

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cleaning Shoes merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa, khususnya jasa *cleaning shoes*. Jasa *cleaning shoes* akhir-akhir ini menjadi topik bisnis yang ramai di kalangan anak muda. Apalagi ketika tahun 2014 trend *sneakers* atau sepatu terbaru lainnya kembali muncul. Alasan munculnya bisnis ini adalah kesibukan orang bekerja atau mencari informasi, yang menyebabkan orang menyerahkan sebagian pekerjaan jasa *cleaning shoes* kepada mereka yang lebih berpengalaman. Perusahaan di bidang *cleaning shoes* menarik untuk dikembangkan karena dalam perkembangan zaman yang begitu pesat ini kebutuhan manusia semakin tinggi. Layanan yang ditawarkan oleh perusahaan ini meliputi pencucian sepatu, *repaint* sepatu, *unyellowing* sepatu dan masih banyak lagi jenis *treatment* pada *cleaning shoes* tersebut (Febriani, Putra, & Nabila, 2021).

Salah satunya seperti sepatu yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari anak kecil hingga orang dewasa. Selain menggunakan sepatu untuk melindungi kaki penggunanya, dengan perkembangan desain sepatu saat ini sudah menjadi *trend fashion*. Namun dalam perawatan banyak pemilik sepatu yang percaya bahwa cara perawatannya sama untuk semua sepatu, padahal setiap jenis sepatu membutuhkan perawatan yang berbeda tergantung bahan sepatunya. Kurangnya pengetahuan tentang perawatan atau pencucian menyebabkan cedera pada sepatu bahkan mempengaruhi kondisi sepatu. Sepatu yang kotor antara lain dapat menimbulkan bakteri dan bau yang tidak sedap, serta mengurangi rasa percaya diri dalam menggunakannya, sehingga penting untuk mencuci atau merawat sepatu tersebut. Salah satu cara kita merawat sepatu adalah dengan mencucinya (Barlutions, 2022).

Seiring perkembangan zaman dengan adanya jasa *Cleaning Shoes* bagi pengguna sepatu di kalangan masyarakat yang sesuai dengan kebutuhan merupakan salah satu cara yang tepat dan sangat memudahkan bagi pengguna sepatu. Jasa *cleaning shoes* ini dibuat untuk mengatasi masalah yang dihadapi bagi pengguna sepatu dalam hal merawat dan membersihkan sepatu, sehubungan dengan semakin padat aktivitas bagi pengguna sepatu yang dilakukan setiap harinya. Sehingga berdasarkan permasalahan diatas, maka memunculkan ide pada akun @lifeshoescare untuk membuat jasa mencuci dan merawat sepatu yang berada di Bekasi Timur.

Di era digital yang serba praktis ini, sangat membantu para pelaku jasa untuk memasarkan produk atau brand mereka di media sosial, seperti media sosial Instagram. Penggunaan media sosial Instagram tentunya sangat menguntungkan bagi para pelaku jasa karena media sosial Instagram sangat nyaman untuk digunakan. Media sosial Instagram merupakan salah satu media sosial yang sering digunakan masyarakat Indonesia. Salah satunya memudahkan berjalannya bisnis untuk para pelaku jasa dengan bantuan media sosial Instagram (Handayani & Widaningsih , 2021).

Sosial Media Instagram adalah aplikasi untuk berbagi foto dan video, yang kini telah menjadi salah satu alat pemasaran paling efektif untuk presentasi produk. Instagram merupakan aplikasi yang keefektifannya tidak lepas dari foto dan video yang dibagikan melalui akun Instagram. Instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi satu sama lain dan meningkatkan kreativitas mereka (Untari & Fajariana, 2018).

Penelitian ini akan memfokuskan pada strategi komunikasi pemasaran menggunakan fitur-fitur Instagram. Salah satu fungsi media sosial Instagram adalah untuk berbagi pesan dengan pengguna lainnya seperti informasi, gambar atau yang berupa video. Media sosial Instagram dapat membuat daya tarik dalam berbisnis dan memudahkan memasarkan tokonya ataupun membuat daya tarik tersendiri bagi

khalayak umum. Hal ini juga perlu dilakukan strategi yang cukup menarik kepuasan konsumen dengan berkomunikasi menggunakan sosial media Instagram.

