

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi terutama pada teknologi komunikasi, maju dengan sangat pesat. Bermula dari penemuan telegram oleh Samuel Morse dan penemuan perangkat digital (komputer) oleh Charles Babbage hingga saat ini berkembang menjadi perangkat telekomunikasi yang canggih. Yang pada mulanya adalah telepon kabel, radio panggil (*pager*), telepon genggam (*handphone*), dan kemudian sekarang ini ditemukan *telepon cerdas* atau biasa disebut dengan *smartphone*.

Smartphone (Telepon Cerdas) adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, kadang-kadang dengan fungsi yang menyerupai komputer. Belum ada standar pabrik yang menentukan arti telepon cerdas. Bagi beberapa orang, telepon pintar merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Bagi yang lainnya, telepon cerdas hanyalah merupakan sebuah telepon yang menyajikan fitur canggih seperti surel (surat elektronik), internet dan kemampuan membaca buku elektronik (*e-book*) atau terdapat papan ketik (baik sebagaimana jadi maupun dihubung keluar) dan penyambung VGA. Dengan kata lain, telepon cerdas merupakan komputer kecil yang mempunyai kemampuan sebuah telepon (Wikipedia n.d., diakses 5 juni 2014). Dari kemampuan yang dimiliki oleh *smartphone* membuatnya sangat diminati orang diseluruh dunia, dikarenakan dengan hanya membawa *smartphone* banyak hal yang akan bisa dilakukan diluar melakukan panggilan dan *SMS* (*Short Message Service*). Android adalah salah satu dari banyak sistem oprasi yang ada dan sistem oprasi yang paling diminati oleh konsumen, hal ini dikarenakan harga dari

smartphone yang mengusung sistem ini lebih murah dibandingkan iOS dan MAC OS sebagai pesaing yang eksklusif di usung oleh iPhone.

SisitemOprasi	2012	2013	2014	2015
Android	504 juta	878 juta	1,1 miliar	1,25 miliar
Windows	364 juta	328 juta	360 juta	423 juta
iOS dan Mac OS	214 juta	267 juta	344 juta	397 juta
RIM	35 juta	24 juta	15 juta	11 juta
Chrome	185.000	1,8 juta	4,7 juta	8 juta
Lainnya	1,1 miliar	802 juta	648 juta	529 juta
Total	2,2 miliar	2,3 miliar	2,47 miliar	2,62 miliar

Tabel 1.1 sumber: Gartner (Desember 2013)

Tabel di atas menjelaskan bagaimana sistem operasi android mengungguli jumlah pemakainya. Untuk Indonesia khususnya menduduki peringkat 5 (lima) dunia pengguna *Smartphone* sebanyak 47 juta, atau sekitar 14% dari seluruh total pengguna ponsel dunia. (Trisno Heriyanto, detikinet, 2014., diakses 5 juni 2014). Dan salah satu kegiatan yang banyak dilakukan oleh pengguna *smartphone* khususnya Android adalah memainkan sebuah permainan (*game*) yang bisa di dapatkan oleh pengguna dari *Play Store* yang tertanam pada OS Android. *Google Play (Play Store)* adalah layanan konten digital milik Google yang melingkupi toko daring untuk produk-produk seperti musik/lagu, buku, aplikasi, permainan, ataupun pemutar media cuaca.(Wikipedia n.d., diakses 5 juni 2014). Dari *Play Store* ini pengguna dapat mengunduh konten-konten yang telah disediakan Google yang di dapat dari kerjasama dengan pihak pengembang aplikasi. Dari hasil pengamatan pada *Play Store* konten game berada pada 10 besar *Most Download* (paling banyak di unduh) oleh pengguna di bawah konten *Sosial Media* dan *Tools*. Meskipun

konten *Game* berada di bawah *Sosial Media* dan *Tools* akan tetapi di lihat dari jumlah konten yang ada di *Play Store*, konten *Game* memiliki jumlah konten terbanyak hampir 80% dari konten yang ada.

Dari konten-konten yang ada pada di Android, khususnya *game* yang memiliki jumlah terbanyak di *Play Store* telah di tanam iklan, jadi ketika seseorang mengakses androidnya kemudian memainkan *game* dengan keadaan terhubung dengan jaringan internet maka akan muncul iklan, iklan muncul ketika pemain *game* berada pada menu *game* sebelum bermain dan berada pada tempat-tempat yang tidak mengganggu. Konsep iklan ini disebut *Mobile Advertising*, yaitu bentuk iklan yang ditampilkan dalam berbagai bentuk, misalnya music, grafik, suara, atau tulisan melalui terminal *mobile* (Frisca, at al.,2011) dan *Mobile Advertising* dikatakan juga layanan iklan yang menggunakan media *mobile phone (handphone)*(Wikipedia n.d.,diakses 5 juni 2014). Dari itu muncul sebuah pertanyaan apakah efektif ketika *Mobile Advertising* di tempatkan pada konten-konten game yang ada pada *smartphone* yang menggunakan sistem oprasi android

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana efektivitas *Mobile Advertising* sebagai media periklanan di *smartphone* berbasis Android dengan menggunakan pendekatan EPIC model (*Emphaty, Persuation, Impact, dan Communication*)
2. Apakah komponen dari EPIC model (*Emphaty, Persuation, Impact, dan Communication*) yang paling dominan dalam efektivitas *Mobile Advertising* sebagai media periklanan di *smartphone* berbasis Android

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis efektifitas *Mobile Advertising* sebagai media periklanan di *smartphone* berbasis Android dengan menggunakan pendekatan EPIC model (*Emphaty, Persuation, Impact, dan Communication*)
2. Menganalisis komponen EPIC model (*Emphaty, Persuation, Impact, dan Communication*) yang paling dominan sebagai pengukur efektifitas *Mobile Advertising* sebagai media periklanan di *smartphone* berbasis Android

2.1. Mamfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti
Penelitian ini sebagai wawasan tambahan dan juga sebagai aplikasi teori yang diperoleh ketika dipelajari dibangku kuliah.
2. Bagi Peneliti Lain
Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi di penelitian yang akan dilakukan, khususnya penelitian tentang periklanan
3. Bagi Perusahaan
Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi peluang bisnis.

2.2. Batasan Penelitian

Untuk mempermudah dalam penentuan sampel yang tepat baik jumlah maupun kualitasnya, maka peneliti memberikan batasan untuk populasi. Populasi tidak diambil dari seluruh mahasiswa fakultas Ekonomi yang pernah ada, akan tetapi dibatasi pada mahasiswa fakultas Ekonomi angkatan 2014 atau semester 1 (satu) pada saat penelitian ini dilakukan.