

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

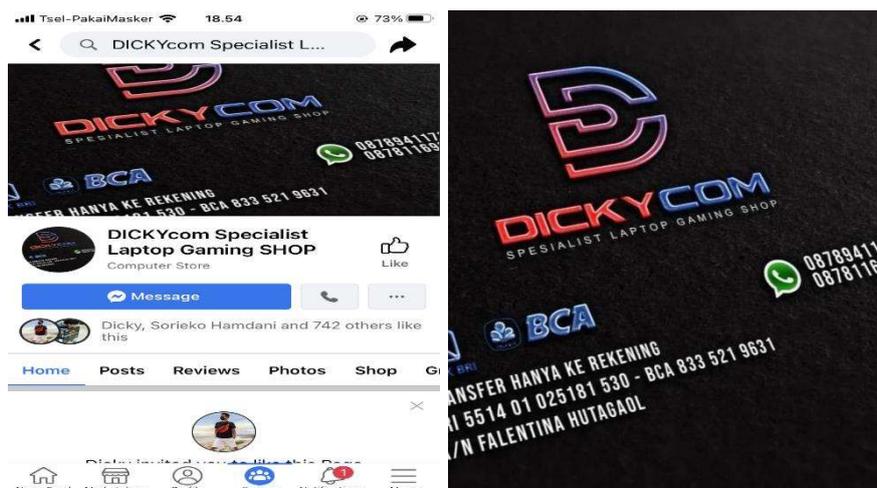
Seiring harapan masyarakat terhadap berita, sosial media digunakan sebagai sarana promosi dalam menunjang kegiatan usaha serta memudahkan dan komunikasi kepada masyarakat. Kegunaan pemasaran digital bagi pengusaha dan UMKM agar terhubung langsung dengan pembeli secara daring, perubahan penjualan yang signifikan lebih tinggi untuk konsumen adalah suatu tertarget yang diinginkan dari pengusaha dan UMKN.

Salah satu toko laptop yang menjual berbagai macam laptop adalah DICKYcom *Specialist Laptop Gaming Shop*. DICKYcom *Specialist Laptop Gaming Shop* merupakan salah satu toko yang menjual laptop dari berbagai merek yang beragam, berlokasi di lantai dasar *Diamond City Mall* Batam, Kepulauan Riau. Saat ini akun media *facebook* yang dimiliki oleh Sorieko Hamdani Siregar telah mencapai 22.200 *members*.

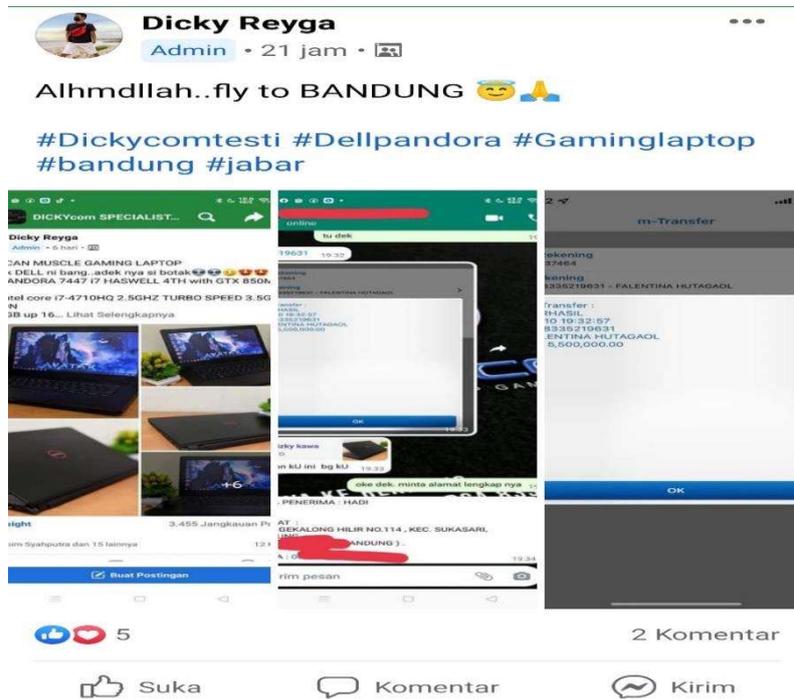
Marketing stratetegy dipakai untuk meningkatkan penjualan laptop perbulannya, yakni dengan promosi di *facebook* dengan melakukan promosi terhadap laptop. Membagikan resi bukti pembelian supaya pembeli diluar wilayah dapat yakin dengan DICKYcom *specialist laptop gaming shop* untuk membeli produk yang ditawarkan.

