

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi terus mengalami perkembangan. Pesatnya penerimaan masyarakat akan informasi dalam berkomunikasi dan menerima pesan yang membawa kepada era digital saat ini. Fenomena ini juga membawa perkembangan dunia pemasaran semakin meluas, dengan munculnya cara dalam melakukan berbagai macam strategi pemasaran. Perkembangan teknologi saat ini telah membawa perubahan dan kebiasaan masyarakat secara konvensional menjadi serba digital termasuk dalam kebutuhan (Rakhmah & Rizki, 2022).

Jasa cuci sepatu merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa, khususnya jasa pencucian sepatu. Jasa cuci sepatu akhir-akhir ini menjadi topik usaha yang ramai di kalangan anak muda. Apalagi ketika tahun 2014 trend sneakers atau sepatu terbaru lainnya kembali muncul. Alasan munculnya usaha ini adalah kesibukan orang bekerja atau mencari informasi, yang menyebabkan orang menyerahkan sebagian pekerjaan jasa cuci sepatu kepada mereka yang lebih berpengalaman. Usaha di bidang cuci sepatu yang 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 jasa cuci sepatu tersebut (Febriani , Putra, & Nabila , 2021).

Sepatu merupakan salah satu alat bantu pelengkap yang menunjang penampilan seseorang. Seiring berjalannya waktu, sepatu menjadi aspek yang sangat penting untuk diperhatikan. Perkembangan zaman membuat industri alas kaki berlomba-lomba berinovasi baik dari segi desain maupun warna. Konsumen sangat memperhatikan kebersihan sepatu, terutama sepatu yang sebagian besar berwarna

putih. Sepatu dengan warna-warna cerah sangat rentan kotor maka dari itu perlu sebuah informasi tentang seberapa tingkat kekotoran sepatu. Hal ini menunjukkan bahwa sepatu bukan hanya alat untuk melindungi kaki, tetapi juga penunjang gaya hidup dan barang yang sangat penting. Banyak orang beranggapan bahwa mencuci sepatu sama dengan mencuci pakaian. Perawatan sepatu tidak hanya mencuci dengan air lalu menyikat dengan sabun, karena sepatu terbuat dari bahan yang berbeda dengan perawatan yang berbeda (Rakhmah & Rizki, 2022).

Seiring berjalannya waktu, keberadaan jasa cuci sepatu bagi pengguna sepatu di masyarakat berdasarkan kebutuhan merupakan salah satu cara yang baik dan sangat memudahkan pengguna sepatu. Jasa cuci sepatu ini dirancang untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi pengguna sepatu dalam perawatan dan pembersihan sepatu, akibat semakin padatnya aktivitas pengguna sepatu yang dilakukan setiap harinya. Berdasarkan pada permasalahan diatas munculah ide dari akun @shoeshinecare untuk menjalankan usaha mencuci dan merawat sepatu. Mayoritas konsumen yang mencuci sepatunya pada akun @shoeshinecare yaitu rata-rata di kalangan pekerja dan mahasiswa.

Perkembangan pemasaran saat ini sangat pesat, maka dari itu persaingan tidak hanya menciptakan peluang tetapi juga menciptakan tantangan bagi pemilik usaha untuk mempertahankan eksistensinya. Seiring dengan perubahan dunia usaha juga berkembang sangat pesat. Hal ini tercermin dari banyaknya produk atau jasa yang ditawarkan pelaku ekonomi kepada konsumen. Usaha juga harus mampu bersaing dengan usaha lain dan harus memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen (Istiono & Kurniasih, 2022)

Perkembangan usaha yang sangat pesat, telah menimbulkan persaingan pasar yang cukup ketat. Setiap hari pelaku usaha memperkenalkan produk atau jasa dengan kreatif dan inovatif, sehingga persaingan di pasar tidak dapat dihindari. Jika para pelaku usaha tidak berusaha sendiri untuk berkreasi dan berinovasi, usahanya akan tersingkir dari persaingan pasar. Kreativitas dalam menjalankan usaha merupakan

salah satu kunci keberhasilan usaha dalam menciptakan produk yang siap bersaing di pasar (Permana, 2017).

