

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Petshop Rumah Guguk merupakan sebuah usaha *petshop* yang didirikan di bulan September pada tahun 2013, seiring dengan berjalannya waktu *petshop* ini telah berkembang menjadi tempat wisata bagi pemilik hewan peliharaan seperti anjing, kelinci, kucing dan burung. Rumah Guguk berlokasi pada Jalan Pada Lestari NO.23, Cidadap, Isola di Kota Bandung. Tiket masuk yang di berlakukan untuk menikmati foto bersama beragam anjing, kelinci, kucing, burung ini di tarif seharga Rp. 30.000. Foto-foto Rumah Guguk seperti berikut :



Gambar 1.1 Rumah Guguk

Sumber: www.gogirl.id



Gambar 1.2 Rumah Guguk

Sumber: www.instagram.com

Dilihat dari gambar rumah guguk tersebut, selain adanya pemberlakuan harga tiket masuk yang dibuat oleh Rumah Guguk yang terbilang ekonomis, pengunjung atau konsumen yang akan memanjakan hewan peliharaan di Rumah Guguk dapat juga merasakan sensasi petshop yang seperti berada di tempat wisata, ditambah dengan fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh Rumah Guguk seperti, *café* yang ada di dalamnya seakan menambah kesan yang menyenangkan, di dalam *café* terdapat berbagai macam menu makanan dan juga minuman yang dapat membuat selera makan kita menyenangkan.

Pada seputar dunia perbisnisan, juga pemasar merupakan salah satu usaha untuk memperluas gagasan atau ide juga isi pesan, sementara pemasaran juga bisa berdampak.padaadanya teknologi pada masa kini. Masyarakat dapat mudah untuk mangleakses media sosial yang menjadi konsumtif para masyarakat, khususnya yaitu media sosial Instagram.

Rumah Guguk melakukan pemasaran melalui media sosial Instagram untuk menyebarkan informasi mengenai Rumah Guguk kepada masyarakat dengan sangat mudah dan cepat prosesnya, karena dengan tempat Rumah Guguk yang bersifat *Instagramble*, membuat pemasaran yang dilakukan sangatlah berkesinambungan, karena konsep-konsep yang di buat di dalam instagram berupa foto dan juga *profile* mengenai Rumah Guguk itu tersendiri. (

Akun Instagram Rumah Guguk ini bernama @rumahguguk, dimana konten media Instagram Rumah guguk ini telah banyak memiliki *followers* atau yang disebut pengikut akun agar dapat melihat foto-foto yang ada di dalam Instagram Rumah Guguk itu tersendiri. Konsep Instagram yang ada di dalamnya terdiri dari beberapa foto suasana dan regran atau mengulang post kembali hasil foto orang lain yang mencerminkan tentang lokasi yang berada di Rumah Guguk, misalnya orang yang berada di dalam *café* sambil bermain dengan guguk, orang yang sedang memberi makan kelinci, berfoto dengan burung, dan lain sebagainya. Sehingga bentuk penyampaian pesan yang ingin disampaikan oleh Rumah Guguk diharapkan mendapatkan respon yang positif dari pengunjung setelah adanya media sosial Instagram ini terencana dan telah mendapatkan hasil untuk bertujuan yang kiranya tepat pada sasaran dan juga waktu singkat, biaya yang murah juga bisa didapat.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Fenomena media sosial di Indonesia sudah dapat kita lihat di lingkungan sekitar kita, semakin bertambahnya masyarakat di sekitar kita yang tidak bisa lepas dari genggamannya gadgetnya, dan terdapat pula penelitian dilakukan oleh We Are Social dan juga Hootsuite pada tahun 2018, didapatkannya masyarakat di negara Indonesia suka untuk mengunjungi media sosial. Tercatat di dalam penelitian ini, ada sekira 130 juta masyarakat Indonesia yang aktif di berbagai media sosial, mulai dari media sosial Facebook, media sosial Instagram, Twitter dan juga lainnya. Jika membandingkan sebuah jumlah pengguna internet adanya proses pengguna media sosial, menjelaskan bahwa ada 97,9 persen pengguna internet yang ada di Negara Indonesia yang sudah menggunakan salah satu media sosial. Sedangkan jika di hasil banding dengan total penduduk Indonesia, ini berarti sekira 48 persen penduduk Indonesia telah mencicipi media sosial. (<https://techno.okezone.com>) (Nur Chandra Laksana, 2018)

