BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehadiran media sosial telah berkembang menjadi sebuah media komunikasi yang baru super canggih karena dapat menghubungkan berjuta-juta penggunanya. Melalui jaringan internet, semua penggunanya sepertinya selalu dapat terhubung dengan lainnya, sehingga dengan mudah saling berhubungan dalam komunikasi global yan tanpa terkendala jarak, waktu dan biaya. Hal itu yang menyebabkan media sosial saat ini telah menjelma menjadi dunia baru yang disebut "dunia maya", penggunanya. Melalui komunikasi global ini pula para pengguna akan menjadi bagian terlibat secara aktif dan interaktif dalam suatu hal yang diinginkan. (http://teknokompas.com:2014)

Saat ini pengguna media sosial instagram telah berkembang dalam semua lini kehidupan. Mulai dunia pendidikan hingga dalam bisnis. Dalam dunia bisnis perkembangan internet yang bersifat digital. Dari pertukaran informasi bisnis hingga melakukan berbagai strategi bisnis seperti promosi, penjualan online hingga melakukan pelayanan terhadap konsumen (*customer service*). Hal tersebut karena suatu halaman internet yang dapat menampilkan teks, suara, grafik, foto, dan video menjadi instrumen komersial di internet. Perilaku konsumen terus bergerak mengikuti laju perkembangan zaman menyebabkan pebisnis perlu memikirkan cara efektif untuk memasarkan produk/ jasa yang dihasilkan sehingga bukan saja barang/ jasa yang dapat terjual, namun pebisnis juga mampu terus memberikan informasi terbaru dari barang/ jasa tersebut sehingga mampu mempertahankan konsumen/ pelanggannya. (http://teknokompas.com:2014)

Pebisnis juga mampu untuk memberikan informasi terbaru dari barang/ jasa tersebut sehingga mampu mempertahankan konsumen/ pelanggannya. (http://teknokompas.com:2014)

Semakin tumbuhnya pengguna internet di pasar Indonesia juga menyababkan pemasaran digital efektif dilakukan mengingat

pemasaran tersebut mampu menjangkau semua target pasar yang telah ditetapkan. Pertemuan jutaan orang dalam internet memudahkan pebisnis mendapatkan pelanggan baru, apalagi berdasarkan data dari lembaga riset pasar e-marketer,di Indonesia populasi *netter* tanah air mencapai 83,7 juta orang pada 2014 atau nomor enam di dunia. Maka tak heran rasanya jika banyak dari pebisnis yang menggunakan media sosial Instagram sebagai ajang media bisnis termasuk melakukan strategi pemasaran berupa promosi. Hal ini tidak terlepas dari keefektifan pengguna Instagram sehingga pebisnis mampu meraih konsumennya tanpa terhalang jarak,waktu dan biaya. Dimana konsumen saat ini sudah menggunakan internet sejak ia mencari informasi tentang produk/ jasa yang dibutuhkan hingga melakukan transaksi pembelian melalui internet dengan meggunakan toko online. (http://teknokompas.com:2014)

Salah satu strategi bisnis yang dilakukan dengan media sosial Instagram adalah melakukan promosi. Promosi dilakukan untuk mendorong konsumen tersebut perlu dilakukan mengingat semakin beragamnya dan cepat informasi yang diterima konsumen terhadap produk atau jasa yang diperlukannya. Maka tidak heran jika saat ini online shop merupakan salah satu konten yang dicari dan diminati pengguna Instagram. (http://teknokompas.com:2014)

Perias pengantin adalah salah satu dari sekian banyak penawar jasa yang tidak pernah absen dalam melakukan promosi melalui internet. Promosi yang biasa dilakukan biasanya berupa penerbitan harga *make up* perkawinan, hingga beberapa hasil *make up* bahkan seringkali juga berisi video tutorial make up. Promosi dilakukan secara berkesinambungan, terus menerus selain untuk memberikan informasi kepada calon konsumen bukti kemampuan dalam merias menginformasikan kepada konsumen kemajuan / perkembangan yang terjadi dalam dunia rias bahkan menjelaskan suatu prosesi pernikahan. Internet akan tetap digunakan sebagai media promosi lainnya. (https://www.academia.edu)

B. Batasan Masalah

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh media sosial instagram terhadap usaha rias pengantin

C. Rumusan masalah

Bagaimana pengaruh media sosial instagram terhadap usaha rias ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh media sosial instagram terhadap usaha rias pengantin

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dengan judul ” Pengaruh media sosial Instagram Terhadap Usaha Rias Pengantin”

1. Bagi Mahasiswa

a. Menambah ilmu pengetahuan tentang pengaruh media sosial instagram terhadap usaha rias pengantin.

b. Memiliki wawasan tentang menggunakan media sosial instagram terhadap usaha rias pengantin.

c. Mampu meningkatkan sikap professional kerja.

2. Bagi lembaga pendidikan

   Mengetahui tingkat pengaruh media sosial instagram terhadap usaha rias pengantin.

3. Bagi perias pengantin

   Memiliki wawasan tentang menggunakan media sosial instagram terhadap usaha rias pengantin