

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Digital marketing merupakan salah satu promosi penjualan yang cukup banyak di gunakan oleh masyarakat di dunia saat ini. *Digital marketing* dinilai dapat membantu meningkatkan penjualan dikarenakan promosi melalui *digital marketing* tidaklah sulit dan mahal atau bisa dikatakan murah. Dengan perkembangan teknologi saat ini, masyarakat akan di mudahkan dalam mendapatkan informasi serta kebutuhan yang di inginkan melalui *digital marketing*.

Digital marketing saat ini dinilai cukup ampuh dalam meningkatkan *awareness* bagi konsumennya. Masyarakat saat ini tidak lagi harus mencari informasi tentang kebutuhannya dengan cara yang sulit, masyarakat sudah dapat mencari kebutuhan di dunia internet. Dengan perkembangan teknologi serta informasi yang berbasis internet saat ini sangat lah memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi tersebut.

Digital marketing menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi *marketing* tradisional. Definisi ini berkonsentrasi pada seluruh *marketing* tradisional. Kita juga dapat menyatakan bahwa pendapat seperti “*interactive marketing*”, “*one-to-one marketing*” dan “*e-marketing*” erat kaitannya dengan “*Digital Marketing*” (Urban, 2004:2)

Dalam melakukan strategi *digital marketing* saat ini, dinilai dapat menghasilkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan konsumen. *Digital marketing* juga memiliki banyak kelebihan yang tidak dimiliki oleh strategi *marketing* konvensional. *Digital marketing* dapat mengukur langsung seberapa besar efektivitasnya dalam meningkatkan proses penjualan.

Berbagai macam cara dalam menjalankan strategi *digital marketing*, yaitu dengan memanfaatkan media *online* seperti halnya *website*, atau media sosial. Media sosial saat ini cukup banyak digunakan oleh masyarakat dalam mempromosikan jasa atau penjualannya. Dalam pemanfaatan media sosial tersebut, dibutuhkan alat teknologi dalam menggunakannya, salah satunya yaitu *smartphone*.

Dewasa ini, dengan perkembangan teknologi *digital* saat ini khususnya *smartphone*, membuat *smartphone* menjadi salah satu alat teknologi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Teknologi ini membuat komunikasi antar wilayah

menjadi mudah dan sangat cepat. *Smartphone* saat ini sudah menjadi kebutuhan primer di mana saat ini masyarakat tidak bisa luput dari *smartphone*, *smartphone* merupakan hal penting yang tidak bisa untuk tidak dibawa ke mana pun. Kebutuhan informasi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat saat ini, dapat di dapat melalui *smartphone*, karena *smartphone* merupakan teknologi berkembang yang telah mengadopsi berbagai fitur di dalamnya.

Smartphone adalah telepon selular dengan mikroprosesor, memori, layar dan modem bawaan. *Smartphone* merupakan ponsel multimedia yang menggabungkan fungsionalitas *TV* dan *handset* sehingga menghasilkan *gadget* yang mewah, di mana terdapat pesan teks, kamera, pemutar musik, *video*, *game*, akses *email*, *TV digital*, *search engine*, pengelola informasi pribadi, fitur *TV*, jasa telepon internet dan bahkan terdapat telepon yang juga berfungsi sebagai kartu kredit (Williams & Sawyer, 2011).

Dalam *smartphone* tersebut terdapat berbagai macam tipe yaitu *android* dan *iOS*. Dalam hal tersebut, berbagai macam *brand* besar mengeluarkan produk *smartphone* tersebut salah satunya yaitu *brand* Apple. Apple menjadi salah satu *brand* cukup terkenal dalam mengeluarkan produk *smartphonanya* yaitu iPhone. Dalam *smartphone*, terdapat *Operating System* yang mengatur agar *smartphone* tersebut berjalan dengan baik. Namun, dengan pemakaian yang terus menerus dalam penggunaan *smartphone* tersebut tidak menutup kemungkinan bahwa *smartphone* akan mengalami berbagai macam kerusakan yang di sebab kan oleh berbagai macam hal.

Kerusakan *Operating System* dalam *smartphone* dibutuhkan servis/jasa yang di butuhkan untuk membuat *smartphone* tersebut menjadi normal kembali. Pengguna *smartphone* dapat menentukan servis/ jasa mana yang dibutuhkan untuk membuat *smartphonanya* menjadi normal kembali. Berbagai macam penyedia jasa melakukan promosinya baik dengan cara memiliki toko atau dengan pemanfaatan media sosial. Mayoritas pengguna *smartphone* saat ini tidak luput dari penggunaan media sosial.