Media sosial Instagram menjadi fenomenal karena bentuk media gambar yang dapat dilihat oleh banyak orang sangat menyita perhatian masyarakat, khususnya dikalangan anak muda dan juga segala usia, pengguna media sosial instagram di Kota Bandung pun sangat banyak dapat dilihat dari location yang ada pada fitur Instagram tersebut terdapat banyak gambar yang digunakan oleh pengguna Instagram di Kota Bandung. Pada laporan data 'Essential Insights Into Internet,

Social Media, Mobile, and Ecommerce Use Around the World” pada hari Senin 2018 Yang dirilis berdasar bulan Januari 2018, terlihat jika sekitar 120 juta pengguna, adanya jumlah yang diperkirakan 92 persen dari total pada pengguna media sosial ada pada perangkat mobile. Hasilnya jumlah terbilang memiliki ukuran yang besar. Jika dibandingkan tentang sebuah jumlah pengguna mobile perangkat, sudah didapatkan angka 177,9 juta masyarakat khususnya di Indonesia ini yang memiliki dan menggunakan mobile perangkat. Dapat disimpulkan, penetrasi mobile perangkat ini sudah mencapai angka 49% dari penduduk yang ada di Indonesia. (<https://techno.okezone.com/>) (Nur Chandra Laksana, 2018)

Waktu yang didapatkan oleh masyarakat yang ada di Negara Indonesia, memiliki waktu rata-rata setiap hari yaitu per orang mengakses 8 jam 51 menit. Sementara lama waktu yang digunakan dalam mengakses media sosial dalam berbagai perangkat yang ada yaitu pada waktu 3 jam 23 menit pada waktu 1 hari. Diperoleh jumlah yang menyatakan bahwa hanya kurang dari 6% pengguna Instagram dari negara Indonesia. Menurut pernyataan media sosial Instagram pada redaksi (09/02/2018), dikatakan dan dinyatakan “baru” ada lebih dari 45 juta pemakai aktif sebuah *platform* yang bisa untuk berbagi foto dan sebuah video itu setiap bulannya dari negara Indonesia. Di antara pengguna tersebut, tak sedikit yang yang mengunggah hasil dari pada jepretan dan sebuah rekaman saat liburan sekaligus mencari sebuah referensi terkini untuk refreshing. Sekadar informasi, akhir 2017 lalu, Instagram sempat membagikan insight perilaku penggunaanya di Indonesia. (<https://technologue.id/>).

Era yang sangat berkembang, dan kemajuan zaman yang terjadi pada saat ini telah mampu menciptakan inovasi dan meningkatkan kreativitas pada masyarakat. Masyarakat saat ini telah menyadari penuh akan perkembangan zaman yang dapat membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan di dalam kehidupan sehari-hari. Seperti contoh yang terjadi pada masyarakat di Kota Bandung yang selalu meningkatkan inovasi dan kreativitas dalam sebuah hobi menjadi sebuah usaha yang dapat menguntungkan. Hobi memelihara hewan peliharaan sudah tidak heran di lingkungan kita, manusia dan hewan memiliki kedekatan dan juga saling menyayangi satu sama lain. Hewan peliharaan yang populer dikalangan masyarakat adalah hewan yang memiliki bentuk yang unik dan juga menarik, seperti karakter setia yang

dimiliki oleh hewan anjing pada majikannya dan juga memiliki pribadi yang menggemaskan, sehingga pemilik memiliki rasa terhibur dengan keberadaannya.

Untuk meningkatkan eksistensinya wisata hewan Rumah Guguk, pengelola fokus memasarkan jasanya melalui akun instagram, mengingat potensi pasar yang sangat luas dan besar di Indonesia. Data yang diperoleh dari *Internet Worlds Stats*, bahwa para pengguna internet Asia hingga saat ini telah mencapai 1,62 miliar jiwa dan jumlah penetrasi di Negara Indonesia telah mecapai angka 40,2% dari total populasi 4 miliar jiwa banyaknya. Dari banyak 674 juta jiwa jumlah pengguna internet di Asia memilik asal dari Negara Cina.www.katadata.go.id