Pelaku jasa *cleaning shoes* banyak yang menggunakan media sosial, salah satunya @lifeshoescare yang menggunakan media sosial Instagram untuk melakukan komunikasi pemasaran sebagai promosi online. Akun Instagram yang dibuat sejak tahun 2019 mempunyai 1.704 pengikut dan juga mempunyai 284 mengikuti. @lifeshoescare sudah mengunggah sebanyak 223 per tanggal 21 Februari 2023 terdiri dari foto, video dan juga *reels*.



Gambar 1.1 Akun Instagram @lifeshoescare

Sumber : Instagram @lifeshoescare

Sebagai konten kreator bisa mengetahui bahwa strategi yang dilakukannya melalui media sosial Instagram berhasil dengan tolak ukur melihat dari hasil konten-konten yang telah diposting dari segi banyaknya like, komen dan juga *views Reels* yang menonton konten tersebut. Dengan begitu strategi pemasaran yang dilakukan konten kreator berhasil dengan mempromosikan melalui hasil konten-konten yang telah dibuatnya seperti membuat konten memperkenalkan dan memasarkan jasa, promo atau diskon dan hasil kepuasan konsumen, dari hasil konten tersebut bertujuan untuk menarik ketertarikan konsumen.

Dalam dunia komunikasi pemasaran, evaluasi konsumen merupakan aspek penting untuk mencapai kepercayaan merek bagi pembeli berulang. Saat ini, calon pembeli aktif mencari informasi tentang ulasan produk dan layanan pilihan mereka. Informasi dapat diperoleh dengan berbagai cara, baik itu dari situs resmi, kolom ulasan, kerabat, media sosial, dan orang terpercaya (Febriani N. , 2021).

Strategi komunikasi pemasaran menjadi alat yang penting dan semakin diperhatikan secara serius dalam sistem pemasaran online untuk menjawab tantangan tersebut, dimana metode penyampaian kepada konsumen menjadi sangat penting. Tugas mendasar dari komunikasi pemasaran itu sendiri adalah bagaimana komunikasi dapat mempengaruhi kelompok sasaran untuk membeli barang dan jasa (Sarastuti, 2017).

Pemasaran adalah serangkaian kegiatan untuk memasarkan dan menjual produk atau jasa. Dengan berkembangnya zaman, periklanan juga berkembang sangat pesat dan berkembang sangat cepat. Media yang digunakan untuk beriklan pun semakin beragam dan tidak terbatas pada media tradisional atau dengan kata lain media jadul. Media yang digunakan tidak lagi terbatas pada surat kabar (Sulaeman & Frantana , 2022)

Komunikasi pemasaran dapat dipahami sebagai kegiatan pemasaran dengan menggunakan teknologi komunikasi, yang tujuannya adalah untuk menginformasikan kepada publik dengan cara yang mencapai tujuan perusahaan, yaitu terjadinya peningkatan pendapatan dari penggunaan jasa atau pembelian produk yang ditawarkan (Firmansyah, 2022)

Semakin beragam produk atau jasa yang ditawarkan dipasar semakin banyak perusahaan yang menunjukkan minatnya sendiri untuk menarik atau mempertahankan konsumen. Semakin banyak persaingan, semakin banyak pilihan yang dimiliki konsumen saat memilih produk atau jasa mana yang akan ditawarkan. Seiring persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus menerapkan strategi dan taktik baru untuk memenuhi perubahan kebutuhan, harapan dan perilaku konsumen. Pelaku

bisnis diharapkan mampu melakukan perubahan dan perbaikan terutama di bidang pemasaran. Para pelaku didunia bisnis mulai menyadari bahwa biaya untuk mendapatkan konsumen baru lebih mahal dari pada mempertahankan konsumen yang sudah ada (Triannah, Pranitasasi, & Marichs , 2017).

