

ABSTRAK

Pradana, Rizky Agus. 2018 . “Strategi Pemasaran Melalui Media Online Pada Label Brutal Mind”. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing Drs. Hery B Cahyono, M.Si.

KataKunci: *Strategi Pemasaran, Media Online, Label Brutal Mind*

Skripsi ini mengkaji tentang Strategi Pemasaran Melalui Media Online Pada Label Brutal Mind. Strategi pemasaran pada media online oleh label sebesar Brutal Mind ini, yang menarik minat peneliti mengulik lebih jauh tentang apa saja faktor-faktor yang menyebabkan para pengusaha *online* memanfaatkan dan memilih media online sebagai salah satu strategi pemasarannya. Karena penggunaannya yang lebih mudah dan simple sebagai media pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dimana teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada informan yaitu pemilik akun.

Ada beberapa kendala yang dihadapi dalam pemasaran produk Brutal Mind. Pertama yaitu sering mengalami gangguan sinyal pada *provider internet*. Kedua adalah layanan jasa pengiriman barang yang tidak jarang mengalami keterlambatan ke tempat tujuan, dikarenakan sudah mencakup dalam negeri maupun luar negeri. Ketiga yaitu, masalah percetakan dimana barang sudah *overload* serta bahan yang digunakan mengalami keterlambatan. Dan yang terakhir, adalah kendala dihadapi dari pihak *designer* sendiri karena seniman/artwork dalam membuat suatu desain memerlukan waktu dan suasana hati yang baik. Sehingga diperlukan cara lain dalam pemasaran produk label Brutal Mind ini.

Hasil dari penelitian ini adalah media Online terbukti efektif dalam penggunaan dana dan waktu, dikarenakan tidak ada biaya untuk pembuatan akun dan dengan banyaknya waktu luang untuk promosi, memudahkan akses pencarian bagi konsumen, banyaknya pengguna media online sehingga menjadi potensial untuk pasar, media online mudah digunakan baik itu untuk kebutuhan sosial maupun kebutuhan bisnis karena banyak fitur yang mudah dalam pengaplikasiannya dan menjadikan foto sebagai unggulan dalam media sosial, produk dapat dikatakan sudah go internasional.

ABSTRACT

Pradana, Rizky Agus. 2018. "Marketing Strategies Through Online Media On Brindal Mind Label". Thesis, Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, University of Muhammadiyah Jember. Drs. Hery B Cahyono, M.Si.

Keywords : *Marketing Strategy, Online Media, Brutal Mind Label.*

This thesis research about Marketing Strategy by Online Media on The Brutal Mind Label. This marketing strategy by online media on the Brutal Mind Label can make a research so excited to investigate about factor of Online owner to choose a online media for Marketing Strategy. Because is so simple for use as marketing media. This research use qualitative description methods. This methods can get a data from deep interview to informant like account owner.

There are several obstacles faced in the marketing of Brutal Mind products. The first is often experienced signal interference on the internet provider. Second is a freight forwarding service that is not infrequently experiencing delays to the destination, because it already covers within the country and abroad. Third is, the problem of printing where the goods have been overloaded and the material used to experience delays. And finally, is the constraint faced by the designer itself because the artist / artwork in making a design takes time and a good mood. So needed another way in marketing this Brutal Mind label Products.

The results of this study are Online media proved to be effective in the use of funds and time, because there is no cost for account creation and with the amount of free time for promotion, facilitate access search for consumers, the number of online media users so it becomes a potential for the market, easy to use online media both for social needs and business needs due to the many features that are easy to apply and make the photo as a flagship in social media, the product can be said to have gone international



**STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA ONLINE PADA LABEL
BRUTALMIND**

SKRIPSI



Oleh:

Agus Rizky Pradana

NIM. 1210521005

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

2018

**STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA ONLINE PADA LABEL
BRUTALMIND**

(Studi Komunikasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisipol Universitas Muhammadiyah Jember)

Skripsi



Oleh:

Agus Rizky Pradana

NIM. 1210521005

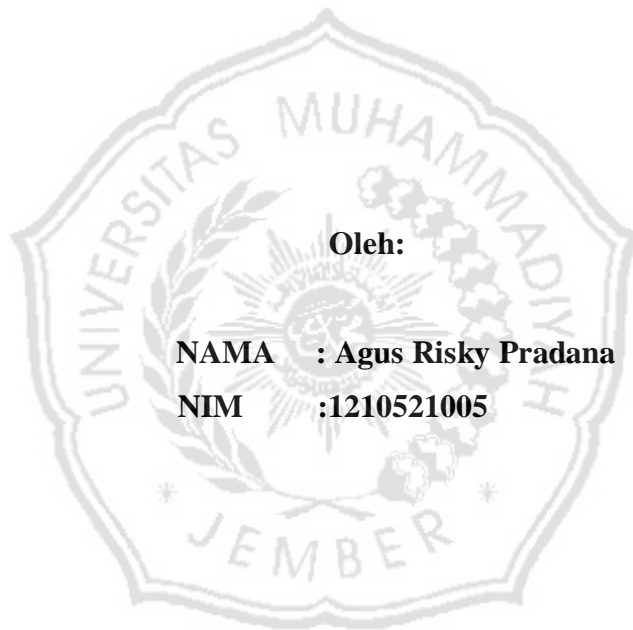
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

2018

**STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA ONLINE
PADA LABEL BRUTALMIND**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Jember Untuk
memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)**



Oleh:

NAMA : Agus Risky Pradana

NIM :1210521005

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

2018



HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Untuk keluarga tercinta, Ibunda Sundari, yang selalu berkirin doa dari rumah tiada henti pada penulis. Insya Allah semua kebaikan ini akan kembali kepada mereka.
2. Dekan Fisipol Ibu, Emy Kholifah, M.Si. KaProdi Ilmu Komunikasi Bapak Suyono, S.H.M.I.Kom. Dosen Pembimbing, Bapak. Drs. Hery B Cahyono, S.Sos. M.Si. Terimakasih atas segala arahan, saran dan dukungan pemikiran dalam penyusunan skripsi ini yang diberikan pada penulis.
3. Untuk teman-teman yang sudah membantu, Edho Rachman, M.Farich, Bagoes P, Reszy Rositta, Reynaldi Ode J, Reyfangga, terimakasih untuk kalian semua.
4. Teman-teman sekelas Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2012, dan sahabat-sahabat yang telah mendukung serta mendoakan penulis, terimakasih untuk kalian semua.
5. Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Jember

Semoga semua amal ibadah ini dicatat sebagai sebuah kebaikan oleh Allah SWT dan menjadikannya penuh berkah.

