

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin pesat dewasa ini, telah membuat dunia terasa makin luas dan ruang seolah menjadi tak berjarak lagi. Perubahan informasi kini tidak lagi dalam jangka minggu ataupun hari bahkan jam sudah mulai terkalahkan dengan waktu tiap detik. Istilah “media baru” (new media) telah digunakan sejak tahun 1960-an mencakup seperangkat teknologi komunikasi yang semakin berkembang dan beragam. Dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, McQuail menjelaskan bahwa “Media Baru atau New Media adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi”. Meskipun demikian, ciri-ciri massal bukanlah karakteristik utamanya. Castells berpendapat bahwa pada awalnya, internet dimulai sebagai alat komunikasi nonkomersial dan pertukaran data antara profesional, tetapi perkembangan selanjutnya adalah internet sebagai penyedia barang dan jasa, dan sebagai alat komunikasi pribadi dan antarpribadi

Di era global saat ini, fenomena media jejaring sosial sebagai bentuk kemajuan teknologi komunikasi dan informasi sudah sangat populer bukan hanya dikalangan kaum muda. Jenis-jenis media sosial muncul dengan sangat beragam, mulai dari facebook, twitter, instagram, path, dan lain sebagainya. Jenis-jenis media sosial tersebut masing-masing memiliki konten yang berbeda-beda dan unik. Namun jika dipahami secara mendalam semuanya memiliki fungsi yang sama yaitu memfasilitasi masyarakat untuk saling berkomunikasi dan bersosialisasi di dunia maya tanpa terkendala oleh ruang dan waktu. Tidak hanya untuk komunikasi, kini media sosial sudah menjadi media kreatifitas. Sudah banyak orang-orang yang meraih kepopuleran melalui media sosial. Ada yang terkenal dengan karya berupa tulisan atau kicauan (tweet), ada yang terkenal dengan bakat fotografi, videografi dan masih banyak lagi bakat yang tersalurkan melalui media sosial. Bahkan media sosial seperti facebook, twitter, dan instagram juga menjadi sarana dan media perniagaan yang sangat menguntungkan bagi para pelaku bisnis, dimana media sosial dimanfaatkan sebagai media promosi dan penjualan barang atau jasa melalui dunia maya.

Saat ini peningkatan jangkauan pemasaran dan volume penjualan dapat dilakukan dengan internet marketing atau social media. Social media yang sering digunakan untuk pemasaran salah satunya adalah Instagram. Salah satu

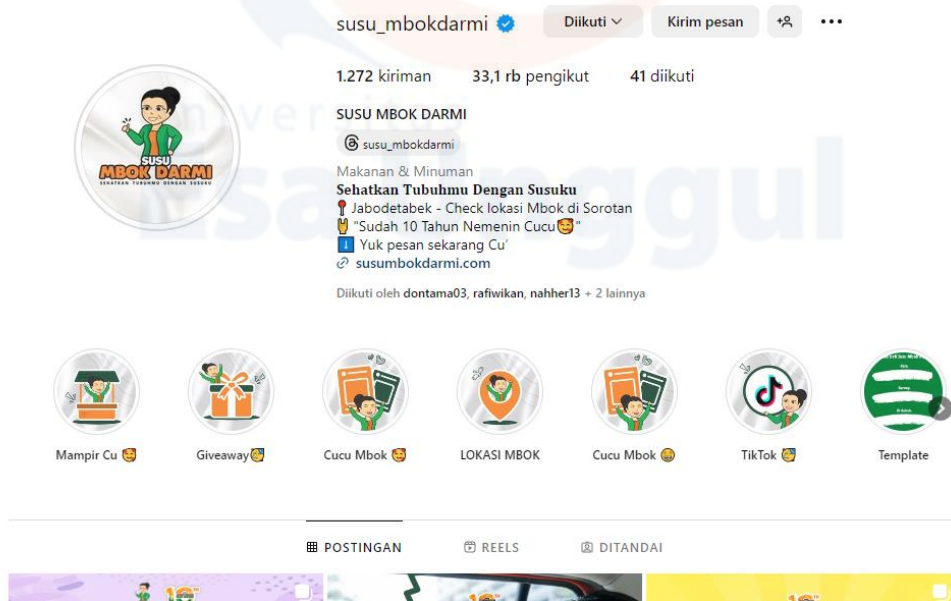
strategi yang digunakan dalam pemasaran produk adalah pemilihan konten-konten untuk di-post ke Instagram. Antusiasme para pelaku bisnis soal konten meningkat. Peralnya, response audience terhadap konten demikian cukup positif. Dimana 53% waktu online mereka lebih banyak dihabiskan untuk “menikmati” konten. Dari sisi pelaku bisnis, kontenlah penyebab situs mereka mengalami kenaikan trafik pengunjung. Jumlah pengunjung naik 55% lebih banyak dibanding sebelumnya. Pertumbuhan user yang sebegitu masifnya membuat berbagai pihak “nimbrung” di dalamnya. Alhasil, persaingan antar konten pun tidak bisa dihindarkan lagi (Retnowati et al., 2019).