Para pelaku pemasar harus memperhatikan apa yang akan menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen dan berusaha melakukan yang terbaik untuk memenuhi keputusan pesaing untuk memenangkan loyalitas dari konsumen, yang nantinya akan berdampak mempengaruhi keuntungan pada jangka panjang bagi perusahaan atau jasa. Dalam strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan pada jasa *cleaning shoes* @lifeshoescare dengan menggunakan media sosial Instagram yang dimana Instagram adalah salah satu media sosial yang mudah mengakses informasi setiap harinya dan dinilai sebagai alat komunikasi yang cukup baik untuk salah satu perusahaan jasa *cleaning shoes*.

Tabel 1.1 Perbandingan Akun

No	Fitur Instagram	@lifeshoescare	@glowshoes.official	@sneakersuperclean
1.	Profil	✓	✓	✓
2.	Pin Feed	✓	-	-
3.	Highlight	✓	✓	✓
4.	Story	✓	✓	✓
5.	Live	-	-	-
6.	Reels	✓	-	-
7.	Insight	✓	✓	✓
8.	Auto replay DM	✓	✓	✓
9.	Hashtag	✓	✓	✓
10.	Followers	1.733	314	293

Sumber : Olahan peneliti

Perbandingan jasa *cleaning shoes* pada akun @lifeshoescare dengan *cleaning shoes* yang berada di Bekasi yaitu @glowshoes.official dan @sneakersuperclean. Pada *cleaning shoes* @lifeshoescare sangat memanfaatkan fitur-fitur Instagram untuk melakukan strategi komunikasi pemasarannya agar dapat menarik calon konsumen. @lifeshoescare sangat aktif melakukan promosi online melalui media sosial Instagram, setiap harinya @lifeshoescare memposting hasil pencucian sepatu konsumennya melalui *story*. Akun @lifeshoescare juga sudah memiliki banyak *followers* berbeda dengan kedua akun tersebut yang masih memiliki sedikit *followers*. Sedangkan *cleaning shoes* @glowshoes.official dan @sneakersuperclean hanya menggunakan beberapa fitur Instagram dan kedua akun tersebut tidak terlalu aktif dalam menggunakan fitur Instagram sebagai media komunikasi pemasaran.

Dengan adanya fenomena tersebut saya akan meneliti bagaimana pemanfaatan fitur Instagram sebagai media komunikasi pemasaran pada akun @lifeshoescare untuk menarik konsumen. Dari pengalaman pribadi dan hasil observasi saya saat menjadi pelanggan @lifeshoescare, hasil dari pencuciannya sangat bersih dan harga yang terjangkau sesuai dengan apa yang diposting dengan @lifeshoescare.

Alasan saya memilih objek lifeshoescare untuk saya teliti yaitu, karena saya ingin melihat bagaimana strategi komunikasi pemasaran lifeshoescare dengan menggunakan fitur-fitur Instagram. Banyaknya jasa *cleaning shoes care* di Kota Bekasi, tetapi akun lifeshoescare ini menggunakan beberapa fitur Instagram yang digunakan untuk membuat konten-konten dari hasil pencuciannya untuk menarik calon konsumen. Karena yang sudah kita ketahui saat ini banyak pengguna sepatu di semua kalangan usia, tetapi tidak semua pengguna paham dalam merawat sepatunya dengan baik. Maka dari itu akun @lifeshoescare sangat memanfaatkan fitur-fitur Instagram sebagai media komunikasi pemasarannya.

Kelebihan menggunakan media sosial Instagram, karena saat ini perkembangan Instagram sangat tinggi khususnya di Indonesia. Kondisi ini merupakan salah satu peluang untuk menggunakan media tersebut sebagai sarana

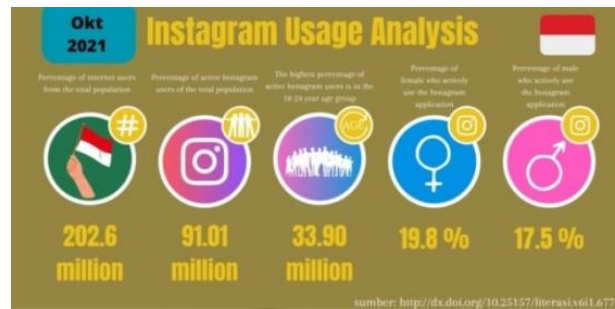
bisnis dan banyak dimanfaatkan oleh para pelaku jasa untuk meningkatkan jaringan pemasarannya. Sedangkan, kelemahan dalam menggunakan media sosial Instagram yaitu untuk mengakses aplikasi ini jaringan internet juga harus stabil karena jika internet error maka proses mengakses informasi pada media sosial Instagram sedikit lambat.