Gambar 1.3 Indonesia Peringkat 4 Pengguna Internet Asia

Sumber: www.katadata.co.id

Negara Indonesia memiliki peringkat ke -4 pada pengguna internet di wilayah Asia pada tahun 2015, hasil tersebut di dapat dari salah satu situs *riset Internet World Stats* bahwa pada Negara Indonesia para pengguna internet mencapai 78 juta banyaknya jiwa dari sekitar jumlah penduduk 255 juta, sekitar 30,5 persen penetrasi dan juga penggunaan internet di Negara Indonesia. Bertambahnya angka pengguna internet di Indonesia, menjadikan masyarakat yang semakin produktif dan aktif untuk melakukan kegiatan usaha di dalam kesehariannya. Internet telah memudahkan bentuk pencarian data, akses jangkauan luas dan juga membantu di dalam strategi pemasaran yang ada pada dalam perusahaan. Dibandingkan dengan Negara Bangladesh, Vietnam, Filipina, Korea Selatan, Thailand, Pakistan, Indonesia menjadi

peringkat tertinggi diantara keenam Negara tersebut, meskipun peringkat yang tertinggi dibandingkan dengan berada di Negara Cina, India dan Jepang. Akan tetapi kecenderungan penggunaan internet di Indonesia dari waktu ke waktu terus meningkat. Hasil survey APJII pada tahun 2017 bahwa Indonesia memiliki masyarakat pengguna Internet yang terus meningkat, seperti pada data gambar grafis ini



Gambar 1.4 Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017

Sumber: www.apjii.or.id

Berdasarkan Gambar 1.4 tahun 2017 jumlah pengguna berhasil menempati angka 143,26 juta banyaknya jumlah jiwa ataupun dapat disetarakan 54,68% dari jumlah penduduk yang ada di Negara Indonesia. Jadi, angka itu menjelaskan bahwa ada proses kenaikan angka dari tahun sebelumnya sebesar 10,56 juta jiwa Indonesia yang menggunakan internet di tahun 2017. Para pengguna internet di Indonesia semakin meningkat dari tahun dan juga ke tahun, dengan bertambah penduduk maka semakin pula angka penggunaannya. Jadi, Indonesia dinilai cukup konsumtif dengan adanya internet yang dapat memberikan nilai positif pada masyarakat yang menggunakannya dan membantu kegiatan di dalam kehidupan sehari – hari baik dalam bisnis, pendidikan, pekerjaan, kesehatan, dsb. www.apjii.or.id

Penyediaan akses internet tidak hanya digunakan dari untuk menjangkau komunikasi secara luas, sumber data dan lainnya, namun internet juga bisa menjadi media yang dapat membantu kegiatan berusaha dimana konsumen dapat mudah mendapat informasi tentang perusahaan dengan cepat, mudah, dan menggunakan biaya yang murah, contohnya media sosial di dalam Internet. Media sosial menjadi

layanan yang paling besar di akses ke -2 setelah layanan internet chatting. Seperti pada gambar berikut ini :