Pelaku jasa cuci sepatu pada akun @shoeshinecare melakukan strategi pemasarannya tidak hanya untuk berjualan sebagai memperkenalkan produk atau jasanya, tetapi pelaku jasa cuci sepatu pada akun @shoeshinecare memposting konten edukasi tentang perawatan sepatu yang dimana masih banyak pengguna sepatu yang belum memahami perawatan sepatu. Konten edukasi perawatan sepatu yang diberikan shoeshinecare membuat orang menjadi lebih mengetahui bagaimana pentingnya merawat sepatu sesuai kebutuhan sepatunya masing-masing.

Upaya untuk bertahan dalam menghadapi persaingan yang ketat, dibutuhkan strategi komunikasi pemasaran. Strategi komunikasi pemasaran merupakan pendorong untuk meningkatkan pengguna jasa sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai. Komunikasi pemasaran adalah kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan dibidang pemasaran serta mengarahkan pertukaran agar lebih memuaskan dengan cara menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik dalam pencapaian tujuan. Itulah sebabnya komunikasi pemasaran sangat berperan penting dalam mempromosikan suatu produk atau jasa, apabila strategi komunikasi pemasaran tepat, maka kegiatan pemasaran bisa berjalan dengan lancar sehingga dapat meningkatkan pengguna jasa (Fitriani, 2022).

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).

Menurut Effendy (2015) dalam jurnal Dermawansyah & Rizqi (2021) mengatakan bahwa strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut,

strategi komunikasi harus menyajikan kegiatannya secara taktis, artinya pendekatan tersebut dapat berubah sewaktu-waktu tergantung situasi dan kondisi. Dalam strategi komunikasi, ketika kita memahami hakikat komunikasi dan memahami dampak yang ditimbulkannya, maka pemilihan cara komunikasi yang baik sangatlah penting, karena hal ini berkaitan dengan media yang akan kita gunakan. Tanpa komunikasi, konsumen dan seluruh khalayak umum tidak akan mengetahui keberadaan jasa di pasar, penentuan siapa sasaran komunikasi akan sangat menentukan keberhasilan komunikasi tersebut.

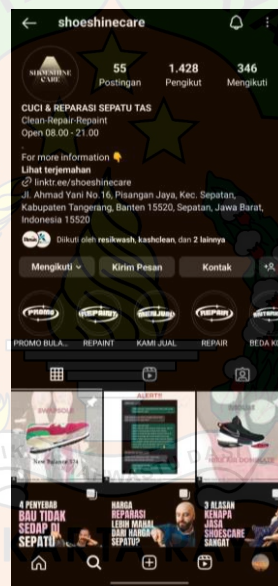
Di era digital yang serba praktis ini, sangat membantu para pelaku jasa untuk memasarkan produk atau brand mereka di media sosial, seperti media sosial Instagram. Penggunaan media sosial Instagram tentunya sangat menguntungkan bagi para pelaku jasa karena media sosial Instagram sangat nyaman untuk digunakan. Media sosial Instagram merupakan salah satu media sosial yang sering digunakan masyarakat Indonesia. Salah satunya memudahkan berjalannya usaha 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 melalui konten edukasi yang diposting melalui akun Instagram shoeshinecare. 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 (Untari & Fajariana, 2018).

Strategi komunikasi pemasaran yang menarik dan efektif merupakan opsi agar dapat bertahan dari kompetisi pada bisnis saat ini. Seperti yang dialami oleh jasa cuci sepatu shoeshinecare, jasa yang telah berdiri sejak 20 Oktober 2020 dengan menggunakan platform Instagram sebagai media pemasaran. Shoeshinecare saat ini memiliki jumlah *followers* pada akun Instagram @shoeshinecare mencapai 1.430 pengikut dan juga mempunyai 356 mengikuti. Shoeshinecare sudah mengunggah sebanyak 55 per tanggal 16 Otober 2023 terdiri dari foto, video dan juga *reels*.