Media sosial merupakan salah satu media komunikasi berbasis *digital* yang keberadaannya sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Dengan adanya media komunikasi berbasis *digital* ini dinilai dapat mempermudah masyarakat untuk berkomunikasi dengan yang lainnya di berbagai macam daerah secara cepat. Beberapa contoh media sosial yang cukup terkenal dan banyak digunakan oleh masyarakat

dalam melakukan aktivitasnya dalam *digital marketing* yaitu Instagram, Facebook, Twitter, Kaskus, LINE, Whatsapp, atau *website*. Beberapa media sosial tersebut memiliki fitur-fitur yang mampu membantu para produsen atau penyedia jasa layanan dalam meningkatkan promosi penjualan, dengan adanya aplikasi tersebut tentu terbagi dalam beberapa segmen penggunaannya. Dalam beberapa aplikasi tersebut juga dapat memberikan keuntungan masing-masing bagi produsen atau penyedia jasa tersebut.

Penggunaan *digital marketing* saat ini tidak lagi hanya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan atau penyedia jasa, *digital marketing* saat ini menjadi sebuah kewajiban bagi seluruh perusahaan atau pun penyedia jasa layanan jika usaha tersebut ingin maju dan tidak termakan oleh jaman karena masyarakat *modern* saat ini tidak lagi mencari dengan susah payah untuk mendapatkan informasi, namun dengan teknologi yang canggih saat ini dapat membantu mendapatkan informasi yang diinginkan.

Terdapat beberapa contoh penyedia jasa layanan seperti halnya jasa servis HP yang ada di berbagai daerah di Indonesia dan tentunya di dalam kota-kota besar yang mendapatkan *review* yang cukup baik dari konsumennya. Dengan mendapatkan kritik atau saran yang di berikan atas dasar pelayanan dari penyedia jasa servis tersebut, umpan balik antara konsumen dan produsen tersebut dinilai dapat menguntungkan bagi penyedia jasa tentang apa yang diinginkan oleh para konsumennya. Dengan hal tersebut membuat penyedia jasa dapat mendapatkan *profit* yang sesuai dengan apa yang di harapkan.

Jasa servis *handphone* saat ini cukup banyak diminati oleh orang-orang yang memiliki kemampuan dalam bidang tersebut dan ingin memulai membuka bisnis tersebut, berbagai macam strategi dilakukan untuk menarik minat konsumennya, pemanfaatan media saat ini menjadi hal yang sering dilakukan oleh penyedia jasa servis. Dengan adanya perkembangan teknologi yang membuat *smartphone* saat ini banyak diminati oleh konsumen dan dengan tingginya minat konsumen akan *smartphone* membuat *smartphone* menjadi suatu kebutuhan primer bagi masyarakat. Dengan adanya hal tersebut dan dengan terdapatnya *Operating System* dari *smartphone* akan membuat *smartphone* tersebut rusak ke depannya dan hal tersebut tentunya membutuhkan jasa servis *handphone*. Terdapat berbagai jasa penyedia jasa di Bandung dan memiliki strategi-strategi tertentu. Seperti halnya, iBattery Store, Pineapple Store, iRetta Store, dan Gadgetarian Apple.

Salah satu jasa penyedia servis yang menggunakan strategi *digital marketing* yaitu Gadgetarian Apple. Gadgetarian Apple merupakan salah satu dari sekian banyak servis iPhone iPad di Bandung yang lahir dari kepercayaan para konsumen, karena adanya *system COD* yang dilakukan pertama kali oleh *owner* Gadgetarian untuk melayani konsumennya. Berawal dari *COD* tersebut, Gadgetarian mampu membuka toko servis di *Balubur Town Square* (Baltos) dan semakin dikenal hingga kini. Gadgetarian memiliki teknisi dengan keahlian dan pengalaman jam terbang terbaik di Bandung, Gadgetarian dinilai dapat menyelesaikan permasalahan yang terdapat pada *gadget* konsumen. Tidak sedikit konsumen yang dari luar Bandung menggunakan jasa servis iPhone, iPad pada Gadgetarian, baik melalui JNE atau *travel* atau datang langsung ke Bandung.

GAMBAR 1.1
LOGO GADGETARIAN APPLE



Sumber : Twitter @Gadgetarianid, di akses pada tanggal 4 April 2017

Pukul 04.06 pm

Gadgetarian melakukan promosi penjualannya melalui Instagram, Kaskus, Facebook, Twitter, dan *website*. Serta memanfaatkan berbagai macam fitur yang ada di dalamnya seperti halnya Instagram *story* dan Instagram *live*, forum jual beli Kaskus, post via Facebook dan lain sebagainya. Dalam Instagram *storynya* Gadgetarian *mengupload* tentang berbagai situasi dan kondisi yang terdapat dalam tokonya di mana mayoritas konsumen yang datang cukup ramai sehingga calon konsumen yang melihat *post* tersebut merasa tertarik untuk datang langsung ke toko Gadgetarian tersebut.

