

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

Sejak awal peradaban manusia telah melakukan komunikasi, baik komunikasi secara verbal maupun komunikasi non verbal. Di zaman sekarang komunikasi juga semakin mudah dilakukan dengan perkembangan globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang dari waktu ke waktu juga semakin canggih. Hanya dengan sebuah alat untuk berkomunikasi yaitu telepon atau yang lebih dikenal dengan istilah *handphone* (telepon genggam / telepon seluler) seseorang akan menjadi lebih praktis melakukan sebuah kontak dengan orang lain dengan cara yang sangat mudah.

Telepon genggam juga memberikan hiburan bagi pemakainya. Hal ini disebabkan perusahaan yang memproduksi telepon seluler memfungsikan produknya tersebut dengan fitur-fitur yang menarik, seperti adanya permainan, komposisi nada, kamera, video, radio, televisi, internet dan fitur-fitur lainnya yang biasanya dibedakan antara berbagai macam merek telepon genggam. Perbedaan fitur dalam sebuah telepon genggam dibedakan dari segi harga, apabila harganya semakin tinggi maka fitur yang diberikan kepada konsumen semakin lengkap

Selain perkembangan fitur-fitur pada telepon genggam itu sendiri, maka perkembangan lainnya adalah semakin maraknya persaingan sesama operator telepon genggam itu sendiri. Seperti halnya di Kota Binjai ada beberapa operator yang melakukan operasional seperti XL. Selain itu masih banyak lagi operator

lainnya seperti Telkomsel yang menghadirkan Kartu Simpati, Kartu Halo, Kartu As. Indosat dengan Kartu Matrik, Kartu Mentari, Kartu StarOne, Kartu IM3 dan lain sebagainya. Selain operator tersebut masih banyak lagi operator lainnya seperti Fren, 3, Esia, Fleksi dan Axis. Kesemuanya operator tersebut secara signifikan melakukan modifikasi teknologi dalam mendukung pemasaran kartu chip telepon genggam.

Dalam penelitian ini penulis hanya akan membahas tentang Kartu XL. Selain melakukan modifikasi teknologi, XL juga melakukan kegiatan promosi berupa periklanan dalam menunjang minat beli masyarakat. XL adalah sebuah produk yang dimiliki oleh perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang komunikasi yang lebih dikenal dengan kartu handphone dengan kualitas GSM yang mampu melengkapi kebutuhan hidup seseorang ketika digandengkan dengan kebutuhan pokok. Melihat persaingan yang sangat dinamis antar sesama penyalur jasa komunikasi, maka XL tersebut berupaya dan terus berusaha untuk meningkatkan kualitas maupun keunggulan dalam memasarkan produknya dalam meningkatkan penjualan.

XL sendiri memasarkan produk yang lebih dikhususkan kepada Kartu Perdana dan Voucher isi ulang, karena masyarakat yang menggunakan *handphone* juga semakin banyak untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari terutama untuk berkomunikasi dan untuk memudahkan seseorang baik dalam berbisnis maupun dalam pergaulan kesehariannya, XL memasarkan produknya melalui iklan dimedia massa baik cetak maupun elektronik agar pesan yang disampaikan lebih menyeluruh.