Jember, 16 Maret 2018

Penulis

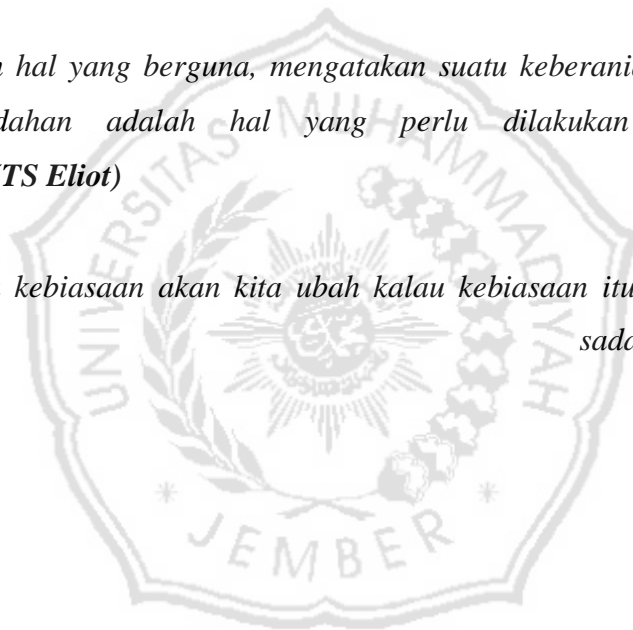
MOTTO

“Bermimpilah dengan segenap pikiran, yakinlah dengan sepenuh hati, wujudkanlah dengan seluruh tenaga.” (Whisnutama)

“Hidup harus memulai semuanya dari bawah, dan tidak pernah melompat jauh meskipun ada kesempatan.” (Otto Hasibuan)

“Melakukan hal yang berguna, mengatakan suatu keberanian dan merenungkan suatu keindahan adalah hal yang perlu dilakukan dalam kehidupan seseorang.” (TS Eliot)

“Bagaimana kebiasaan akan kita ubah kalau kebiasaan itu sendiri sering tidak kita sadari.” (SoedjiwaTedjo)



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agus Rizky Pradana
NIM : 1210521005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri bukan merupakan pengambil-alihan, tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan/plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut, termasuk pencabutan gelar akademik saya.

Jember, 16 Maret 2018

Yang membuat pernyataan

Materai 6000

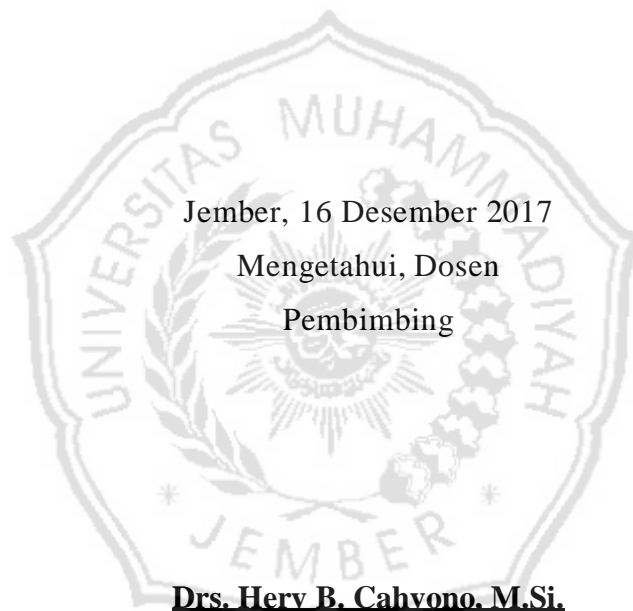
Agus Rizky Pradana

NIM.1210521005

HALAMAN PERSETUJUAN

Strategi Pemasaran melalui media Online pada label Brutal Mind

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan



Jember, 16 Desember 2017

Mengetahui, Dosen

Pembimbing

Drs. Hery B. Cahyono, M.Si.

NIDN. 0713046301

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji

Program Studi: S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Jember

Hari : Jumat

Tanggal : 16 Maret 2018

Pukul : 08.00 - 10.00 WIB

Tim Penguji :

Ketua,

Suvono, SH., M.I.Kom.

NIDN. 0705086503

Anggota,

Anggota,

Ari Susanti, S.sos., M.Med.Kom.

NIDN.0701047701

Drs. Hery B. Cahyono, M.Si.

NIDN : 0713046301

Mengetahui,

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Jember

Dekan,

Dr. Emy Kholifah, M.Si.

NIDN. 0725036702

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Jember, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agus Rizky Pradana
NIM : 1210521005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas : Muhammadiyah Jember

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Jember **Hak Bebas Royalti Non eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **:Strategi Pemasaran media online pada label Brutal Mind** Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Jember berhak menyimpan, mengalih mediakan, memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat,dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Jember
Pada tanggal:16 Desember 2017
Yang menyatakan,

Materai 6000

Agus Rizky Pradana
NIM.1210521005

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Jember. Judul yang penulis ajukan adalah **“Strategi Pemasaran melalui media online pada label BrutalMind”**.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terimakasih kepada yang terhormat.

1. Dr. EmyKholifa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Suyono,SH.,M.I. Kom, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Drs. Hery B. Cahyono, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak/Ibu dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Semua pihak yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini, Semoga Allah s.w.t. memberikan balasan yang setimpal atas segala jasa-jasa, kebaikan-kebaikan serta bantuan-bantuan yang telah diberikan kepada penyusun.

Akhirulkalimat penyusun berharap semoga karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jember, 16 Desember 2017

Penulis,

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Logo.....	ii
Halaman Persembahan.....	iii
Motto.....	iv
Halaman Keaslian Tulisan.....	v
Halaman Persetujuan.....	vi
Halaman Pengesahan.....	vii
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi Tugas Akhir.....	viii
Kata Pengantar.....	ix
Abstrak.....	x
Abstract.....	xi
Daftar Isi.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Pengertian Komunikasi.....	7
2.2 Komunikasi Massa.....	8
2.3 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	10
2.3.2 Empat Komponen Pemasaran.....	11
2.3.3 Komunikasi Pemasaran Online.....	13

2.4 Promosi	13
2.4.1 Pengertian Promosi	13
2.4.2 Tujuan Promosi	14
2.4.3 Bentuk-bentuk Promosi	15
2.5 Teori New Media	20
2.5.1 Definisi New Media	20
2.5.2 Kelebihan dan Manfaat New Media	22
2.5.3 Pemilihan Media	23
2.5.4 Perencanaan Media	24
2.6 Media Internet	26
2.6.1 Pengertian Media Internet	26
2.6.2 Fasilitas yang terdapat pada Internet	26
2.6.3 Fungsi dan Manfaat Internet	28
2.7 Media Sosial	30
2.7.1 Pengertian Media Sosial	30
2.7.2 Sejarah Media Sosial	30
2.7.3 Definisi Media Sosial	31
2.7.4 Ciri-ciri Media Sosial	32
2.7.5 Jenis-jenis Media Sosial	32
2.7.6 Media Interaktif	37
2.7.7 Facebook	38
2.7.9 Instagram	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Obyek Penelitian	44
3.2.1 Obyek Penelitian	44
3.2.2 Unit Analisis	45
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	45
3.2.4 Teknik Analisis Data	47