Gambar 1.1 Akun Instagram @shoeshinecare

Pada akun Instagram @shoeshinecare terdapat konten edukasi yang sudah dibagikan pada Instagramnya. Baik itu konten dengan format video maupun foto yang dikemas sedemikian rupa sehingga dapat dilihat oleh *followers*. Selain itu, strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan shoeshinecare dengan memproduksi konten-konten yang berisi tentang konten edukasi seputar perawatan sepatu dan informasi menarik, konten edukasi ini diproduksi oleh tim shoeshinecare. Dengan adanya konten edukasi tersebut diharapkan menjadi daya tarik konsumen untuk

menggunakan jasa cleaning shoes pada shoeshinecare, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan memberikan kepercayaan kepada khalayak umum.

Dalam menggunakan media sosial, alat utama yang digunakan untuk menyebarkan informasi dan berkomunikasi adalah konten. Konten menjadi kunci utama dalam mengunggah ke jejaring sosial, bisa berupa gambar atau video untuk menyebarkan informasi. Konten adalah faktor kunci yang perlu dipertimbangkan di media sosial karena kualitas konten akan menentukan tersampaikan atau tidaknya pesan yang ingin disampaikan. Saat ini banyak perusahaan yang menggunakan media sosial khususnya Instagram sebagai sarana komunikasi dan publikasi. Instagram merupakan media media yang berinteraksi melalui berbagai bentuk pesan dan jenis konten melalui postingan video, foto, dan infografis, serta dapat menyiarkan video langsung yang menjadi viral dengan cepat dengan jangkauan yang luas (Nafsyah, Maulidyah, Nurlia, & Adhyanti, 2022).

Kegiatan menarik massa digital yang dapat disebut sebagai warganet di Instagram dilakukan dengan menciptakan berbagai jenis konten visual yang mampu menarik perhatian. Mulai dari konten yang bersifat komedi, informasi, tragedi, drama, testimoni hingga edukasi, digabungkan dalam satu fasilitas media sosial. Hingga akhirnya, terjadi pergeseran fungsi masyarakat digital dalam penggunaan Instagram yang awalnya berfungsi sebagai media hiburan, kini menjadi media edukasi yang bertujuan untuk membangkitkan minat pengguna internet untuk mengikuti suatu akun. Warganet yang terobsesi pengguna internet terhadap informasi bermanfaat menjadi segmen pasar yang besar bagi para pembuat konten untuk menyajikan berbagai jenis informasi edukasi kepada pengguna internet, melalui tampilan gambar yang menarik, komunikatif, informatif dan kreatif, dengan menggunakan keterampilan komunikasi visual (Maha Putra & Dwi Astina , 2019).

Definisi edukasi yaitu merupakan sebagai suatu proses interaktif yang mendorong pembelajaran, dan pembelajaran sebagai upaya untuk menambah pengetahuan, sikap, dan keterampilan baru dengan memperkuat praktik dan

pengalaman tertentu (Fitriani, 2022). Edukasi adalah suatu proses yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk meningkatkan daya pikir, kapasitas dan pengetahuan. Edukasi mendefinisikan pembelajaran sebagai proses perubahan sikap dan perilaku individu atau kelompok dalam upaya pendewasaan melalui pengajaran, pelatihan, proses dan metode pendidikan. Edukasi merupakan upaya membimbing manusia untuk menghadapi perkembangan zaman yang terjadi terlalu cepat (Putri & Anggapuspa, 2022).

Dalam penelitian ini strategi yang dilakukan melalui konten edukasi dalam meningkatkan pengguna jasa bertujuan untuk menyadarkan khalayak umum akan pentingnya menjaga dan merawat sepatu. Konten edukasi yang dibagikan oleh Instagram @shoeshinecare memberikan pengetahuan lebih dalam mengenai perawatan sepatu, dengan adanya konten edukasi tersebut @shoeshinecare mendapat peningkatan pengguna jasa. Menurut (Fitriani, 2022) dalam jurnal mengatakan bahwa dalam meningkatkan pengguna jasa yaitu berfokus pada strategi yang digunakan, memberi arahan kepada calon konsumen lalu mempromosikannya melalui media sosial Instagram sehingga dapat meningkatkan pengguna jasa. Strategi yang dilakukan agar dapat meningkatkan pengguna jasa merupakan salah satu keputusan dari konsumen dalam memilih jasa, dimana keputusan konsumen dalam memilih diperoleh dari pengalaman sehingga dapat meningkatkan pengguna jasa.