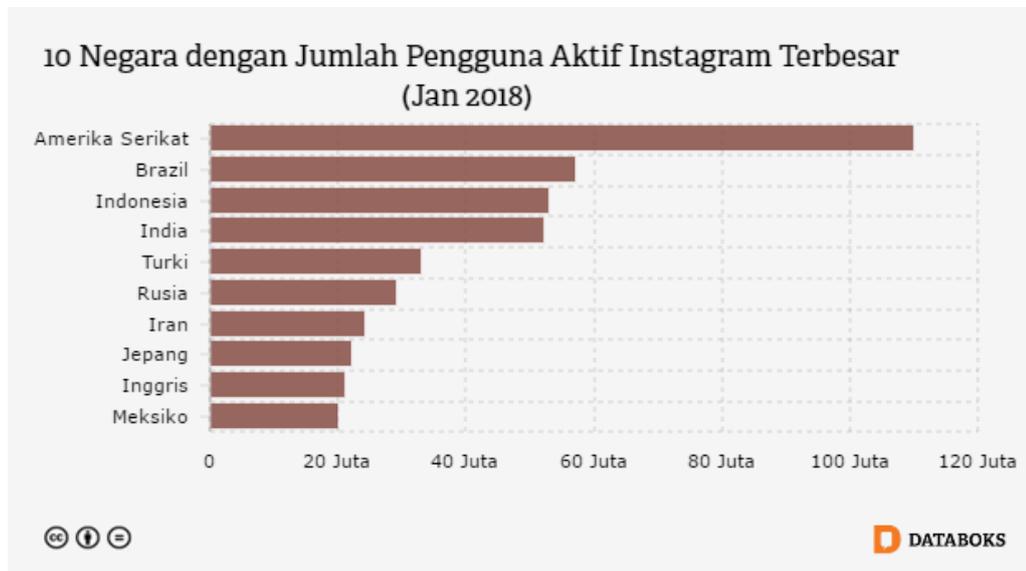


Gambar 1.5 Hasil Survey APJII 2017 Berdasarkan Layanan Yang Diakses

Sumber: www.teknopreneur.com

Hasil survey Teknopreneur dan APJII tahun 2017 menunjukkan bahwa media sosial menjadi layanan yang sering di akses sebesar 87,13% ke-2 setelah hasil survey pertama chatting yaitu sebesar 89,35%. Jadi, usia 19–34 tahun memiliki persentase 49,52%, usia 35–54 tahun sebanyak 29,55%, 54 tahun keatas sebanyak 4,24%. Berarti pengguna internet khususnya media sosial di Indonesia sebanyak 87,13% dari 143.26 pengguna internet di Indonesia. (www.teknopreneur.com)

Media sosial dapat menjangkau konsumen atau pelanggan di dalam kegiatan pemasaran, karena media sosial tidak hanya membangun komunikasi secara online dan juga mudah, namun perusahaan dapat menerima *feedback* terbuka dari klien. Dengan adanya media sosial perusahaan dapat meningkatkan popularitas dan membangun ketertaikan pelanggan untuk membeli produk dan jasa. Penggunaan dan pemanfaatan media sosial pada saat ini sangat beragam dan semakin berkembang, dari banyaknya jenis media sosial di gunakan seperti Facebook, Instagram, Twitter, dsb. Instagram pada saat ini sangat populer dan termasuk media sosial yang aktif pada saat ini, khususnya di Negara Indonesia.



Gambar 1.6 Jumlah Pengguna Aktif Instagram Tebesar (Januari 2018)

Sumber: www.databoks.co.id

Media sosial Instagram adalah salah satu bentuk platform jejaring sosial, dimana Instagram ini sangat populer di dunia. Instagram digunakan untuk melakukan postingan berbagi foto dan juga untuk memasarkan produk bisnis, penyebaran informasi. Total pengguna media sosial pada saat ini berada pada angka 800 juta di bulan Januari di tahun 2018. Pengguna yang aktif media sosial instagram ini lebih dominan berasal dari Negara Amerika Serikat yang mencapai angka 110 juta, peringkat dibawahnya ada di Negara Brazil yang berhasil capai 57 juta pengguna yang aktif, dan ada di peringkat urutan ke tiga berada di Negara Indonesia yang dinyatakan pengguna Instagram yang berstatus aktif mencapai angka 55 juta. Media Sosial yang satu ini, yaitu Instagram merupakan sebuah jenis media sosial termasuk sebagai media sosial yang populer setelah *Youtube*, *Facebook* dan *Whatsapp* yang ada di urutan ke empat di negara Indonesia.

Peluang para pengusaha dengan adanya media sosial instagram, menciptakan kreatifitas dan inovasi dalam membuat sebuah usaha, Dikutip dari sebuah laporan direktur Temali bernama Didit Siswodwiatmoko di dalam penyelenggaraan The First Indo Pet Expo 2015 bahwa sector pertumbuhan ekonomi yang ada di Negara Indonesia ini semakin berkembang dan juga maju secara pesat, didapati hasil

pendapatan sebuah per kapita di masyarakat Indonesia dari US\$ 3.181 di tahun 2010 menjadi US\$ 3.533 di tahun 2014 itu. Pendapatan tersebut melahirkan komunitas – komunitas para pecinta sebuah hewan peliharaan di Negara Indonesia. Para Komunitas ini memiliki hewan peliharaan menjadi hobi dan juga bisnis di dalam hobi. Indonesia adalah salah satunya yang ada pada Negara yang jumlah hewan peliharaan cukup berada pada posisi tinggi. Pangsa pasar hewan peliharaan yang berada di Negara Asia Tenggara telah berhasil mencapai angka 15,6%. Indonesia diperkirakan memiliki pertumbuhan hewan peliharaan mencapai 7,1% hingga tahun 2020. www.tribunnews.com.

