

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

Jasa konsultasi atau konsultan adalah jasa atau seseorang yang membantu atau memberikan saran, petunjuk, arahan, dan solusi dalam suatu masalah seseorang. Selain itu dapat diartikan seseorang yang memiliki ahli dibidang untuk memecahkan suatu masalah yang terjadi pada klien yang berkonsultasi padanya. Jasa Konsultasi sendiri kini banyak yang menyediakan secara *online* maupun *offline*, dengan adanya dan dibukanya jasa konsultasi ini memang memudahkan seseorang untuk menyelesaikan masalah pribadinya.

Adapun banyak jenis konsultasi yang disediakan dari masing-masing jasanya (Fikriansyah, 2023), seperti konsultasi keuangan, konsultasi pemasaran (marketing), dan konsultasi proyek. tetapi ada juga jasa konsultasi yang memang hanya menyediakan untuk satu jasa saja dalam melayani kliennya seperti jasa konsultasi psikologi ataupun lainnya. Karena setiap jasa konsultasi juga memiliki fokus tersendiri dalam melayani dan membantu.

Selain itu juga ada yang melayani di segala bidang untuk menyelesaikan permasalahan yang di hadapi para klien yang memang membutuhkan di setiap bidangnya. Banyaknya jasa konsultasi ini memungkinkan para Masyarakat untuk melakukan di setiap jasa yang memang dibutuhkan dan berfokus pada satu bidang saja sehingga memudahkan ia untuk mendapatkan pelayanan yang terbaik menurutnya.

Berdasarkan data yang ditemukan, adanya jasa atau layanan pada bidang Kesehatan ini semakin berkembang saat pandemi *Covid-19*, yaitu jasa konsultasi Telemedicine *di mana* jasa ini sangat berkembang di Indonesia, serta beberapa fasilitasnya pun berpindah secara *online* maka itu ia berkembang di dalam bidang Kesehatan hingga saat ini (Annur, Databoks, 2022).

Tidak hanya di Indonesia saja yang memiliki jasa konsultasi, hampir semua negara pun memiliki banyak jasa dan jenis konsultasi yang ada. Salah satunya yaitu jasa konsultasi dari Titiktemu.co.id ini dari negara Indonesia, *di mana* salah satu

jasa konsultasi *online* maupun *offline* yang menyediakan berbagai jenis layanan untuk melakukan konsultasi yaitu ada konsultasi Psikologi, Keuangan, Bisnis, Karir maupun Hukum. Titiktemu.co.id tersebut berdiri pada tahun 2020 pada masa pandemi Covid-19, Titiktemu.co.id ini menggunakan *platform* Instagram untuk melakukan promosi maupun memberikan konten yang mengedukasi dan menginspirasi para kliennya, Titiktemu.co.id sendiri baru melakukan sebuah strategi komunikasi persuasif pada tahun 2021 hingga saat ini. Dalam menjalankan strategi komunikasi persuasifnya Titiktemu.co.id merencanakan strategi ini dengan cara membuat konten, promosi dan mengadakan *webinar* untuk membangun kepercayaan kliennya di Instagramnya sendiri. Dengan adanya jasa ini membantu seseorang untuk mengetahui dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapinya. Dan memberikan sebuah motivasi maupun pengetahuan.

Titiktemu.co.id sendiri sudah memiliki dan melayani sebanyak 2.800 klien dalam semua jenis bidang konsultasi yang disediakan olehnya. selain itu pengikut dari media sosial khususnya di Instagram kini Titiktemu.co.id sudah memiliki 3.813 pengikut. Setiap jasa konsultasi *online* memiliki ciri khasnya tersendiri untuk mendirikan dan membangun konsultasi kepada klien yang ingin berkonsultasi di Perusahaannya agar dikenal dan dipakai oleh semua masyarakat khususnya di Indonesia.

Jasa konsultasi untuk saat ini juga tidak hanya dilakukan secara *offline* saja atau dapat dikatakan bertemu secara langsung, tetapi juga bisa dilakukan secara *online* dengan melakukan zoom atau dilakukan secara telfonan dari ahli kepada kliennya, kedua sama-sama mudah untuk dilakukan dan diterapkan tetapi tergantung kenyamanan dari masing-masing klien yang memang ingin melakukan konsultasi.