Alasan peneliti memilih objek shoeshinecare untuk diteliti yaitu, karena peneliti ingin melihat bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh shoeshinecare melalui konten edukasi dengan menggunakan bantuan media sosial Instagram. Banyaknya jasa cleaning shoes saat ini, tetapi akun shoeshinecare ini membuat konten edukasi yang diposting melalui akun Instagram shoeshinecare untuk menarik calon konsumen. Karena yang sudah kita ketahui saat ini banyak pengguna sepatu di semua kalangan usia, tetapi tidak semua pengguna sepatu paham dalam merawat sepatunya dengan baik, karena minimnya pengetahuan bagi pengguna sepatu tentang perawatan sepatunya. Maka dari itu akun @shoeshinecare membuat konten edukasi tentang perawatan sepatu melalui media sosial Instagram sebagai

strategi komunikasi pemasarannya. Dengan begitu, harapannya para pengguna sepatu menjadi lebih *aware* sehingga para pengguna sepatu ingin mencuci sepatunya di shoeshinecare.

Bagi pengguna sepatu dikalangan pekerja maupun anak sekolah, sepatu menjadi bagian dari penampilan yang membutuhkan perawatan. Untuk merawat sepatu, yaitu bisa dengan menggunakan jasa cuci sepatu yang terpilih. Dengan merawat dan menjaga kebersihan sepatu, penampilan akan terlihat lebih menarik. Mayoritas pengguna sepatu akan paham dalam merawat dan menjaga kebersihan sepatunya, namun beberapa tahun belakangan ini terdapat trend baru dalam melakukan treatment pada sepatu. Jenis treatment pada sepatu semakin banyak jenisnya dan akan disesuaikan dengan kebutuhan sepatunya.



Gambar 1.2 Konten Edukasi Fakta dan Tips Unik Pada Instagram @shoeshinecare

Penggunaan jasa cuci sepatu biasanya dilakukan ditoko shoeshinecare atau bisa melakukan konsultasi terlebih dahulu, maka dari itu tujuan konten edukasi yang diberikan pada akun Instagram @shoeshinecare untuk menyadarkan pengguna sepatu agar lebih berhati-hati dalam merawat sepatu. Meskipun banyak pelaku bisnis yang sama, @shoeshinecare memiliki hal untuk membedakan dengan pesaingnya. Shoeshinecare menyediakan konten edukasi, menyediakan konsultasi sebelum melakukan treatment untuk mempermudah konsumen. Pengembangan strategi komunikasi pemasaran merupakan tindakan kreatif yang memerlukan ilmu pengetahuan dan kemampuan untuk menyaring informasi yang tepat pada saat mengambil keputusan. Dengan keahlian dan kreatifitas yang dimiliki @shoeshinecare

dalam menarik pelanggan melalui media sosial, @shoeshinecare terus melakukan inovasi dalam persaingan pasar jasa cuci sepatu dengan membuat konten edukasi yang menarik agar dapat meningkatkan pengguna jasa.

Akun Instagram @shoeshinecare menjadi salah satu akun yang aktif dalam melakukan publikasi dibandingkan dengan jasa cuci sepatu sejenis. Jika dibandingkan dengan jasa cuci sepatu @glowshoes.official, @sneakersuperclean dan @kashclean, ketiga akun tersebut menggunakan media sosial instagram hanya untuk memanfaatkan fitur Instagram untuk strategi pemasarannya dengan memposting *before* dan *after* pada *treatment* yang sudah dilakukannya, sedangkan pada akun @shoeshinecare menggunakan media sosial Instagram untuk memposting edukasi tentang perawatan sepatu yang dimana bertujuan untuk memberi pemahaman dalam merawat sepatu. Pada penelitian ini peneliti akan melihat bagaimana konten edukasi yang diberikan pada jasa cleaning shoes @shoeshinecare. Kegiatan strategi pemasaran bukan hanya melakukan promosi saja, tetapi juga memberikan konten edukasi kepada konsumen @shoeshinecare. Dapat dilihat dari gambar 1.2 diatas, konten edukasi mengenai tips dan unik dalam merawat sepatu memberikan informasi yang sangat membantu bagi konsumen, dalam hal ini jarang dilakukan jasa cuci sepatu sejenis lainnya.