Dapat dilihat bahwa fenomena penggunaan Instagram saat ini bisa dibilang sangat bermanfaat, terutama dalam dunia komunikasi pemasaran. Instagram kini dikenal sebagai salah satu alat komunikasi pemasaran baru yang dapat menggabungkan komunikasi pemasaran bagi para pelaku bisnis untuk mempromosikan produk atau jasa secara online, sehingga menciptakan strategi komunikasi pemasaran baru melalui media sosial Instagram. Strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram kini banyak digunakan dalam dunia bisnis karena dikatakan menawarkan cara yang mudah untuk menjangkau dan menambah *followers* (Lestari, 2020).

Dalam penelitian ini, peneliti melihat bagaimana tentang manfaat media sosial khususnya Instagram dalam pemasaran online dibandingkan media sosial lainnya. Instagram adalah aplikasi gratis yang menunjukkan keunggulan visualnya dibandingkan media sosial lainnya seperti TikTok, Facebook, Twitter, dll. Selain itu, Instagram memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto dan video secara langsung. Diyakini bahwa hanya dengan menampilkan foto dan video dapat menarik konsumen dengan konsep foto dan video yang dimiliki setiap pemasar di akun Instagram mereka.

Menurut laporan dari Napoleon Cat menyatakan ada 91,01 juta pengguna Instagram yang ada di Indonesia pada bulan Oktober 2021. Kebanyakan pengguna aplikasi Instagram di Indonesia adalah dari kelompok usia 18-24 tahun, yakni sebanyak 33,90 juta. 19,8% pengguna aplikasi tersebut adalah perempuan, sedangkan 17,5% merupakan laki-laki. Dari data yang telah ada, terlihat bahwa pengguna

Instagram adalah kebanyakan di kalangan perempuan di rentang umur 18-24 tahun (Nugroho, 2022).



Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia

Sumber : <http://dx.doi.org/10.25157/literasi.v6i1.6775>

Melalui penjelasan di atas memunculkan pertanyaan, bagaimana konsep komunikasi pemasaran pada akun @lifeshoescare di media sosial Instagram dengan mengajak khalayak umum untuk menggunakan jasa *cleaning shoes* pada akun @lifeshoescare yang berada di Bekasi Timur. Berdasarkan pada latar belakang yang peneliti jelaskan di atas, maka penulis mengajukan rencana penelitian yang berjudul **“PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN PADA AKUN @lifeshoescare”**.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang diatas, penelitian ini akan berfokus pada pemanfaatan fitur Instagram sebagai strategi komunikasi pemasaran pada jasa *cleaning shoes* @lifeshoescare.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, sehingga dibentuklah pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana akun @lifeshoescare memanfaatkan fitur Instagram sebagai media komunikasi pemasaran ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas yang mengacu pada fokus kajian penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana akun @lifeshoescare memanfaatkan fitur Instagram sebagai media komunikasi pemasaran dalam menjalankan promosi.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah untuk memperkaya penelitian dan menambah petunjuk pada bidang penelitian komunikasi tentang bagaimana komunikasi pemasaran. Strategi komunikasi pemasaran merupakan langkah untuk mempresentasikan produk kepada konsumen dan keuntungan dari usaha yang dilakukan. Banyak perusahaan bertindak dengan bantuan strategi. Media sosial dapat digunakan sebagai alat komunikasi pemasaran untuk membangun citra konsumen. Dengan demikian, penulis berharap hasil penelitian ini dapat membagikan representasi bagaimana dalam bidang komunikasi pemasaran pada jasa *cleaning shoes* pada akun @lifeshoescare dengan memanfaatkan fitur Instagram.

1.5.2 Manfaat Praktis

- **Bagi Pembisnis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu para pembisnis terutama pada jasa *Cleaning Shoes* terhadap komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram sehingga lebih efektif dan optimal.

- **Bagi peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti sendiri khususnya dalam melengkapi dan memperkaya pengetahuannya secara teori maupun praktek.