Selain itu Gadgetarian *memposting* berbagai macam produk yang dijual dalam tokonya. Sedangkan dalam Instagram *livenya*, Gadgetarian lebih mengedepankan tentang bagaimana Gadgetarian memperlihatkan pelayanan servis terbaiknya dan menjawab pertanyaan konsumen tentang produk dari Gadgetarian Apple, bahkan pada saat *livenya*, Gadgetarian melayani konsultasi kepada para calon konsumen tentang *gadgetnya*. Dalam Instagramnya, Gadgetarian juga *memposting* beberapa pengetahuan tentang penggunaan iPhone, hal tersebut sangat sering di lakukan oleh Gadgetarian dengan *hashtag* #Gadgetariantips.

GAMBAR 1.2

GADGETARIAN TIPS DALAM INSTAGRAM



Sumber: Instagram @GadgetarianApple, di akses pada tanggal 20 Februari 2017

Pukul 04.59 am

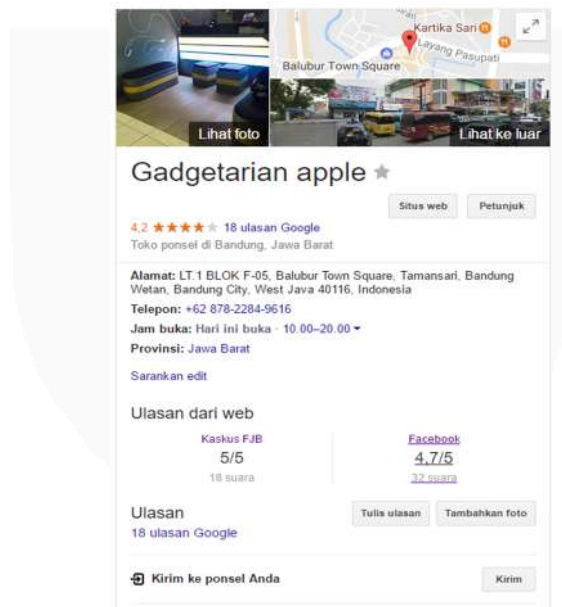
Hal tersebut dinilai saat unik karena strategi Gadgetarian saat ini tidak lagi *memposting* tentang penjualan produknya, namun Gadgetarian memberikan informasi kepada *user* iPhone. Dengan *postingan* tersebut dinilai dapat menambahkan Gadgetarian dalam *postnya* karena banyak sekali yang ingin mengetahui informasi atau *update* terbaru tentang iPhone.

Dengan cara tersebut dinilai dapat menarik minat calon konsumen untuk datang dan mempercayakan *gadgetnya* untuk di servis oleh Gadgetarian. Dari sekian banyak jasa servis yang ada di Bandung, Gadgetarian merupakan tempat terbaik untuk servis iPhone, harganya pun relatif lebih murah di banding tempat servis lainnya. *Sparepart*

yang di sediakan oleh Gadgetarian cukup berkualitas. Gadgetarian pun melayani konsumennya dengan baik, di mana hal tersebut dapat dibuktikan dengan *review* serta testimoni yang diberikan oleh konsumen yang telah menggunakan jasa Gadgetarian Apple untuk menyervis *gadgetnya*. Mayoritas mengatakan bahwa Gadgetarian memiliki tingkat keahlian yang cukup baik, dibuktikan dengan adanya *rating* yang di berikan oleh mesin pencarian Google. Hasil yang di dapatkan berupa 4.2 bintang dan berada pada urutan pertama dalam mesin pencarian Google. *Rating* ini di dukung oleh adanya *rating* yang di berikan oleh www.kaskus.co.id berupa lima bintang, dan pada www.facebook.com berupa 4,7 bintang.

GAMBAR 1.3

RATING GADGETARIAN APPLE DALAM KASKUS, FACEBOOK,GOOGLE



Sumber: www.google.co.id, di akses pada tanggal 20 Februari 2017

Pukul 06.32 pm

Dengan adanya hasil tersebut membuat Gadgetarian menjadi salah satu penyedia jasa servis yang cukup terkenal dan mendapatkan hasil positif dalam benak konsumen. Hal tersebut ditinjau dari strategi *digital marketing* yang dilakukan oleh Gadgetarian melalui berbagai macam media sosial yang dimiliki oleh Gadgetarian seperti halnya Facebook, Kaskus, Instagram, LINE serta *website* resmi Gadgetarian Apple yaitu, www.gadgetarianapple.com.