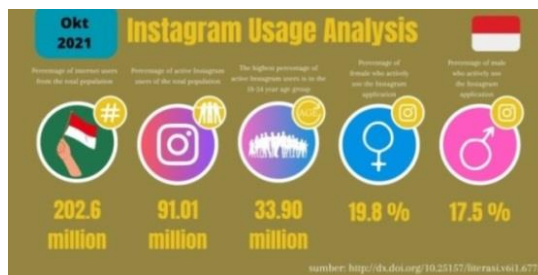
Pentingnya mengedukasi khalayak umum dengan memanfaatkan konten edukasi menjadi salah satu strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh shoeshinecare untuk meningkatkan pengguna jasa. Shoeshinecare berusaha untuk mengedukasi *followers* melalui postingannya bagaimana memilih perawatan yang sesuai dan berkualitas. Sehingga, konsumen sadar akan kualitas jasa yang mereka pilih dan selalu melakukan penggunaan berulang akan jasa cuci sepatu shoeshinecare.



Gambar 1. 3 Postingan Treatment Pada Instagram @shoeshinecare

Pelaku usaha membutuhkan media pemasaran yang efektif untuk meningkatkan pangsa pasarnya. Media sosial sebagai alat pemasaran sudah pasti berkaitan dengan komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran memiliki bauran pemasaran yang meliputi periklanan. Alasan utama seseorang beriklan adalah agar produk atau jasa yang diiklankan semakin populer di kalangan banyak orang. Ketika produk atau jasa dikenal luas, hasil penjualan pun meningkat. Dalam hal promosi penjualan, kuncinya adalah menyampaikan pesan yang menarik perhatian konsumen. Strategi penyampaian pesan yang efektif adalah pesan yang dapat menyampaikan tujuan periklanan.

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 1.4 Jumlah Pengguna Instagram Di Indonesia

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

Melalui penjelasan di atas memunculkan pertanyaan, bagaimana strategi komunikasi pemasaran pada akun @shoeshinecare di media sosial Instagram dengan mengajak khalayak umum untuk menggunakan jasa cuci sepatu pada akun @shoeshinecare yang berada diTangerang. Berdasarkan pada latar belakang yang peneliti jelaskan di atas, maka penulis mengajukan penelitian yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pemasaran @shoeshinecare Melalui Konten Edukasi Dalam Meningkatkan Pengguna Jasa Di Instagram.”**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang diatas, penelitian ini akan berfokus pada Strategi Komunikasi Pemasaran @shoeshinecare Melalui Konten Edukasi Di Instagram.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, sehingga dibentuklah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana konten edukasi yang terdapat pada akun @shoeshinecare?
2. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran melalui konten edukasi dalam meningkatkan pengguna jasa @shoeshinecare?

1.4 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menjelaskan bagaimana konten edukasi perawatan sepatu yang terdapat pada akun @shoeshinecare.
2. Untuk menjelaskan bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pada akun @shoeshinecare.

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 strategi komunikasi pemasaran. Strategi komunikasi pemasaran merupakan langkah untuk mempresentasikan produk atau jasa kepada konsumen dan keuntungan dari bisnis yang dilakukan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Data yang diperoleh dalam penelitian dijadikan satu masukan bagi para pembisnis untuk memaksimalkan konten dalam membangun dan meningkatkan pengguna jasa melalui konten edukasi di Instagram. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadikan suatu masukan dan pengetahuan lebih dalam tentang strategi komunikasi pemasaran melalui konten dalam meningkatkan pengguna jasa di Instagram.