

BAB I

PENDAHULUAN

A. Lalar Belakang Masalah

Perusahaan teknologi perlahan mulai bermunculan di berbagai lini kehidupan manusia. Dengan adanya teknologi sangat membantu manusia memenuhi keinginannya dengan mudah. Misal menyelesaikan pekerjaan rumah, pekerjaan kantor, mencari informasi hingga berbagi kegiatan yang biasa dilakukan manusia sehari-hari. Bahkan tidak memerlukan tenaga yang besar, pekerjaan bisa diselesaikan dengan petikan jari. Biaya yang dikeluarkan juga bisa dikurangi dengan adanya fitur efisiensi yang dibawa oleh perkembangan teknologi ini.

Peristiwa tersebut bukan hanya terjadi pada kota besar saja seperti halnya Surabaya, Bandung dan Jakarta sebagai tempat berdirinya perusahaan-perusahaan besar yang bergerak dibidang teknologi dan bidang lainnya. Tetapi itu semua tidak bisa menjadi dasar yang kuat sebagai patokan bertumbuhnya perusahaan teknologi. Seperti halnya CV. Indoniaga Technology Corpora yang tumbuh dan berkembang secara organik di Kota Blitar.

CV. Indoniaga Technology Corpora adalah perusahaan yang bergerak dibidang teknologi salah satunya dibidang *media* dengan Siswanesia.com. Setelah lama berkecimpung dalam proyek-proyek robotika, *embedded system* dan pembuatan *website* khusus UMKM. CV. Indoniaga Technology Corpora mendirikan anak perusahaan yang bergerak dibidang berita media *online* yang

diberi nama Siswanesia.com. Sesuai nama yang melekat pada tubuh perusahaan mencerminkan jati diri Siswanesia.com. Dilihat dari penamaannya terdiri dari dua kata yaitu kata Siswa dan kata Nesia. Siswa melambangkan unsur pendidikan dan Nesia adalah potongan kata dari Indonesia.² Dengan kata lain Siswanesia.com adalah portal berita *media online* yang berfokus terhadap Informasi Pendidikan di Indonesia.

Dengan mengangkat konten tentang pendidikan Siswanesia.com menarget pembacanya dari *stake holder* pendidikan. Selain itu juga lembaga pendidikan maupun lembaga yang berkepentingan dalam pendidikan. Sehingga bahasa dan diksi dipilih menyesuaikan pembaca yang kebanyakan adalah siswa dan mahasiswa agar mudah dipahami.

Dalam saluran publikasinya Siswanesia.com menggunakan *Website* sebagai *channel* publikasi utama. *Website* adalah *media* informasi yang bias diakses menggunakan *link*³. Semua konten yang diproduksi Siswanesia.com dipublikasi di *website*. Selain menggunakan *website* sebagai *channel* publikasi konten, Siswanesia.com. juga menggunakan saluran media sosial sebagai *alternative* dan dukungan untuk menjangkau pembaca yang lebih luas. Bisa dikatakan Siswanesia.com menggunakan dua *channel* publikasi yakni *website* dan media sosial. Media sosial adalah Suatu *platform* yang dibangun untuk kebutuhan berinteraksi sosial antar pengguna *platform*. Pengguna dapat berbagi cerita dan pengalaman yang dikemas dengan *content multimedia*

² <http://www.Siswanesia.com/tentang-kami/> Diakses pada tanggal 24 Januari 2020

³ Betha Sidik dan Iskandar Pohan, Husni, *Pemrograman Web dengan HTML*, (Bandung: Informatika, 2012), hlm. 7.

seperti teks, gambar dan video. Tidak hanya bisa berbagi konten, para pengguna juga dapat meninggalkan pesan atau komentar terhadap konten tersebut.⁴

Pendapatan Utama yang didapat Siswanesia.com adalah dari iklan. Siswanesia.com telah memiliki berbagai *channel* publikasi yang dapat dimanfaatkan sebagai pemberi informasi kepada pembacanya, baik berupa iklan promosi, iklan layanan masyarakat atau lain sebagainya. Siswanesia.com memberikan tempat bagi *brand* yang ingin memasarkan produk dan jasanya atau lembaga yang ingin menyampaikan informasi tertentu melalui *channel* Siswanesia.com. Setiap kerjasama yang berjalan Siswanesia.com akan mendapatkan royalti yang telah disepakati antara dua belah pihak.

Menurut model bisnis yang dikembangkan oleh Siswanesia.com adalah model bisnis B2B (*Bussines to Bussines*). Konsep ini adalah suatu bisnis memiliki pelanggan atau *customer* berupa bisnis juga. Contohnya adalah kerjasama perusahaan ritel yang mengirimkan barang melalui jasa perusahaan ekspedisi sehingga barang yang dijual oleh perusahaan ritel tersebut dapat sampai ke pelanggannya atau *end user*. Perusahaan ekspedisi memiliki model bisnis B2B dengan perusahaan retail. Sehingga Siswanesia.com memiliki target *market* adalah bisnis yang membutuhkan jasa pengiklanan yang bergerak pada bidang pendidikan.

⁴ Sitti Nurhalimah, dkk, *Media social Dan Masyarakat Pesisir : Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*, (Yogyakarta: Deeppublish, 2019), hlm. 35.