Akun Facebook DICKYcom merupakan akun facebook yang menawarkan

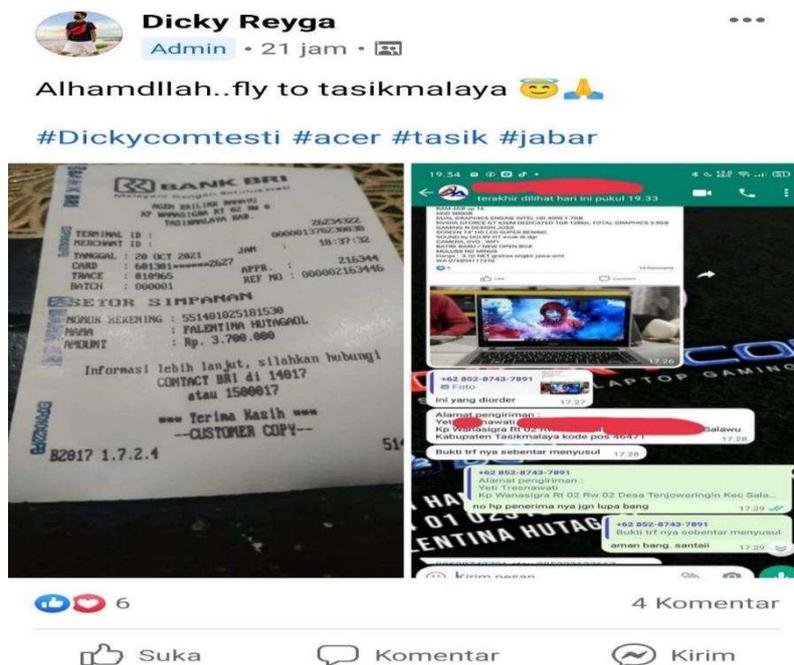
specialist laptop gaming shop dan saat ini bergerak bidang penjualan khusus laptop *gaming* dan laptop-laptop *office* kondisi *second* yang memiliki kualitas dan bergaransi plus *aftersales* yang terpercaya. Akun ini dibuat pada Mei tahun 2015, namun baru fokus dalam menjalankan bisnis ini pada february tahun 2016. Akun *facebook* yang dimiliki oleh bapak Sorieko Hamdani selaku *owner* di DICKYcom *specialist laptop gaming shop* sudah memiliki keanggotaan yang cukup banyak dari semua kalangan yang berada dari berbagai daerah di Indonesia, dan saat adapun jumlah keanggotaan dari akun sudah mencapai 22.588 pengikut di akun *facebook*.



Gambar 1.1 Logo DICKYcom *Specialist Laptop Gaming Shop*
Sumber: Akun Facebook Dicky.com



Gambar 1.2 Testimonial Pembelian Produk Laptop di DICKYcom
Sumber: Akun Facebook Dicky.com



Gambar 1.3 Testimonial Pembelian Produk Laptop di DICKYcom
Sumber: Akun Facebook Dicky.com



Gambar 1.4 Bentuk Promosi Dimedia Sosial (*Facebook*)
Sumber: Akun Facebook Dicky.com

Digital marketing sendiri merupakan langkah usaha yang mengenalkan dan mencari pasar digital dngan beberapa alternatif seperti komunikasi media sosial seperti *facebook* yang telah dilaksanakan oleh DICKYcom *Specialist Laptop Gaming Shop* Batam. Berdasarkan latar belakang masalah diatas sehingga membuat peneliti tertarik untuk mengajukan penelitian dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Laptop dalam Menarik Minat Pembeli Studi pada Media Sosial *Facebook* DICKYcom.**

1.2 Fokus Penelitian

Ditinjau dari latar belakang dalam pendahuluan penelitian ini dapat

disimpulkan bahwa fokus penelitiannya adalah:

1. Menelaah strategi komunikasi pemasaran produk laptop dalam menarik minat pembeli.
2. Menelaah faktor penghambat dalam strategi komunikasi pemasaran produk laptop dan dalam menarik minat pembeli.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, nantinya dapat permasalahan bisa difokuskan pada penelitian yang akan dikaji peneliti yaitu bagaimana strategi komunikasi pemasaran produk *laptop* dalam menarik minat pembeli melalui sosial media *Facebook DICKYcom*?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan lain dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi pemasaran produk *laptop* dalam menarik minat pembeli melalui sosial media *Facebook DICKYcom*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan juga memiliki kegunaan secara teoritis diantaranya:

1. Bagi peneliti

Diharapkan menjadi media untuk memajukan pengetahuan serta ilmu dalam pemecahan masalah secara ilmiah dan memberi sumbangan pemikiran berdasarkan disiplin ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan penerapan

dilapangan.

2. Bagi pengusaha

Diharapkan dapat memberikan gambaran strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat konsumen dalam membeli produk-produk di DICKYcom melalui media sosial *Facebook*.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memperoleh manfaat serta kegunaan secara praktis diantaranya:

1. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sumber informasi dan informasi untuk penelitian berikutnya mengenai strategi komunikasi pemasaran terhadap DICKYcom.

2. Bagi Universitas

Menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi dan tambahan bagi kepastakaan di universitas terutama dalam membahas tentang strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat beli konsumen melalui media sosial *Facebook*.

1.5.3 Manfaat Aspek Sosial Kemasyarakatan

Semoga penelitian yang telah dilaksanakan ini agar dapat bisa bermanfaat untuk meningkatkan minat penelitian di masa yang akan mendatang dan masyarakat secara umumnya, supaya ingin memahami teori bagaimana strategi komunikasi pemasaran dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari di dalam lingkungan.