BAB IV PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran akun Brutal Mind	48
4.1.1 Brutal Mind	48
4.1.2 Profil Pemilik	49
4.1.3 Visi dan Misi.....	50
4.1.4 Produk Company	50
4.1.5 Data Penjualan Brutal Mind.....	52
4.2 Strategi Pemasaran	54
4.2.1 Endorsment	54
4.2.2 Iklan	55
4.2.3 Website	55
4.2.4 Facebook.....	57
4.2.5 Instagram.....	58
4.3 Kendala Brutal Mind.....	60
BAB V PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	62
DAFTARPUSTAKA	
LAMPIRAN	
PEDOMAN WAWANCARA	
JADWAL PENELITIAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR PUSTAKA

- AbrarNadhya Ana. 2003. *TeknologiKomunikasiPersepektifIlmuKomunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Boyd, Happer W, Walker, Orville C, danLarreche Jean-Clude. 2000. *Manajemen Pemasaran: SuatuPendekatanStrategiDenganOrientasi Global*, AlihBahasa ImanNurmawan, Yogyakarta:Erlangga.
- Bungin, Burhan. 2007. *PenelitianKualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik,danIlmuSosialLainnya*Cetakanpertama. Jakarta: KencanaPrenada Media Group.
- Dewdney Anrew, Ride Peter. 2006. *The New Media Handbook*. New York: Routledge.
- Dharmmesta, BS, Irawan. 1990. *ManajemenPemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberti.
- Gao, Yua. 2005. *Web Systems Design and Online Consumer Behavior*. Idea Group Publishing.
- Hermawan, Agus. 2012. *KomunikasiPemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Idrus, Muhammad. 2009. *MetodePenelitianSosial*. Yogyakarta: Erlangga.
- Kennedy, John E, R, Soemanagara. 2006. *Marketing Communication*. Jakarta: PT. BuanaIlmuPopuler.
- Kertamukti, Rama. 2015. *StrategiKreatifdalamPeriklanan*. Yogyakarta: Raja grafindoPersada.
- Kismono. 2001. *PengantarBisnis I*, Cetakan I BPFE, Yogyakarta.
- Krisyantono, Rachmat. 2006. *TeknikPraktisRisetKomunikasi*Cetakankeempat. Jakarta: KencanaPrenada Media Group.
- Machfoedz, Mahmud. 2010.*KomunikasiPemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakrallmu.
- Morissan. 2010. *Periklanan: KomunikasiPemasaranTerpadu*CetakanPertama . Jakarta: KencanaPrenada Media Group.
- M Nistrina. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media SosialDalamMeraupUang*. Yogyakarta: Kobis.

- Nasrullah, Rully. 2015. *Media Sosial*. Bandung: SimbiosisRekatama Media.
Pawito.
2008. *PenelitianKomunikasiKualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Porter, J. (2008). *Designing For The Social Web*. Berkeley: Peachpit Press.
- Prisgunanto, Ilham. (2006). *KomunikasiPemasaran: StrategidanTaktik*. Bogor:
Ghalia Indonesia.
- Puntoadi, Danis.2011. *MenciptakanPenjualanMelaluiSosial Media*. Jakarta: PT.
alexKomputindo.
- Purba, Amir, dkk. (2006). *PengantarIlmuKomunikasi*. Medan: PustakaBangsa
Press.
- Rakhmat, Jalaludin. 2008. *RisetKomunikasi*. Bandung: PT RemajaRosdakarya.
- Roger M. Everett. 2004. *Communication Technology, A History of Communication
Study*. New York: The Free Press.
- Sugiyono. 2007. *MetodePenelitianKualitatif*. Bandung :Alfabet.
- Swasta, Busudan Irawan. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*,
Yogyakarta:Liberty.
- Terry Flew. 2005. *New Media an Introduction. Second Edition*. New York:
Oxford University Press.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *StrategiPemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- West, Richard, dan Lynn H. Turner. 2008. *PengantarTeoriKomunikasi:
Analisis dan Aplikasi*, Edisi 3, terjemahan Maria Natalia Damayanti Maer.
Jakarta: Salemba Humanika.

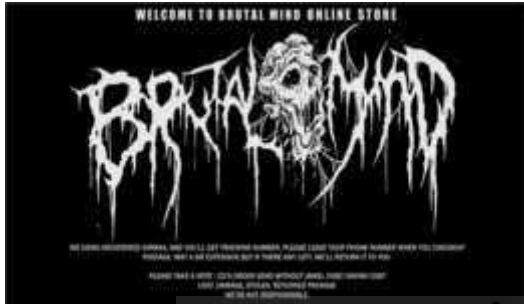
Sumber refrensi lain

[http://www.beritateknologi.com/54-persen-brand-ternama-dunia-kini-
gunakanInstagram](http://www.beritateknologi.com/54-persen-brand-ternama-dunia-kini-gunakanInstagram)

http://www.wikipedia.org/wiki/Online_Media

Daftar Lampiran

Lampiran 1 : Dokumentasi Foto dan Screenshot



Gambar 4.1 logo Brutal mind



Gambar 4.2 Profil Pemilik Brutal Mind



Gambar 4.1 logo Brutal mind



Gambar 4.4 jaket Brutal mind



Gambar 4.5 Iklan Strategi Brutal Mind



Gambar 4.6 Endorsment Brutal Mind

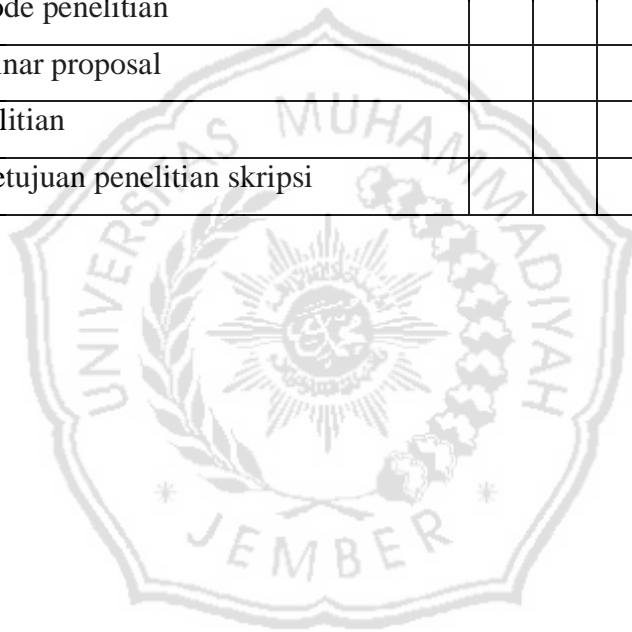
PEDOMAN WAWANCARA

1. Apa tujuan dari endorsement produk brutal mind?
2. Bagaimana pengaruh dari penggunaan sponsorship yang dilakukan brutal mind?
3. Bisnis online itu kan mudah dalaam menjalankanya, apakah masih ada kedala yang pernah atau sering anda temukan?