Di balik hal tersebut terdapat strategi pelayanan dari Gadgetarian yang membuat Gadgetarian Apple menarik untuk di teliti. Dinilai dengan budaya masyarakat khususnya masyarakat Indonesia yang tidak bisa lepas dari internet. Berbagai informasi di dapatkan maupun di sebarakan melalui media sosial. Hal tersebutlah yang membuat Gadgetarian mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dengan strategi pelayanan yang dilakukannya. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti jasa servis ini dikarenakan pemasaran yang dilakukan melalui media digital ini sangat unik, di mana dengan hanya mengandalkan media digital pemasar dapat di minati oleh konsumen bahkan menjadi nomor satu dalam mesin pencarian Google dan yang di pasarkan yaitu sebuah jasa khususnya jasa servis *handphone* di mana dalam kasus ini jarang sekali di temukan di dalam penelitian yaitu tentang jasa servis yang menggunakan pemasaran melalui media digital.

Strategi pelayanan yang dilakukan oleh jasa servis pasti berbeda-beda. Menurut penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa fakultas ilmu komunikasi universitas mercu buana, Gustomi Khoiri (2016) dengan judul “*Strategi Digital Marketing dalam Kegiatan Promosi Misteraladin.com untuk Memasarkan Produknya*” menunjukkan bahwa MisterAladin yang berfokus pada *OTA* dengan tag *LINE* teman *travel* terbaikmu turut berkembang dengan melakukan strategi *digital marketing* dalam memasarkan produknya. Ke depannya misteraladin.com diharapkan dapat menjadi *market leader* di bidang *OTA*. Yang menjadi perbedaan dari penelitian sebelumnya yaitu pada objek yang di teliti serta metode yang digunakan. Metode yang digunakan oleh penelitian sebelumnya yaitu studi deskriptif di mana peneliti sebelumnya hanya melihat tentang progres misteraladin.com dalam memasarkan produknya.

Dari penjelasan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “***Digital Marketing Jasa Servis Gadgetarian Apple (Studi Kasus Mengenai Digital Marketing Penyedia Jasa Servis iPhone di Bandung)***”.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Menurut Lincoln dan Guba (Dedy Mulyana, 2004: 201) penggunaan studi kasus sebagai suatu metode penelitian kualitatif memiliki beberapa keuntungan, yaitu yang pertama, studi kasus dapat menyajikan pandangan dari subjek yang diteliti. Yang kedua, studi kasus menyajikan uraian yang menyeluruh yang mirip dengan apa yang dialami pembaca kehidupan sehari-hari. Yang ketiga, studi kasus merupakan sarana efektif untuk menunjukkan hubungan antara peneliti dan responden

dan yang ke empat, studi kasus dapat memberikan uraian yang mendalam yang diperlukan bagi penilaian atau *transferabilitas*.

Pada dasarnya penelitian dengan jenis studi kasus bertujuan untuk mengetahui tentang sesuatu hal secara mendalam. Maka dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode studi kasus untuk mengungkap tentang strategi *digital marketing* penyedia jasa servis iPhone di Bandung serta melihat seberapa efektivitasnya penggunaan strategi ini menurut subjek dari penelitian ini.

1.2 Fokus Penelitian

1. Bagaimana strategi Gadgetarian Apple untuk memastikan konsumen mengetahui jasa servis Gadgetarian Apple melalui pemasaran *online*.
2. Bagaimana strategi yang dilakukan Gadgetarian Apple dalam menyusun dan menyampaikan informasi mengenai jasa mereka kepada konsumen di media *online*.
3. Bagaimana cara yang dilakukan oleh Gadgetarian Apple dalam membentuk kesan terhadap konsumen setelah mengetahui jasa servis Gadgetarian Apple.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *digital marketing* yang dilakukan jasa servis Gadgetarian Apple.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini meliputi aspek teoritis dan aspek praktis yang akan dijelaskan sebagai berikut.