Gambar 1.1. Instagram Titiktemu.co.id. (Akun Instagram Titiktemu.co.id)

Berdasarkan gambar di atas, Titiktemu.co.id sendiri menggunakan *platform* Instagram dan *Whatsapp* untuk melakukan komunikasi kepada klien. Untuk melakukan konsultasi *online* ini pun tentu aja memiliki kendala atau hambatan yang akan terjadi, ketika dilakukan secara *online* seperti tidak adanya kepastian jelas mendiagnosis permasalahan yang dihadapinya, serta tidak bisanya dilakukan penanganan secara langsung ketika dalam keadaan darurat seperti konsultasi *offline* yang *di mana* mungkin bisa langsung ditangani dengan cepat. (Republika.co.id, 2019).

Dalam menggunakan Instagram Titiktemu.co.id sendiri memberikan konten berupa narasi, hasil catatan konsultasi yang ia dapatkan dari kliennya, selain itu juga ia membuat video reels berupa tips atau jenis lainnya untuk bisa membangun kepercayaan klien di Instagramnya yang bertujuan untuk melakukan konsultasi kepadanya. Selain itu Titiktemu.co.id membangun kepercayaan kliennya dengan cara memberikan promo melalui unggah *feeds* dan *story*, untuk *story* pada bulan Maret 2024 Titiktemu.co.id hampir setiap hari mengunggah *story* yang berisikan mengenai promo yang ia berikan untuk dapat mempersuasi dan membawa klien untuk melakukan konsultasi kepadanya, adanya strategi komunikasi persuasif berupa promosi yang ia berikan memungkinkan klien tertarik dan melakukan aksinya untuk berkonsultasi kepadanya.

Dalam melakukan konsultasi secara *online*, tentu saja Titiktemu.co.id harus bisa membangun kepercayaan dan meyakinkan para klien untuk melakukan konsultasi kepada jasanya. Karena setiap jasa konsultasi harus memiliki strategi

komunikasi persuasif yang memang bisa memberikan pesan ataupun informasi kepada klien sehingga muncul rasa kepercayaan klien untuk berkonsultasi.

Titiktemu.co.id sendiri adalah jasa konsultasi *online* yang memiliki harga di bawah rata-rata, *di mana* harga yang diberikan oleh Titiktemu.co.id ini harus bisa membuat para klien percaya kepada dengan harga yang disediakannya dapat melakukan konsultasi dengan waktu yang cukup lama, dan para ahlinya pun dapat memberikan solusi ataupun masukan kepada kliennya. Berdasarkan data yang didapatkan dari pemilik Titiktemu.co.id sendiri, bahwa dengan harga yang ia berikan ini dapat membuat Titiktemu.co.id digunakan dan membantu para klien yang memang membutuhkan konsultasi.

Titiktemu.co.id membangun kepercayaan, meyakinkan, dan mempersuasi kliennya lewat Instagram dan *Whatsapp* agar yang melihatnya ingin melakukan konsultasi dengan jasa yang sudah ia sediakan sejak tahun 2020 lalu. Banyak jenis jasa konsultasi selain Titiktemu.co.id yang kini memang menggunakan media sosial Instagram dan *Whatsapp* juga, *di mana Whatsapp* ini untuk komunikasi lebih lanjutnya kepada admin dan menghubungkannya dengan ahli yang sesuai dengan bidangnya.

Dari banyaknya jenis jasa konsultasi, Titiktemu.co.id sendiri kini juga memiliki strategi komunikasi untuk mempersuasi klien ketika melihat konten-kontennya di Instagramnya. Titiktemu.co.id melakukan komunikasi dengan kliennya melalui beberapa media yang ia miliki seperti, DM (*Direct Message*) Instagram untuk bertanya serta dilanjutkan dan diarahkan ke *Whatsapp* untuk lebih lanjut mengenai ahli yang memang dibutuhkan oleh klien yang bertanya.

Memungkinkan adanya kasus-kasus seperti ini atau kasus lain bisa saja terjadi disetiap jasa konsultasi secara *offline* maupun *online*. Saat ini juga jasa konsultasi yang digunakan oleh masyarakat adalah jasa kesehatan yang memang bisa dilakukan secara *online* dan bisa langsung mendapatkan resep obat yang memang dibutuhkan. Hal ini mungkin berbeda dengan jasa konsultasi di Titiktemu.co.id, *di mana* memang jasa ini memiliki berbagai bidang untuk melakukan konsultasi dengannya.