JADWAL PENELITIAN

NO	URAIAN KEGIATAN	BULAN KEGIATAN					
		4	4	5	6-7	8	10
1	Pengajuan judul	√					
2	Pergantian judul		√				
3	Pendahuluan			√			
4	Tinjauan pustaka				√		
5	Metode penelitian				√		
6	Seminar proposal					√	
7	Penelitian				√	√	
8	Persetujuan penelitian skripsi						



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Bernama Agus Rizky Pradana, seorang pria yang lahir dan besar di Kota Jember 25 tahun yang lalu merupakan anak pertama yang dilahirkan oleh pasangan suami istri, Mujianto dengan Sundari. Saya lahir pada tanggal 1 Agustus 1992 yang bertempat tinggal di Kecamatan Ambulu, Kabupaten Jember.

Saya menyelesaikan sekolah pendidikan dasar di SDN Ambulu 07 dan lulus pada tahun 2006. Kemudian melanjutkan sekolah menengah pertama di SMP Kartika Ambulu dan lulus pada tahun 2009. Setelah itu, saya bersekolah di SMAN Ambulu, lulus pada tahun 2011. Pada tahun 2012 melanjutkan pendidikan tinggi di Universitas Muhammadiyah Jember di Fakultas Fisipol Prodi Ilmu Komunikasi.

Mulai SD saya tergolong siswa berprestasi di bidang karya seni berupa gambar. Mengikuti lomba menggambar saat kelas 4 SD se-Karisidenan Besuki. Untuk masalah desain grafis saya pernah menjuarai kontes yang diadakan oleh website *Designhill*, merupakan modal awal bagi saya untuk terus berkarir dan melanjutkan hobi saya di bidang desain.

Untuk pendidikan tinggi prestasi saya tergolong biasa-biasa saja. Menginjak usia remaja saya memiliki hobi bermusik. Selain hobi dalam menggambar saya juga mulai menikmati hobi bermusik/band. Dan sekarang band saya sudah menerbitkan dua album. Salah satu albumnya sudah dirilis oleh label asal USA *New* *Standard* *Elite*.

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada sebuah penelitian dibutuhkan metode agar penelitian dapat dilakukan secara sistematis, sehingga menghasilkan penjelasan yang akurat atas masalah yang diteliti. Metode merupakan keseluruhan cara berpikir yang digunakan peneliti untuk menemukan jawaban dan penjelasan dari masalah yang diteliti. Metode penelitian meliputi cara dan prinsip berpikir mengenai masalah yang diteliti, pendekatan yang digunakan, dan prosedur ilmiah yang ditempuh untuk mengumpulkan dan menganalisis data, serta menarik kesimpulan. (Pawito, 2008 : 83).

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah serta tujuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, jenis penelitian yang akan digunakan peneliti adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif hanya akan memaparkan situasi atau peristiwa, sehingga peneliti tidak perlu mencari atau menjelaskan hubungan, serta tidak menguji hipotesis (Rakhmat, 2008 : 24).

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menjelaskan suatu fenomena dengan sedalam-dalamnya, melalui pengumpulan data yang lebih mengutamakan kualitas bukan kuantitas data (Kriyantono, 2006 : 58).

Alasan peneliti menggunakan metode ini karena peneliti ingin menjelaskan tentang bagaimana label Brutal mind memanfaatkan media sosial internet sebagai media komunikasi pemasaran. Oleh karena itu, hal tersebut harus digali secara mendalam tanpa reduksi ataupun isolasi terhadap variable-variable tertentu, sehingga diperoleh data-data yang lengkap dan peneliti mampu menjelaskan secara komprehensif.

3.2 Obyek Penelitian

3.2.1 Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah sesuatu yang ingin diketahui oleh peneliti atau yang diteliti. Maka obyek penelitian pada penelitian ini adalah label Brutal mind.

3.2.2 Unit Analisis

Unit analisis pada umumnya dilakukan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh tentang situasi sosial dan objek penelitian. Unit analisis penelitian ini meliputi tiga komponen, menurut Spradly (Sugiyono 2007 : 68) yaitu: pertama *Place* atau tempat dimana interaksi dalam penelitian berlangsung, kedua *actor* atau pelaku yang sesuai dengan objek penelitian tersebut. Tiga, *activity* atau kegiatan yang dilakukan *actor* dalam situasi sosial yang sedang berlangsung. Unit analisis membantu untuk melakukan wawancara, sebagai bahan dalam membuat penelitian. Unit penelitian dalam penelitian ini adalah media sosial internet sebagai media pemasaran pada label Brutal mind.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Ada dua jenis data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, sedangkan data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari sumber-sumber lain yang relevan.

Adapun teknik pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti adalah:

a. *Observasi*

Data observasi bertujuan untuk mendeskripsikan latar yang akan diobservasi, kegiatan-kegiatan yang terjadi diluar itu orang-orang berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan dan makna latar, kegiatan-kegiatan dan partisipasi mereka dalam orang-orangnya (Patton, 1980:124) dalam Ahmadi (2005:11). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi non partisipan yaitu pengamatan yang dilakukan dengan cara peneliti tidak terjun langsung menjadi obyek melainkan hanya meneliti obyek dari balik kaca.

b. *In-depth Interview (wawancara, mendalam)*

Wawancara, mendalam secara umum merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab seraya bertatap muka antara pewawancara, dengan informan, dengan atau

tanpa menggunakan pedoman wawancara, (*interview guide*), yang difokuskan pada unit analisis yang akan diteliti.

Perbedaan mendasar wawancara, mendalam dengan wawancara, lainnya adalah bahwa wawancara, mendalam dilakukan berkali-kali dan membutuhkan waktu yang lama bersama informan di lokasi peneliti (Bungin, 2007 : 108). Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara, mendalam dengan objek dalam penelitian ini yaitu pemilik label studio Brutal mind.

c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk menelusuri data histori. Sifat utama dari data ini adalah tak terbatas ruang dan waktu, sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi dimasa lalu. Peneliti akan memperoleh data sekunder dari dokumen-dokumen yang terkait dengan masalah yang akan diteliti, baik berupa foto atau laporan tertulis.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan cara mempelajari buku-buku literature yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. (Nazir, 1988:238)

Dalam penelitian ini peneliti mendasarkan diri pada buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat dalam skripsi ini sehingga dengan mudah memecahkan permasalahan yang ada. Studi kepustakaan ini berguna mencari landasan teoritis dari permasalahan yang diangkat.