1.4.1 Aspek Teoritis

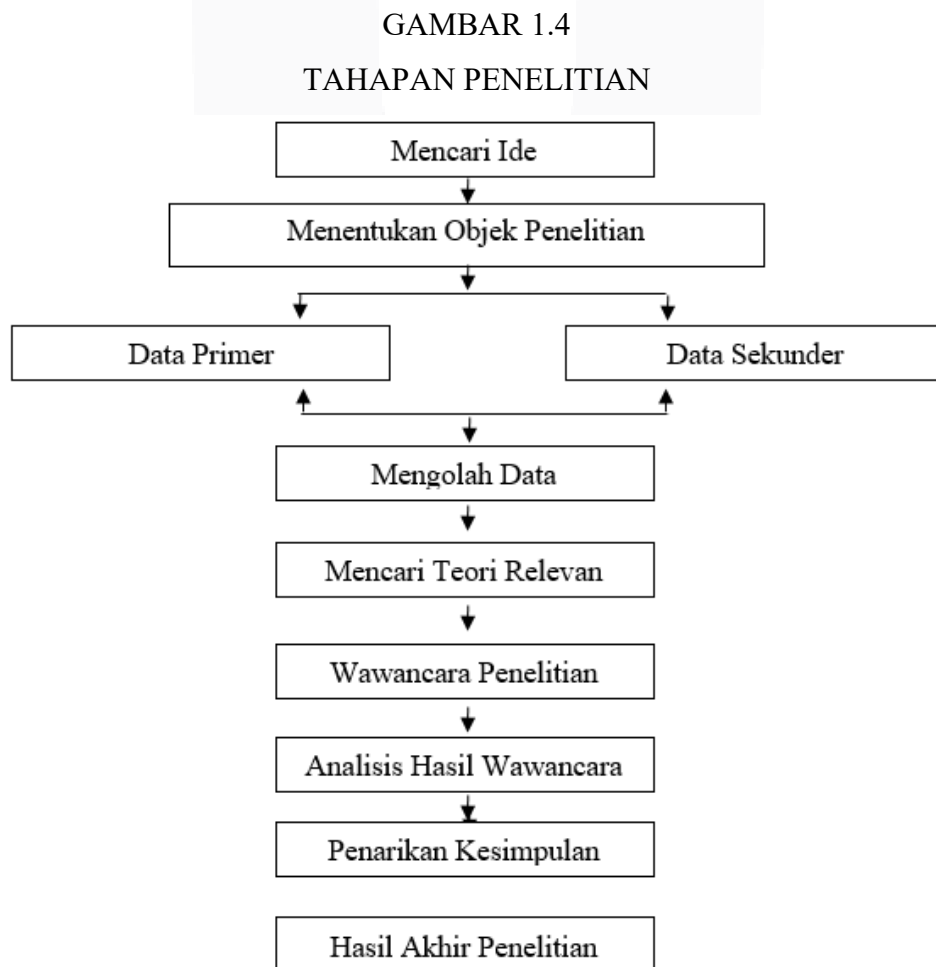
Manfaat secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi keilmuan mengenai *digital marketing* khususnya media baru yang terfokus pada penelitian di media sosial yang berkaitan dengan jasa servis *handphone*.

1.4.2 Aspek Praktis

Manfaat praktis bagi peneliti, penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan untuk memperdalam ilmu komunikasi secara umum dan penggunaan strategi *digital marketing* bagi penyedia jasa layanan. Selain itu, menambah informasi untuk memanfaatkan secara baik strategi *digital marketing*. Serta penelitian ini bermanfaat untuk jasa servis Gadgetarian agar lebih memperkuat kembali dalam melakukan pemasaran melalui media online serta masyarakat yang memulai usaha atau sedang berkembang tentang cara bagaimana melakukan pemasaran melalui media digital.

1.5 Tahapan Penelitian

Terdapat beberapa tahapan yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini yang digambarkan pada tabel di bawah ini:



Sumber data : olahan penulis, 2017.

1.6 Lokasi Penelitian Dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bandung karena Gadgetarian Apple hanya memiliki tempat penyedia jasa di Bandung yaitu di *Balubur Town Square* (Baltos). Dalam penelitian ini, penelitian melakukan observasi secara *online* melalui media sosial Instagram, Kaskus, Facebook, LINE, serta *website* dengan memilih penyedia jasa servis iPhone yang cukup dikenal di Bandung. Namun peneliti juga melakukan observasi secara *offline* dengan beberapa informan yang pernah melakukan servis iPhone di Bandung.

1.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan sejak Desember 2016 hingga Oktober 2017. Adapun rinciannya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

TABEL 1.1
JADWAL PENELITIAN

Kegiatan	Tahun 2016										
	Bulan										
	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt
Menentukan topik											
Pra penelitian											
Penyusunan proposal											
Desk evaluation											
Penelitian											
Sidang akhir											

Sumber data : olahan penulis, 2017