Tentu saja setiap jasa konsultasi harus bisa meyakinkan, membangun kepercayaan serta mempersuasi para klien baru ataupun lama untuk tetap terus

berkonsultasi kepadanya. Adanya strategi komunikasi ini sangat memudahkan para jasa ataupun perusahaan untuk meningkatkan kualitas dari produk atau jasa mereka untuk membantu para kliennya dalam memecahkan masalah saat berkonsultasi dengannya. Pada dasarnya juga ketika jasa ataupun perusahaan yang ingin melakukan persuasi, promosi dan membuka peluang untuk jasanya lebih diminati lagi, harus memiliki strategi dalam perencanaan apa yang ingin disampaikan melalui komunikasi baik secara *online* maupun *offline*, sehingga memudahkan mereka untuk mencapai target yang sudah direncanakan.

Selain itu juga dapat terarah, ketika menggunakan strategi komunikasi yang cocok dengan jasa atau perusahaannya itu sendiri, strategi komunikasi sendiri memiliki rencana yang sudah disusun dengan rapih untuk dapat mengubah perilaku, ataupun sikap manusia dalam skala yang besar hanya dengan melihat ide-ide, pesan ataupun informasi dari apa yang ada di media *online* ini.

- Banyaknya strategi komunikasi yang dapat digunakan oleh setiap jasa atau perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya untuk menarik ataupun mempersuasi para kliennya. Adanya jasa konsultasi yang menggunakan strategi komunikasi sangat dapat menarik perhatian para klien untuk melakukan aksinya dalam mengubah perilaku untuk melakukan konsultasi dengannya. Seperti Titiktemu.co.id, tentu saja Titiktemu.co.id memiliki strategi komunikasi dalam mempersuasi para kliennya di media sosial untuk melakukan konsultasi *online* kepada jasanya.

Setiap strategi komunikasi juga harus menyelipkan komunikasi untuk mempersuasi klien atau masyarakat untuk berkonsultasi, *di mana* komunikasi persuasif ini sebuah proses melalui komunikasi untuk dapat mempengaruhi atau menarik perhatian dan sikap seseorang baik secara verbal maupun non-verbal. Selain itu komunikasi persuasif adalah ajakan dan membujuk seseorang untuk mengikuti atau dapat memiliki aksi sesuai dengan apa yang komunikator inginkan (Putri, 2022).

Menurut De Vito Adanya komunikasi persuasif ini memiliki tujuan untuk mengikat atau memperkuat komunikasi baik secara langsung maupun tidak, yang *di mana* juga dapat memberikan sebuah gambaran dan menyampaikan informasi kepada pelihat atau klien dari jasa konsultasinya (Kompas.com, 2022) . Komunikasi

persuasif ini sering digunakan dalam semua hal termasuk juga untuk konsultasi di Titiktemu.co.id yang *di mana* ia mempersuasi dengan cara pemasaran melalui konten-konten yang ia buat di Instagramnya dalam bentuk tulisan dan video.

Seperti contoh mempersuasi dalam mengiklankan melalui media sosial ataupun televisi sehingga seseorang dapat terpengaruh akan bagaimana berkonsultasi secara *online* dan memudahkan seseorang untuk percaya bahwa konsultasi dengan waktu yang terbatas dan tidak secara langsung dapat membuatnya untuk memecahkan masalahnya. Maka ini Titiktemu.co.id memerlukan strategi komunikasi persuasif untuk menarik para kliennya. Strategi komunikasi persuasif yang digunakan Titiktemu.co.id ini cukup membuat yakin para klien untuk melakukan konsultasi dengan jasa dan bidang apa saja yang tersedia di Titiktemu.co.id ini.

Strategi komunikasi persuasif untuk memperkuat keyakinan seseorang itu sangat penting di setiap jasa atau perusahaan yang ingin melakukan promosi. Serta penelitian ini juga memiliki tujuan bagaimana strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Titiktemu.co.id untuk menarik daya Tarik dan perhatian para klien. Ketika melihat konten ataupun jenisnya dalam meyakinkan untuk melakukan konsultasi secara *online* dan membayarnya dengan harga yang terjangkau dan tidak menguras keuangan klien yang memang sangat membutuhkan konsultasi secara *online*.