3.4 Teknik Analisis Data

Data-data yang telah diperoleh peneliti, selanjutnya akan dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif Miles dan Huberman Punch (dalam Pawito, 2008 : 104), yang menyebutkan bahwa teknik ini terdiri dari tiga komponen, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan atau pengujian kesimpulan.

Reduksi Data (*data reduction*), yang mempunyai tiga tahap. Tahap pertama yaitu *editing*, pengelompokan dan peringkasan data. Tahap kedua yaitu penyusunan catatan-catatan tentang berbagai hal yang berkaitan tema-tema dan pola-pola data. Tahap ketiga yaitu konseptualisasi tema-tema dan pola-pola.

Penyajian data (*data display*), yaitu pengorganisasian data dengan menjalin atau mengaitkan atau mengaitkan kelompok data yang satu dengan kelompok data yang lain, sehingga seluruh data dapat dianalisis dalam sebuah kesatuan.

Penarikan atau pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusion*), yaitu pengimplementasian prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada atau kecenderungan dari data *display* yang telah disusun.

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Akun Brutal mind

Pemilik Brutal mind pada awalnya menjual produknya lewat pemasaran langsung yaitu menjualnya melalui mulut ke mulut, melalui *event* metal yang ada di berbagai kota di Indonesia dan mancanegara. Dari awal didirikannya pada tahun 2009 ini tak ada satupun produk yang terjual dan itu pun sangat sulit dalam menjangkau pasar dan sulit mencapai target penjualan untuk peningkatan pendapatannya.

Lama waktu berjalan dan akhirnya si pemilik Brutal mind mencoba untuk membuat akun di media sosial dan website dengan hanya bermodalkan jaringan internet. Si pemilik tersebut akhirnya mencoba untuk memanfaatkan media sosial dan website sebagai strategi pemasaran dikarenakan banyak pembisnis yang memanfaatkannya sebagai media promosi bisnisnya.

Brutal mind mulai dikenal sejak memasarkan produk diberbagai event lokal, interlokal dan internasional dan nama brutal mind semakin meluas saat merilis merchandise band metal yang terkenal dari luar negeri seperti Disgorge, Cinerary, dll. dan strategi pemasarannya melalui jaringan internet berupa website dan media sosial yang ia geluti.

4.2 Brutal mind

Brutal mind online store berbasis di Jakarta ini dibentuk pada tahun 2009 oleh Deni Lisain. Sebelum membentuk Brutal Mind, Deni sudah aktif dalam berniaga merchandise metal, atau lebih spesifik di genre Brutal Death Metal. Brutal mind sendiri terbentuk diawali dari hobi Deni Lisain sendiri yang suka mengkoleksi merchandise band brutal death metal dari seluruh penjuru negeri. Dari sini lah deni berfikir untuk membentuk brutal mind, selain bertujuan untuk berniaga, deni juga bertujuan untuk membantu teman teman metal yang kesulitan mendapatkan merchandise nya.

Di tahun 2009, Brutal Mind di fokuskan dengan meng import merchandise dari berbagai penjuru negri, terutama dari amerika dan eropa, respon metal head tanah air yang bagus membuat Brutal Mind terus mengembangkan usaha nya, tidak hanya meng import Merchandise, tapi juga mulai meng import CD/Piringan Hitam, yang notabennya pada tahun tersebut, metal head lokal masih jarang sekali mengoleksi CD/Piringan Hitam. Tidak hanya meng import produk luar, Brutal Mind juga bergerak di Trading(barter) barang produk lokal yang berupa CD dengan CD import dari berbagai label mancanegara , seperti dari jepang, amerika dan eropa.dan Tanggapan dari label mancanegara mengenai produk lokal sangat bagus , mereka sangat antusias menunggu rilisan terbaru dari produk indonesia.

Seiring tahun berganti, di tahun 2013, Brutal Mind mulai memberanikan diri memproduksi merchandise dan cd sendiri, serta memasarkannya ke berbagai penjuru negri. Dengan cara online menggunakan Bigcartel sebagai alat untuk menjajakan dagangan. Tidak hanya melalui online, brutal mind mulai menjajakan dagangan dengan cara datang langsung ke negara yang mengadakan acara musik metal. Salah satunya Thailand dan Jepang, kegiatan ini baru berlangsung 2 tahun, dan respon positif dari metal head sangat bagus, mereka sangat antusias untuk melihat langsung produk lokal asli buatan Indonesia.

4.3 Profil Pemilik Brutal mind

Deni lisain atau yang akrab disapa dengan nama deni ini lahir pada tanggal 7 februari 1989 di Jakarta timur. Jenjang pendidikan yang sudah ditempuh oleh deni yakni SDN 01 jakarta timurlulus pada tahun 2001, SMP Cigaru Sukabumi lulus pada tahun 2004 SMAN 23 Jakarta barat lulus pada tahun 2007

Deni lisain pertama kali menggemari mengkoleksi kaos dan cd pada masa SMA, dan terus berkelanjutan sampai saat ini. Prestasi yang dicapai sampai saat ini yaitu mampu mengusung nama labelnya hingga ke mancanegara. Dan dia juga pernah di undang di berbagai event baik di lokal dan internasional

Alasan deni mendirikan brutal mind adalah untuk meningkatkan ekonomi serta pendapatannya secara pribadi. Tak hanya itu, karena maraknya penggunaan jaringan internet dan media sosial sebagai media dalam pemasaran bagi deni untuk meningkatkan pendapatan serta membangun reputasi bagi brutal mind sendiri

4.4 Visi dan Misi

Brutal mind mempunyai visi dan misi dalam menjalankan perannya sebagai pedagang produsen untuk menjual *product item*, agar mencapai target kebutuhan yang diinginkan. Berikut visi dan misi Brutal mind:

- Visi: Brutal mind selalu memproduksi dan men-*supportmerchandise* band metal di Indonesia dan terus konsisten tanpa pernah mengikuti *trenproduct* yang ada.
- Misi: Brutal mind akan terus menjadi label produsen *local* yang berkualitas dalam memproduksi dan menjual *product item original appareal liscence*.

4.5 Product Company

Brutal mind memproduksi beberapa jenis barang dan produk jasa yaitu berupa *T-shirt*, jaket *hodie* dan Cd kepingan hitam.