Dari hasil wawancara dengan pihak Siswanesia.com memperoleh informasi bahwa Siswanesia.com menggunakan media sosial sebagai sarana mengisi kekosongan.⁵ Ini disebabkan karena Siswanesia.com kurang begitu memahami bagaimana memanfaatkan media sosial. Oleh karena itu kegiatan media sosial digunakan untuk membagi informasi terkait pendidikan. Kegiatan promosi Siswanesia.com juga sesekali dilakukan di media sosial tetapi belum pernah mengamati secara detail apa dampak dan manfaat yang ditimbulkan dari kegiatan tersebut.

Sedangkan menurut hasil survei yang dilakukan oleh GlobalWebIndex pada tahun 2019. Menyatakan bahwa media sosial adalah platform yang memiliki banyak pengguna di Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial adalah platform yang potensial sebagai sarana pemasaran. Karena dapat menjangkau lebih banyak audiens dengan waktu yang singkat.⁶ Sehingga diharapkan mampu memberikan manfaat yang positif bagi pertumbuhan bisnis portal berita media online Siswanesia.com

Berdasarkan uraian pembahasan di atas peneliti ingin meneliti terkait bagaimana peran media sosial membantu Siswanesia.com memperoleh pendapatan. Oleh karena itu peneliti mengangkat judul “ **Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Peningkatan Jumlah Pendapatan pada Bisnis Portal Berita Media Online (Studi Kasus Pada Portal Berita Media Online Siswanesia.com)**“.

⁵ Wawancara dengan Bapak Elga Aris Prastyo (Pemilik Portal Berita Media Online Siswanesia.com) .

⁶ We Are Social, Hootsuite, *Indonesian Digital Report 2019*, hlm 47.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang terdapat pada latar belakang, maka peneliti menetapkan rumusan masalah yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran dengan media sosial yang dilakukan Siswanesia.com?
2. Bagaimana Mafaat media sosial terhadap pendapatan Siswanesia.com?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mendeskripsikan strategi pemasaran menggunakan media sosial yang dilakukan oleh Siswanesia.com
2. Mengetahui manfaat strategi pemasaran menggunakan media sosial terhadap peningkatan jumlah pendapatan Siswanesia.com

D. Pembatasan Masalah

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Siswanesia.com

1. Siswanesia.com belum menerapkan kegiatan pemasaran secara penuh.
2. Siswanesia.com belum sepenuhnya memahami implementasi strategi pemasaran dengan media sosial.
3. Siswanesia.com belum pernah mengukur manfaat penggunaan media sosial terhadap peningkatan jumlah pendapatan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Ikut berkontribusi untuk memperkaya wawasan ilmu dan teori yang bisa bermanfaat dikemudian hari. Sebagai bahan acuan penelitian terkait pemanfaatan media sosial
- b. Sebagai pengukur seberapa kuat manfaat media sosial untuk perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Dengan diselesaikannya penelitian ini penulis bisa mengambil manfaat yang berupa pemahaman dan ketrampilan yang baru, yakni tentang bagaimana pemanfaatan media sosial terhadap peningkatan jumlah pendapatan.

b. Bagi Akademis

Diharapkan dengan penelitian ini bisa menambah variasi pembelajaran di kelas dengan mata kuliah Strategi Pemasaran *Online* terutama menggunakan media sosial.

c. Bagi Siswanesia.com

Dengan diselesaikannya penelitian ini dapat memberikan wawasan baru bagi lokasi penelitian yakni Siswanesia.com. Teori serta praktiknya dapat dimanfaatkan siswanesia.com untuk mengembangkan bisnisnya lebih baik lagi.

3. Bagi Pihak Lain

- a. Sebagai dasar dan acuan penerapan strategi pemasaran dengan media sosial untuk diterapkan ke dalam kegiatan pemasaran di perusahaannya.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menuliskan dalam beberapa bab yang saling berkaitan dan berkesinambungan. Di dalam suatu bab terdapat sub bab yang mendukung pembahasan dari bab utama. Penulisan skripsi ini dibagi menjadi enam bab sehingga sistematika penulisannya adalah sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Di dalam BAB I berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Pembatasan masalah, Manfaat penelitian, Sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Di dalam BAB II berisi a. Landasan teori b. Penelitian terdahulu c. Kerangka konseptual

BAB III : METODE PENELITIAN

Di dalam BAB III berisi Pendekatan dan jenis penelitian, Lokasi penelitian, Kehadiran peneliti, Data dan sumber data, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, Pengecekan keabsahan data, Tahap-tahap penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

BAB IV berisi tentang paparan data dan temuan penelitian yang peneliti dapatkan dari lokasi penelitian. Paparan data didapatkan dengan cara pengamatan, wawancara, dokumentasi dan informasi lainnya.

BAB V : PEMBAHASAN

BAB V berisi tentang pembahasan pemanfaatan media sosial terhadap pendapatan Siswanesia.com yang kemudian akan dilakukan pencocokan temuan penelitian dengan teori-teori yang sudah ada sebelumnya.

BAB VI : PENUTUP

BAB VI berisi Kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan, Saran dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya. Di akhir bab dilengkapi dengan daftar pustaka

Kemudian untuk bagian akhir dalam penelitian ini akan diisi dengan daftar rujukan dan lampiran-lampiran yang masih berkaitan dan mendukung penelitian.