Maraknya usaha petshop di Indonesia, menjadikan kota – kota besar di Indonesia mencoba peluang untuk menjadikan hobi mereka ke dalam sebuah usaha petshop, contohnya di Kota Bandung dengan mudah kita biasa mendapati beberapa petshop yang ada di sekitar Kota Bandung. Pada penelitian ini, telah terpilih beberapa petshop yang berada di daerah Kota Bandung karena Kota Bandung menjadi kota yang paling banyak dikunjungi dari banyak tempat wisata yang ada di Indonesia, seperti berikut ini :

TABEL 1.1

DATA KUNJUNGAN WISATAWAN KE KOTA BANDUNG TAHUN 2010 – 2013

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Domestik	Jumlah Wisatawan
2010	685.347	14.854.317	15.539.664
2011	676.755	19.461.717	20.228.216
2012	530.565	15.241.752	10.541.115
2013	529.296	16.164.876	11.692.287

Sumber : Dinas Kebudayaan Pariwisata Kota Bandung (2014)

Dari Tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwanya data wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung pada tahun 2010 sampai dengan 2013 mengalami peningkatan,

sedangkan pada tahun 2012 jumlah kunjungan menurun dan di dapati kembali peningkatan pada tahun 2013. Jumlah wisatawan yang banyak dapat menjadi potensi pasar bagi pengembangan usaha wisata.. Pada penelitian ini, telah terpilih beberapa petshop yang berada di daerah Kota Bandung :

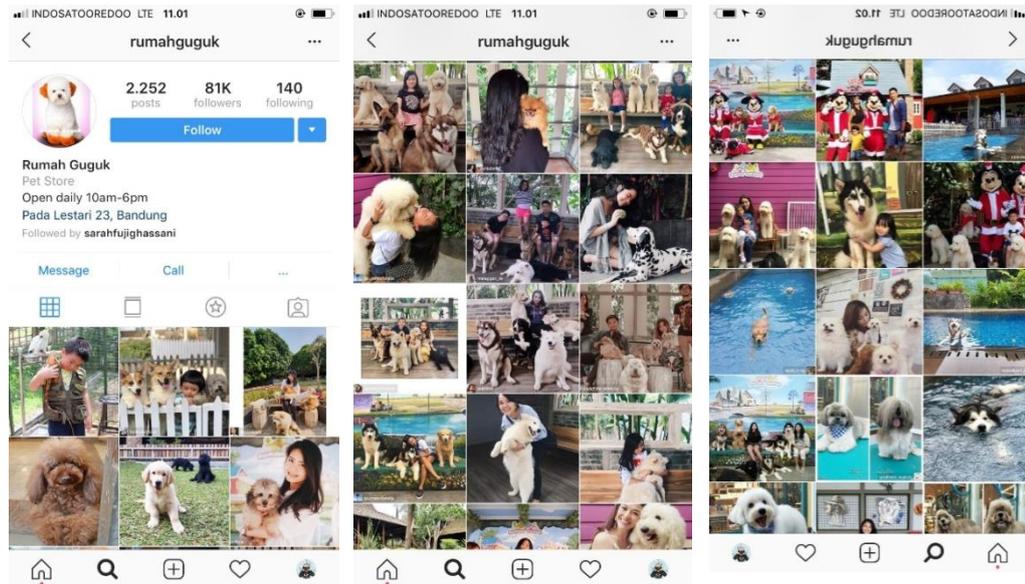
TABEL1.2
OBSERVASI PESHOP DI KOTA BANDUNG

No	Nama	Alamat	Akun Instagram	Followers (31 Juli 2018)	Fasilitas
1	Pet Distro	Jl. Sukajadi 218, Bandung	@petdistro	4.388	Salon & Grooming, Swimming, Taxi
2	Rumah Guguk	Jl. Pada Lestari No. 23, Bandung	@rumahguguk	81000	Salon & Grooming, Swimming, Hotel, Foto Spot, Cafe
3	Marise Petshop	Jl. Pelesarian No. 73, Bandung	@marisecathome	4.762	Perelengkapan hewan
4	Club Pet	Jl. R.E Martadinata 173, Bandung	@clubpet_bandung	2.011	Salon & Grooming, Coffe Shop

Sumber: Olahan Peneliti (2018)