Berikut penjelasan mengenai *product item* dan desain grafis:

- *T-shirt*

T-shirt adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu dan berleher bundar. Bahan umum yang digunakan adalah katun dan *polyester*. Desain *T-shirt* menjadi semacam aktualisasi pemakainya, dan akan terus digemari. Elemen desain berupa garis dan *typography* yang menarik akan berpeluang diminati oleh konsumen.

Brutal mind memproduksi *T-shirt* dengan desain konsep *underground* yang bertemakan berupa *gore, horror, mystic, dark* dll.

Desain konsep tersebut sebagai identitas atau ciri khas dari Brutal mind sesuai dengan visi dan misi dalam *product item* nya.

- *Jaket Hoodie*

Jaket Hoodie adalah jenis pakaian yang menutupi bagian lengan, seluruh dada, bahu dan perut ditambah bagian kupluk untuk menutupi kepala kecuali muka serta tanpa ada resleting. Bahan yang digunakan pun sama dengan *T-Shirt* hanya tingkat ketebalannya yang berbeda.

Desain untuk jaket *Hodie* sama dengan *T-shirt* hanya fungsinya yang berbeda yaitu untuk melindungi kulit dari teriknya matahari dan cuaca dingin.

- *CD Album*

Album atau album rekaman adalah suatu koleksi audio atau musik yang didistribusikan untuk publik. Cara paling umum adalah melalui distribusi niaga, walaupun sering pula didistribusikan langsung pada suatu konser atau melalui situs web. Secara umum, suatu rangkaian lagu dianggap sebagai suatu album jika memiliki susunan daftar lagu yang konsisten, kadang dengan perbedaan kecil atau lagu tambahan pada beberapa daerah, atau jika album tersebut dirilis ulang pada waktu yang berbeda.

Lagu pada suatu album dapat memiliki subjek, suasana, atau suara yang senada, atau bahkan dirancang untuk mengekspresikan suatu pesan atau menuturkan suatu cerita (contohnya pada suatu album konsep), atau dapat juga hanya menggambarkan suatu pengelompokan rekaman yang dibuat pada suatu masa atau tempat, atau rekaman-rekaman yang hak komersialnya diatur oleh suatu label rekaman tertentu.

Suatu album dapat dirilis dengan suatu bentuk tunggal, seperti cakram kompak, atau berbagai format media, mulai dari format fisik seperti CD, audio DVD, kaset Vynl hingga format digital seperti MP3, WAV, AAC, atau audio mengalir (*streaming audio*).

4.6 Data Penjualan Brutal mind

No	Produk	Harga Produk
1	CD album	Rp. 100.000
2	Kaos	Rp. 175.000
3	Hoodie	Rp. 250.000

Daftar Harga Produk

No	Produk	Jumlah	Biaya Produksi
1	CD album	30 lusin	Rp.2 700.000
2	Kaos	100pcs	Rp. 7.600.000
		150 pcs	Rp. 11.400.000
3	Hoodie	100pcs	Rp. 25.000.000
		150pcs	Rp. 37.500.000.

Biaya Produksi
Data Penjualan pada Akun Brutal mind.

SEPTEMBER					HASIL PER BULAN
NO	PRODUK	PENJUALAN	BIAYA PRODUKSI	LABA BERSIH	Rp. 31.650.000
1	Kaos	Rp.22.750.000.	Rp.11.400.000	Rp.11.350.000	
2	Jaket	Rp.53.000.000.	Rp.37.500.000.	Rp.15.500.000	
3	CD	Rp.7.500.000.	Rp.2 700.000	Rp.4.800.000	
OKTOBER					HASIL PER BULAN
NO	PRODUK	PENJUALAN	BIAYA PRODUKSI	LABA BERSIH	Rp. 16.050.000
1	Kaos	Rp.18.150.000.	Rp.11.400.000	Rp.6.750.000	
2	Jaket	Rp.43.000.000.	Rp.37.500.000.	Rp.5.500.000	
3	CD	Rp.6.500.000.	Rp.2 700.000	Rp.3.800.000	
NOVEMBER					HASIL PER BULAN
NO	PRODUK	PENJUALAN	BIAYA PRODUKSI	LABA BERSIH	Rp. 75.400.000
1	Kaos	Rp.18.750.000.	Rp.11.400.000	Rp.7.350.000	
2	Jaket	Rp.70.000.000.	Rp.37.500.000.	Rp.66.250.000	
3	CD	Rp.4.500.000.	Rp.2 700.000	Rp.1.800.000	
DESEMBER					HASIL PER BULAN
NO	PRODUK	PENJUALAN	BIAYA PRODUKSI	LABA BERSIH	Rp. 19.200.000
1	Kaos	Rp.19.550.000.	Rp.11.400.000	Rp.8.150.000	
2	Jaket	Rp.45.750.000.	Rp.37.500.000.	Rp.8.250.000	
3	CD	Rp.5.500.000.	Rp.2 700.000	Rp.2.800.000	
PENDAPATAN TOTAL SELAMA 4 BULAN					Rp. 142.300.000

4.7 Strategi Pemasaran

4.7.1 Endorsement

Saat ini, bisnis *online store* memang tengah ramai digeluti banyak orang. Maklum saja, bisnis yang satu ini tidak membutuhkan banyak modal untuk memulainya. Apalagi buat kaum muda yang minim modal tapi pengen menyalurkan hobi atau kreativitasnya lewat berbisnis, bisnis *online store* bisa jadi pilihan. Maraknya bisnis *online store* ini pada akhirnya membuat para pemilik bisnis harus memutar otak agar produknya bisa dikenal dan dibeli banyak orang.

Karena bisnisnya bergerak secara *online*, maka memang paling pas kalau promosinya pun dilakukan secara *online*. Salah satunya adalah melalui *endorsement*. Salah satu strategi promosi yang cukup efektif agar seseorang mau mengajak atau merefrensikan beberapa teman atau kenalannya untuk membeli produk atau jasa. Jika hal seperti ini dilakukan secara terus menerus tentu akan sangat bagus untuk perkembangan kegiatan pemasaran. Secara harfiah, *endorsement* artinya dukungan atau saran.

Dalam dunia bisnis *online store*, para pemilik bisnis meng-*endorse* para artis dengan memberikan barang dagangannya secara gratis. Padahal, kata Wikipedia, *endorsement* adalah *testimonial in advertising, written or spoken statement endorsing a product*. Jadi, sebenarnya para artislah yang meng-*endorse online store* tersebut bukan sebaliknya. Seperti yang dikatakan Melanie Subono, salah satu artis yang sering meng-*endorse online store*, sebenarnya artislah yang meng-*endorse* (men-*support*) produk dan barang dagangan *online store* tersebut sehingga banyak orang yang *aware* akan produknya.,apapun itu, yang jelas *endorsement* merupakan *social media promotion* yang cukup efektif. Selain gampang, cepat, dan nggak ngeluarin banyak biaya, promosi ini juga langsung tertuju ke calon pembeli. Jadi si pemilik bisnis ngasih produknya secara gratis ke salah satu artis dan sebagai balasannya si artis diharuskan men-*share* fotonya yang memakai produk tersebut ke sosial media (facebook atau instagram), ditambah dengan *mention* akun *online store* tersebut.