**Gambar 1. 1** Alasan Konten Menjadi Primadona ([crazyegg.com/blog](http://crazyegg.com/blog))

Susu Mbok Darmi, adalah susu pasteurisasi yang diproduksi Dhony Pratama bersama rekan kampusnya. Berawal dari keinginannya untuk mendapatkan uang jajan, usahanya saat ini justru maju pesat. Menurut Dhony “Ketika itu, kita ingin mendapatkan uang untuk biaya kuliah, terlebih sebagai orang perantau harus mencari uang tambahan agar mampu bertahan”. Susu Mbok Darmi merupakan produk minuman olahan susu pasteurisasi. Susu Mbok Darmi memiliki beberapa jenis menu seperti Special Mbok Darmi, Fresh Mbok Darmi dan Premium Mbok Darmi dengan beraneka pilihan rasa. Susu Mbok Darmi menggunakan bahan baku berkualitas yang merupakan susu pasteurisasi olahan sendiri yang diracik dengan buah asli dalam setiap penyajiannya. Susu Mbok Darmi berdiri sejak tahun 2013. Pertama kali, produk susunya tersebut dijual sekitaran kantin Fapet IPB. Pasokan susu di dapatkan dari kandang praktikum Fapet IPB sebanyak 10 – 20 liter per hari. Seiring perjalanan waktu, Susu Mbok Darmi tidak hanya dinikmati mahasiswa di kampus saja, namun di pinggiran kota bahkan mall di wilayah Bogor.

Berkaitan dengan penggunaan media sosial Instagram, dalam memasarkan produk Susu Mbok Darmi tak lepas dari pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi. Susu Mbok Darmi memiliki akun instagram, yaitu @susu\_mbokdarmi yang memiliki jumlah followers sebanyak 33.100 pengikut. Jumlah tersebut bisa dikategorikan banyak dan tentunya memberikan kemudahan bagi pihak Susu Mbok Darmi untuk mempromosikan produk mereka.



**Gambar 1. 2** Profile Instagram Susu Mbok Darmi

Dengan adanya akun Instagram yang dimiliki oleh Susu Mbok Darmi, pihak terkait dengan mudah dan tentunya juga gampang menyalurkan kekreatifan yang menjadi faktor yang sangat penting dalam menjalankan bisnis ditengah persaingan yang begitu sengit. Berdasarkan uraian diatas, akan dilakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Kreatif Produk Susu Mbok Darmi.”**

### 1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat di rumuskan fokus dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana pemanfaatan instagram sebagai media promosi kreatif Susu Mbok Darmi”

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan instagram sebagai media promosi Susu Mbok Darmi

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk membantu pengembangan, memperluas wawasan ilmu komunikasi khususnya media komunikasi dan pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi kreatif. Penelitian ini dapat dijadikan titik tolak bagi penelitian pemikiran lebih lanjut, baik untuk penelitian yang bersangkutan maupun oleh penelitian lain sehingga kegiatan penelitian dapat dilakukan secara berkesinambungan.
2. Secara Praktis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan informasi dan masukan bagi perusahaan yang membutuhkan pengetahuan berkenaan dengan penelitian ini dan dapat dijadikan sebagai masukan dan saran kepada pihak Susu Mbok Darmi dalam memanfaatkan instagram sebagai media promosi kreatif.