Dilihat dari tabel di atas, observasi petshop di Kota Bandung menjelaskan fasilitas yang berbeda dengan petshop satu sama lainnya. Masing – masing petshop memiliki data follower di akun instagram pada tanggal 31 Juli 2018 di media sosial instagram yang berbeda, rumah guguk termasuk petshop yang memiliki jumlah

followers terbanyak, dibandingkan Pet Distro, Marise Petshop dan Club pet. Potensi *followers* yang banyak tersebut diharapkan dapat mendorong respon *followers* untuk datang berkunjung ke rumahguguk tersebut. Sebagai gambaran peneliti menampilkan beberapa gambar screenchoot yang ada pada akun instagram @rumahguguk pada tanggal 1 Agustus 2018 Pukul 11:06 WIB sebagai berikut



Gambar 1.7 Tampilan Akun Instagram @rumahguguk

Sumber: Olahan Peneliti, 1 Agustus 2018

Berdasarkan rangkaian yang telah peneliti, penggunaan instagram oleh rumah guguk sebagai media untuk memasarkan produk dan jasanya tentunya mengharapkan tanggapan atau respon dari target audiennya. Respon konsumen terhadap stimulus sangat bergantung pada bagaimana stimulus bersangkutan diproses, selanjutnya reaksi tersebut dapat membentuk sikap dan perilaku konsumen. Ada hubungan yang erat antara isi pernyataan pesan dan media dengan reaksi konsumen. Pemasar selalu menginginkan pesan yang disampaikan melalui media atau komunikasi pemasaran mendapat tanggapan atau respon dari target audiennya. Kondisi ini sangat disadari betul oleh pengelola rumahguguk yang mengharapkan adanya respon positif dari konsumennya dari mulai menyadari sampai pada tahapan untuk memutuskan datang langsung ke rumahguguk tersebut.

Berdasarkan pada fenomena tersebut peneliti akan melakukan penelitian dalam bentuk media sosial instagram dapat mempengaruhi respon masyarakat yang

ada di Kota Bandung, sehingga peneliti mengambil judul: “PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP RESPON KHALAYAK RUMAH GUGUK“.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang ada di atas, maka identifikasi masalah pada penelitian yang peneliti teliti ini sebagai berikut ini :

1. Adakah pengaruh penggunaan media sosial Instagram @rumahguguk terhadap respon khalayak ?
2. Seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap respon khalayak pada Rumah Guguk ?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh media sosial Instagram @rumahguguk terhadap respon khalayak di petshop Rumah Guguk.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap respon khalayak pada Rumah Guguk

1.5 Manfaat Penelitian

Ada pula manfaat penelitian yang dapat diharapkan bisa memperoleh hasil penelitian seperti pada berikut :

1.5.1 Aspek Teoritis

Hasil pada penelitian ini sangat diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan juga pengembangan teori di bidang Ilmu Komunikasi dan hasil pada penelitian ini sangat peneliti harapkan dapat menjadi referensi untuk sebuah penelitian yang serupa, dalam hal pengaruh akun instagram sebuah perusahaan terhadap respon khalayak.

1.5.2 Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi ‘Rumah Guguk sebagai tolak ukur akan penyampaian informasi melalui akuin instagram @rumahguguk kepada *followers*, dan juga masyarakat pengguna media sosial instagram agar selanjutnya dapat mengembangkan perusahaan. Sehingga respon khalayak pada Rumah Guguk dapat terus meningkat.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Kegiatan Penelitian yang telah diselesaikan oleh peneliti berlangsung pada waktu bulan Juni 2018 – November 2018. Maka dari itu terdapat rincian yang jauh lebih jelas yang dapat kita ketahui dari tabel yang ada di bawah ini :

TABEL 1.3
WAKTU PENELITIAN

No	Jenis Kegiatan	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November
1	Mengumpulkan Data						
2	Pra Penelitian						
3	Pengolahan Data						
4	Pendaftaran DE						
5	Pendaftaran Skripsi						
6	Pelaksanaan Skripsi						
7	Dokumentasi						

Sumber: Olahan peneliti, 2018

1.7 Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu di Petshop Rumah Guguk Bandung yang berada di daerah Sukasari tepatnya Jalan Pada Lestari No.23, Cidadap, Isola, Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40154. Rumah Guguk Bandung yang ada di Bandung.