Selain itu komunikasi persuasif memiliki dua jenis seperti mempersuasi secara *positif* dan *negatif*, tentu saja mempersuasi secara positif dapat mengubah seseorang untuk bertindak dengan apa yang ia lihat di media sosialnya dan bergerak untuk melakukan hal-hal yang positif dan berdampak baiknya untuknya, sedangkan untuk yang negatif sudah tentu dapat memberikan pengaruh yang berdampak buruk bagi seseorang. Adapun penelitian terdahulu yang dapat menjadi data pendukung dalam penelitian ini yang berjudul Strategi *Public Relation Euro Management* Indonesia dalam Mempromosikan Jasa Konsultasi Pendidikan, pendukung penelitian ke dua berjudul Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Solo Societiet Dalam Menumbuhkan Minat Terhadap Sejarah Di Kalangan Mahasiswa Kota Solo.

Hadirnya *platform* Instagram dan *Whatsapp* kini memudahkan pada jasa konsultasi ataupun Perusahaan yang ingin membuka atau mempromosikan dan

mempersuasi konsultasi melalui *online*. Saat ini media sosial seperti Instagram sangat banyak digunakan oleh semua orang yang *di mana* dapat membantu dan mendapatkan informasi maupun dapat berkomunikasi hanya melalui aplikasi saja. Media *online* sangatlah membantu seseorang untuk melakukan komunikasi bahkan bisa membuat seseorang memiliki sikap atau pergerakan dengan hanya membaca atau melihat konten berupa promosi, atau jenis lainnya.

Hal ini berhubungan dengan jasa konsultasi yang menggunakan Instagram dan *Whatsapp* untuk mengkomunikasikan atau mempromosikan jasanya melalui konten-konten yang dapat mempersuasi seseorang untuk melakukan perubahan hidupnya. Dengan adanya Instagram dan *Whatsapp* juga memungkinkan seseorang yang mencari dan melihat jasa konsultasi secara *online* ini memudahkan mereka untuk berkomunikasi untuk melakukan konsultasi secara *online* saja.

Banyaknya jasa konsultasi yang menggunakan Instagram untuk menyebarkan sebuah informasi atau promosikan jasa-jasa yang ia memiliki dengan membuat konten-konten yang dapat mempersuasi dan memiliki aksi seseorang untuk melakukan konsultasi dengan jasa yang sudah mereka sediakan untuk membantu para klien untuk memecahkan dan memberikan solusi padanya.

Media *online* kini memiliki power yang begitu besar akan aksi seseorang hanya dengan melihat sebuah informasi maupun berita saja. Berdasarkan data dari We Are Sosial yang ditemukan, pada bulan April 2023 pengguna Instagram mencapai 1,63 yang mengakses Instagram (Annur, Databoks, 2023). Berdasarkan data yang ditemukan juga Indonesia sendiri memasuki 3 besar yang menggunakan *platform Whatsapp* ini di tahun 2022 (Erlina, 2023).

Adapun pengertian media *online*, media *online* adalah sebuah digital yang sudah disiapkan secara *online di mana* media *online* mana saja. *Di mana* media *online* ini dapat memberikan layanan berupa, foto, video, teks, ataupun hanya berbentuk suara saja. Media *online* sendiri dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan komunikasi secara *online* dan cepat (Pamuji, 2019). Maka hal ini dapat berhubungan dengan Titiktemu.co.id, jasa ini menggunakan kedua untuk tetap bisa berkomunikasi dan memberikan layanan terbaik untuk para kliennya yang membutuhkan jasanya.



*Platform* kedua yang mereka gunakan ini berhasil untuk menempuh angka 2.800 klien yang melakukan konsultasi dengannya di semua bidang yang ia miliki yaitu Bisnis, Keuangan, Psikologi, Hukum, dan Karir, selain itu juga cukup banyaknya testimoni yang ia dapatkan dari sekian banyaknya yang berkonsultasi padanya. Maka dari penjelasan di atas hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti sebuah jasa konsultasi yang bagaimana strategi komunikasi persuasif di Titiktemu.co.id ini untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan pada setiap klien yang ingin berkonsultasi dengannya.