“yaa.. kebanyakan mereka tertarik bahkan sering mengikuti fashion yang saya pakai. Bisa dibilang mereka terikat dengan style saya.”(wawancara dengan endorsement lokal Andre personil Siksa Kubur).”

Berdasarkan pernyataan public figure yang di endorse. Tujuan dari endorse sendiri agar dapat memikat calon konsumen. Strategi seperti ini bisa dibilang lebih jitu untuk memikat calon kosumen baru.

4.7.2 Iklan

Iklan adalah bentuk bantuan dana atau bisa juga dalam bentuk produk atau layanan sebagai ganti promosi terhadap suatu brand. Iklan online adalah strategi alternatif yang banyak digunakan dan dianggap lebih efektif dari pada pemasaran iklan online terbentuk banner. *kelebihannya* lebih efektif karena tidak melakukan promosi lagi , dapat strategi ganti promosi dan lebih efektif digunakan mensponsori acara acara yang berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan.*kelemahannya* memerlukan biaya cukup besar penjelasan produk tidak ada karena hanya berbentuk logo perusahaan.

“Banyak pengaruhnya bagi brutal mind. Saya mendapat loyalty dari mereka dan nama mereka semakin dikenal sebagai produsen lokal oleh berbagai komunitas yang sering ikut saat Event musik yang sering diadakan(wawancara dengan Rama Lindung sebagai EO musik didaerah cibinong dan Jakarta Pusat).”

Berdasarkan penelitian yang di tanyakan kepada sponsorship. Adalah untuk mendekati suatu komunitas yang berpotensi sebagai konsumen dan menjalin kerja sama dengan event organizer agar mereka mempromosikan produk brutal mind melalui iklan yang di pasang di berbagai media sosial

4.7.4 Website

Website adalah sering juga disebut Web, dapat diartikan suatu kumpulan-kumpulan halaman yang menampilkan berbagai macam informasi teks, data, gambar diam ataupun bergerak, data animasi, suara, video maupun gabungan dari semuanya, baik itu yang bersifat statis maupun yang dinamis, yang dimana

membentuk satu rangkaian bangunan yang saling berkaitan dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan halaman atau hyperlink.

Definisi website adalah kumpulan dari berbagai macam halaman situs, yang terangkum didalam sebuah domain atau juga subdomain, yang lebih tempatnya berada di dalam WWW (World Wide Web) yang tentunya terdapat di dalam Internet.

Halaman website biasanya berupa dokumen yang ditulis dalam format *Hyper Text Markup Language* (HTML), yang bisa diakses melalui HTTP, HTTP adalah suatu protokol yang menyampaikan berbagai informasi dari server website untuk ditampilkan kepada para user atau pemakai melalui web browser.

Jenis-jenis website ada 3 (tiga) macam diantaranya, bisa dibaca dibawah ini:

- Website Statis adalah suatu website yang mempunyai halaman yang tidak berubah. Yang artinya adalah untuk melakukan sebuah perubahan pada suatu halaman hanya bisa dilakukan secara manual yaitu dengan cara mengedit kode-kode yang menjadi struktur dari website itu sendiri.
- Website Dinamis adalah merupakan suatu website yang secara strukturnya diperuntukan untuk update sesering mungkin. Biasanya selain dimana utamanya yang bisa diakses oleh para pengguna (user) pada umumnya, juga telah disediakan halaman backend yaitu untuk mengedit konten dari website tersebut. Contoh dari website dinamis seperti web berita yang didalamnya terdapat fasilitas berita, dsb.
- Website Interaktif adalah suatu website yang memang pada saat ini memang terkenal. Contohnya website interaktif seperti forum dan blog. Di website ini para pengguna bisa berinteraksi dan juga beradu argumen mengenai apa yang menjadi pemikiran mereka.

Manfaat dari website biasanya sebagian orang memiliki suatu alasan untuk membuat web itu sendiri, diantaranya:

- Memperluas jangkauan promosi sesuatu, dengan memiliki website maka produk kita lebih bisa dikenal oleh masyarakat khususnya pengguna internet.

- Bisa menjadi media tanpa batas, sebab internet adalah media informasi yang tanpa batas. Dengan memiliki website kita berarti sama saja memiliki banyak karyawan yang mempromosikan produk kita selama 24 jam. Yang artinya dimana website kita akan memberikan suatu informasi kepada calon konsumen selama 24 jam.
- Promosi yang luas, internet adalah suatu media promosi terluas di dunia jika dilihat dari jangkauan area.
- Media pengenalan perusahaan, Jika kita memiliki suatu perusahaan akan lebih mudah kita mengenalkan perusahaan lewat website, karena jangkauannya internet yang luas dan pemakainya yang banyak, sehingga perusahaan kita akan dikenal oleh masyarakat banyak sehingga dapat mendatangkan calon konsumen dengan cara promosi produk lewat website.
- Dan lain-lain.

Karena mudahnya mengakses di website, Brutal mind memanfaatkannya guna untuk Strategi Pemasaran produknya dan sebagai media dalam pemasarannya.

4.7.5 Facebook

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat yang diluncurkan pada bulan Februari 2004. Hingga September 2012, Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam. Pengguna harus mendaftar sebelum dapat menggunakan situs ini. Setelah itu, pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan ketertarikan yang sama, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah atau perguruan tinggi, atau ciri khas lainnya, dan mengelompokkan teman-teman mereka ke dalam daftar seperti "Rekan Kerja" atau "Teman Dekat".

Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa Universitas Harvard, Eduardo Saverin, Andrew Mc Collum, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes. Keanggotaan situs web ini awalnya terbatas untuk mahasiswa Harvard saja. Kemudian diperluas ke perguruan lain di Boston, Ivy League, dan Universitas Stanford. Situs ini secara perlahan membuka diri kepada mahasiswa di universitas lain sebelum dibuka untuk siswa sekolah menengah atas, dan akhirnya untuk setiap orang yang berusia minimal 13 tahun. Meski begitu, menurut survei *Consumer Reports* bulan Mei 2011, ada 7,5 juta anak di bawah usia 13 tahun yang memiliki akun Facebook dan 5 juta lainnya di bawah 10 tahun, sehingga melanggar persyaratan layanan situs ini.

