

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Periklanan Perusahaan memainkan peran yang sangat penting karena menentukan pendapatan yang dihasilkan perusahaan. Pemanfaatan media sosial sebagai media periklanan saat ini menarik untuk diteliti. Begitu pula dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, dengan berbagai inovasi yang semakin memudahkan kehidupan setiap orang, seperti semakin banyaknya pengguna internet yang mengakses layanan media sosial. Hal ini berdampak pada cara perusahaan berkomunikasi, berkolaborasi, dan memasarkan produk mereka.

Oleh karena itu, produksi memegang peranan penting dalam pembuatan keputusan dalam perusahaan. Dengan adanya promosi yang bagus perusahaan harus mencari ide-ide baru dalam promosi sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan dalam perusahaan. Umumnya jika suatu promosi menarik dan mempunyai kualitas yang baik, maka perusahaan bisa meningkatkan *brand engagement*.

Salah satu masalah yang sering terjadi adalah masalah dalam promosi. Setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan selalu berusaha mencari cara untuk memaksimalkan promosi yang dilakukan.

Persoalan yang harus dihadapi oleh perusahaan-perusahaan tersebut adalah bagaimana menemukan faktor-faktor apa yang membuat akun instagram aktif sebagai media promosi agar diperoleh keuntungan yang maksimal.

**Tabel 1.1**  
Jumlah Unit Usaha Industri Komoditas Unggulan di Kota Tasikmalaya

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Unit</b>
2019	3014
2020	3030
2021	3041
2022	4256

Sumber: *Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan, 2023*

Perkembangan bisnis lokal di Tasikmalaya semakin meningkat tiap tahunnya. Faktor penentu dari kemajuan industri ini tidak bisa dilepaskan dari aspek kebijakan ekonomi dengan tetap memperhatikan promosi produk. Lookingbest merupakan bisnis lokal yang menjual barang jadi seperti pakaian dan alas kaki. Awalnya Lookingbest hanya sebuah usaha kecil dan hanya menjual produk secara *online* kemudian bisa mempunyai sebuah *store*.

Di antara semua jenis media sosial yang tersedia, Instagram memiliki 45 juta pengguna pada kuartal pertama tahun 2017 di Indonesia. Pada pertengahan tahun 2016, Instagram memiliki 500 juta pengguna di seluruh dunia dan meningkat dua kali lipat dalam dua tahun. Selain itu, hingga 300 juta akun saat ini menjadi pengguna Instagram setiap hari. Jumlah pengguna media sosial global akan meningkat dari 0,97 miliar menjadi 2,44 miliar pada tahun 2018, dengan pertumbuhan diperkirakan meningkat sebesar 300% dalam waktu delapan tahun. Berdasarkan penelitian disimpulkan bahwa Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang semakin dimaksimalkan kehadirannya sebagai media promosi.

Peran konten dalam promosi produk Lookingbest melalui instagram sebagai media komunikasi pemasaran inilah yang kemudian menjadikan Lookingbest semakin cepat berkembang pesat dan diminati konsumen yang semula hanya berada di wilayah Tasikmalaya, kini sudah menjangkau seluruh wilayah di Indonesia seiring meningkatnya popularitas. Menurut keterangan Pemilik Lookingbest, sejak saat itu pesanan yang diterima Lookingbest per harinya tidak pernah kurang dari 100 pesanan. Penambahan karyawan pun dilakukan bukan karena minimnya efektifitas dan efisiensi operasional melainkan jumlah pesanan yang semakin meningkat drastis.

Pemilik Lookingbest merasakan bahwa konten endorse berperan menambah lalu lintas akses konsumen pada akun instagram @lookingbest.idn. Sementara itu, masih terdapat banyak konten lainnya yang juga dipublikasikan akun instagram @lookingbest.idn dalam pemasaran produknya yang belum diuraikan mengenai masing-masing peranannya.

Oleh sebab itu, penelitian ini akan menguraikan peran dari setiap konten media sosial yang dipublikasikan dalam pemasaran produk Lookingbest melalui instagram @lookingbest.idn. Metode penelitian kualitatif deskriptif dilakukan agar mampu menguraikan secara holistik mengenai peran konten media sosial dalam pemasaran produk Lookingbest melalui instagram. Pembahasan lebih lanjut secara komprehensif akan dilakukan dalam penelitian ini yang berjudul “Peran Media Sosial Instagram Dalam Mempromosikan Bisnis Lokal”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana faktor pendorong Lookingbest menggunakan Instagram sebagai media promosi?
2. Bagaimana peran media sosial instagram dalam mempromosikan Lookingbest?
3. Faktor-faktor apa yang membuat akun instagram Lookingbest aktif sebagai media promosi?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor pendorong Lookingbest menggunakan Instagram sebagai media promosi?
2. Mengetahui peran media sosial instagram dalam mempromosikan Lookingbest.
3. Mengetahui faktor-faktor apa yang membuat akun instagram Lookingbest aktif sebagai media promosi.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini yang diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi:

## 1. Teoritis

- a. Penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam promosi menggunakan media sosial instagram.
- b. Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam penelitian berikutnya mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media promosi.

## 2. Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan wawasan oleh para pelaku bisnis dalam mengembangkan bisnis dengan memanfaatkan instagram.

## 1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

### 1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Lookingbest yang berada di Ruko Plaza Asia Blok C-08 & C-09, Jl. HZ. Mustofa, Tugujaya, Kec. Cihideung, Kab. Tasikmalaya, Jawa Barat 46126.

### 1.5.2 Jadwal Penelitian

**Tabel 1.2**  
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Tahun															
		April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan <i>outline</i> dan rekomendasi pembimbing	■	■	■	■												
2	Konsultasi awal dan menyusun rencana kegiatan					■	■	■	■								
3	Proses bimbingan untuk menyelesaikan proposal							■	■	■	■	■	■				
4	Seminar proposal skripsi											■	■				
5	Revisi proposal skripsi dan persetujuan revisi											■	■				
6	Pengumpulan dan pengolahan data											■	■				
7	Proses bimbingan untuk menyelesaikan skripsi															■	■
8	Ujian skripsi, revisi skripsi, dan pengesahan skripsi															■	■

