fitur kemudahan gratis ongkir seluruh Indonesia dan metode pembayaran COD di Shopee, serta dianggap dapat membantu perkembangan merek lokal dan UMKM

Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui apakah komponen *personal branding* yang dimiliki oleh amanda manopo seperti *Skill, Value, Achievements, Strength, Behaviour dan Total Look* terdapat hubungannya dengan minat penggunaan aplikasi shopee karena ada beberapa factor lain pula yang bisa membuat minat masyarakat tertarik untuk menggunakan aplikasi shopee

Kedua dengan adanya aplikasi mobile tentu memudahkan masyarakat untuk dapat berbelanja secara online dari rumah namun apakah semua orang sudah mempunyai dan menggunakan aplikasi online shopee tersebut sebagai kebutuhan untuk berbelanja Karena saat ini penggunaan aplikasi belanja online bisa dijadikan alternatif pilihan masyarakat untuk mendapatkan atau membeli produk yang mereka inginkan dengan mudah tanpa harus keluar rumah ,dan peneliti memilih kelurahan paseban senen karena dikelurahan ini masih terkena PPKM sehingga

masih banyak masyarakat serta para pekerja yang masih bekerja dan beraktivitas di dalam rumah, selain itu peneliti memilih kelurahan paseban dikarenakan peneliti melihat adanya fenomena masyarakat yang sedang ramai membicarakan dan menggemari aktris Amanda manopo tersebut sehingga lokasi tersebut membuat peneliti tertarik untuk mendalaminya apakah ada hubungannya beberapa komponen yang dimiliki amanda manopo pada iklan shopee terhadap minat masyarakat dalam penggunaan aplikasi shopee

Berdasarkan latar belakang yang terpapar di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai hal tersebut adakah hubungan antara komponen personal branding amanda manopo terhadap minat penggunaan aplikasi shopee, adapun judul dalam penelitian ini adalah: ***“Hubungan Komponen Personal Branding Amanda Manopo Di Iklan Shopee Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Shopee Di Kelurahan Paseban Jakarta Pusat”***

1.2 Rumusan Masalah

Dari paparan hal tersebut peneliti akan melakukan penelitian untuk melihat Hubungan Komponen Personal Branding Amanda Manopo Di Iklan Shopee Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Shopee Di Kelurahan Paseban Jakarta Pusat?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui (X) “Komponen Personal Branding”
2. Untuk Mengetahui (Y) “Minat Penggunaan Aplikasi”
3. Untuk Mengetahui Hubungan antara Komponen Personal Branding (X) Dan Minat Penggunaan Aplikasi (Y)

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian ilmu komunikasi selanjutnya, khususnya dalam Komponen *Personal Branding*

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Penelitian diharapkan dapat memberikan informasi dan bermanfaat untuk orang banyak dalam mengetahui komponen *personal branding* yang akan berguna untuk membangun visi , baik di bidang pekerjaan,personal,tujuan pribadi, dan target
2. Penelitian diharapkan dapat juga menambah pengetahuan peneliti dan para akademika yang melakukan penelitian yang sama terkait komponen personal branding