Studi *Compete.com* bulan Januari 2009 menempatkan Facebook sebagai layanan jejaring sosial yang paling banyak digunakan menurut jumlah pengguna aktif bulanan di seluruh dunia. *Entertainment Weekly* menempatkannya di daftar "terbaik" akhir dasawarsa dengan komentar, Quantcast memperkirakan Facebook memiliki 138,9 juta pengunjung bulanan di AS pada Mei 2011. Menurut *Social Media Today* pada April 2010, sekitar 41,6% penduduk Amerika Serikat memiliki akun Facebook. Meski begitu pertumbuhan pasar Facebook mulai turun di sejumlah wilayah dengan hilangnya 7 juta pengguna aktif di Amerika Serikat dan Kanada pada Mei 2011.

Karena banyaknya pengguna yang potensial, Brutal mind membuat akun pada facebook guna sebagai salah satu strategi pemasaran di media sosial.

4.7.6 Instagram

Perusahaan Burbn, inc. berdiri pada tahun 2010, perusahaan teknologi *startup* yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya Burbn,inc. sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak didalam HTML5 piranti bergerak, namun kedua CEO, Kevin Keystrom dan Mike Krieger memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja.

Setelah satu minggu mereka mencoba untuk membuat sebuah ide yang bagus, pada akhirnya mereka mencoba membuat sebuah versi pertama dari

Burbn, namun didalamnya masih ada beberapa hal yang belum sempurna. Versi Burbn yang sudah *final* yaitu aplikasi yang sudah dapat digunakan *iphone* yang isinya terlalu banyak dengan fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Keystrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada dan memulai dari awal, namun akhirnya mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar dan juga kemampuan untuk menyukai foto. Itulah yang akhirnya menjadi instagram.

Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata *Insta* berasal dari *instan*, seperti kamera *Polaroid* yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan foto *instan*. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara *instan*, seperti *Polaroid* di dalam tampilannya. Sedangkan kata *gram* berasal dari kata *telegram* yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan instagram yang dapat mengunggah foto dengan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah instagram merupakan lakuran atau gabungan dari kata *instan* dan *telegram*.

Instagram adalah aplikasi layanan berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk berfoto dan memberi filter, lalu menyebarkan foto-foto tersebut di jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu filter yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak *Instamatic* dan *polaroid*. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umumnya digunakan oleh kamera pada peranti bergerak. Instagram terlihat bertambah fungsi menjadi tempat strategis para pebisnis untuk memasarkan barang dagangannya.

Pada tanggal 11 Mei 2016, Instagram memperkenalkan tampilan baru dan desain aplikasi baru. Terinspirasi oleh ikon aplikasi sebelumnya, ikon baru merupakan kamera sederhana dan pelangi yang hidup dalam bentuk *gradient*.

Karena kemudahan dari fitur yang ada di dalam instgram, Brutal mind memanfaatkannya guna untuk mempromosikan produknya dan sebagai media dalam pemasaran.

4.8 Kendala Brutal mind

Setelah melakukan wawancara mendalam pada pemilik Brutal Mind, Narasumber mengungkapkan beberapa kendala yang sering menghambat bisnisnya. Berikut rincian wawancara mendalam terhadap pemelik agar lebih jelas apa saja kendala yang sering ditemukan.

Deni Lisain : “ Bisa dibilang susah susah gampang dalam bisnis online pasti punya kendala. Kalau untuk online store yang sering saya alami yakni jaringan internet. Kadang konsumen yang lokasinya agak susah di jangkau misalkan di daerah Kalimantan dan papua jadi kita sering delay akibat konsumen yang telat mengirimkan resi pembayaran produk karena sering terjadinya trouble jaringan internet disana. Untuk kendala yang lain yah dari segi produksi maupun pengiriman. Dalam produksi kadang kita delay dari pemesanan design atau artwork dari seniman, bisa dimaklumi Karen membuat suatu design atau artwork tidak bisa cepat selesai dalam beberapa hari, karena artworker atau seniman memerlukan mood yang baik untuk membuat suatu karya. Dan untuk pengiriman juga demikian. Pihak jasa pengiriman juga sering mengalami overload juga bakal pending. Maka dari itu kita beritahukan kepada konsumen untuk sabar kalau ada beberapa trouble bukan dari pihak kita tetapi kebanyakan pada penyedia jasa.”

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai Strategi Pemasaran melalui media online pada Brutalmind, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Efisiensi dalam penggunaan dana dan waktu, dikarenakan tidak ada biaya untuk pembuatan akun dan dengan banyaknya waktu luang untuk promosi.
2. Mudahnya akses pencarian dalam media internet sehingga konsumen dapat mencari dengan mudah.
3. Banyaknya pengguna media online sehingga menjadi potensial untuk pasar.
4. Media online mudah digunakan baik itu untuk kebutuhan sosial maupun kebutuhan bisnis karena banyak fitur yang mudah dalam pengaplikasiannya dan menjadikan foto sebagai unggulan dalam media sosial.
5. Produk dapat dikatakan sudah go internasional.

5.2 Saran

Secara akademis diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dalam memperkaya ilmu pengetahuan dan penelitian sebelumnya mengenai media promosi khususnya terhadap media sosial internet. Pembahasan yang diteliti oleh peneliti, berasal dari pemilik Brutalmind yang memanfaatkan media internet sebagai media promosi online shop.

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Website dan berbagai media sosial tak hanya bisa diakses dengan *smartphone*, jadi bagi yang tidak mempunyai *smartphone* dapat mengakses melalui *web browser* dari telepon genggam yang mempunyai akses internet atau dapat mengakses melalui komputer.
2. Karena efisien terhadap dana dan waktu, memanfaatkan dana untuk biaya penambahan produksi akan lebih baik. Dan waktu luang juga dapat dimanfaatkan untuk berkomunikasi dengan *client*.
3. Sering untuk me maintenance website agar tidak terlalu sering trouble.
4. Perbanyak strategi di facebook karena hampir semua orang memakai facebook secara global.
5. Meskipun tidak ada fitur untuk transaksi, memanfaatkan fitur *instamessage* akan lebih efektif untuk komunikasi pemasaran dikarenakan akan lebih dekat dengan *client*.
6. Untuk menghindari pengaruh dari ketergantungan internet, dapat mensiasatinya dengan melakukan *update* promosi secara bertahap.
7. Lebih ditingkatkan agar stabil dalam pemasaran.

Dunia semakin canggih dengan adanya media internet dan mudahnya memakai media sosial seperti instagram dan facebook. Banyak para pengusaha memanfaatkan trend tersebut sebagai strategi komunikasi visual untuk mempromosikan produknya. Media internet dan Media sosial banyak memberikan dampak positif bagi pengusaha sehingga efektif sebagai media Strategi Pemasaran promosi pada industri kreatif.