*Di mana* Titiktemu.co.id ini memiliki strategi komunikasi tersendiri, sering kali Titiktemu.co.id ini melakukan atau mempromosikan dengan cara ia membagikan promo untuk para followersnya yang ingin berkonsultasi dengannya, secara tidak langsung memang semua klien tidak mudah percaya akan jasa konsultasi *online* yang menyediakan banyak jasa dan membuka peluang waktu yang cukup lama untuk berkonsultasi *online*. Titiktemu.co.id sendiri ini dapat meyakinkan dan dapat mengubah pandangan klien untuk melakukan konsultasi dengan jasanya.

*Di mana* Titiktemu.co.id sendiri menjelaskan bahwa ketika ia memberikan promo ia menjelaskan juga bahwa harga yang tertera dapat berkonsultasi sesuai jam yang ditentukan oleh Titiktemu.co.id sendiri, sehingga para klien tidak lagi bertanya-tanya apakah konsultasi dengan harga yang cukup terjangkau memudahkan klien memecahkan masalah dan menemukan solusinya. Selain tujuan adanya fokus penelitian ini untuk mengetahui juga bagaimana strategi komunikasi yang Titiktemu.co.id lakukan di media sosialnya.

Apakah ia sendiri dapat meyakinkan dan dapat menarik klien untuk berkonsultasi dengannya, karena setiap adanya strategi komunikasi persuasif ini mengubah perilaku seseorang itu berbeda-beda ketika melihat konten atau promo yang diberikan olehnya untuk melakukan konsultasi kepada Titiktemu.co.id. Seiring berjalannya waktu pun dengan adanya strategi tersendiri pun dapat menguntungkan Titiktemu.co.id yang *di mana* dapat membantu jasa konsultasinya semakin dikenal dan banyak yang memerlukan jasanya, *di mana* jasa di Titiktemu.co.id ini juga cukup banyak dan memudahkan klien menemukan ahli konsultasi di dalam bidang yang ia jalankan.



Titiktemu.co.id memang sebuah jasa konsultasi yang cukup merusak harga pasar pada umumnya, akan tetapi dengan adanya strategi komunikasi persuasif yang ia miliki mungkin cukup membantu untuk jasanya digunakan oleh semua Masyarakat yang mempercayai dengan melakukan konsultasi dapat mengubah dan memecahkan masalah yang dimiliki seseorang. Jasa ini juga ingin memberikan pelayanan yang cukup baik kepada kliennya dengan memiliki harga yang cukup murah, dan ingin membantu setiap kliennya melalui konsultasi *online* dengannya.

Memiliki strategi komunikasi persuasif tersendiri memang lah sangat membantu jasa ataupun Perusahaan untuk membuktikan bahwa produknya dapat membantu dan meringankan permasalahan kehidupan. Selain itu komunikasi persuasif juga memudahkan untuk mengetahui akan seberapa jauh seseorang menerima paparan atau dapat terpengaruh dengan gaya komunikasi yang dimiliki jasa masing-masing, seberapa banyak orang yang akan melakukan aksinya untuk berkonsultasi dengan hanya melihat dan bertanya melalui situs *online* Instagram. Dan komunikasi persuasif itu sendiri untuk bisa memberikan bimbingan dan mengajak seseorang sesuai dengan apa yang ia dapatkan dari pengirim pesan. (Barata, Dasar Dasar Pelayanan Prima)

Maka itu tujuan dan fokus dari penelitian ini mengukur seberapa efektif strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Titiktemu.co.id untuk kliennya. Serta dapatkah membangun kepercayaan di kalangan masyarakat untuk melakukan konsultasi *online* dengan waktu yang sudah diberikan oleh masing-masing jasa konsultan yang berbeda di setiap aturannya.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana strategi komunikasi persuasif pada jasa konsultasi *online* yang dilakukan oleh Titiktemu.co.id dalam membangun kepercayaan klien?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Titiktemu.co.id dalam membangun kepercayaan dan meyakinkan

klien melalui media *online* Instagram dan *Whatsapp* untuk melakukan konsultasi *online* dengannya.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Setelah penelitian ini sudah selesai di teliti, diharapkan dari hasil yang sudah didapatkan, bisa memberikan manfaat bagi penelitian sejenis, Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini

##### **1.4.1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan bahwa hasil dari yang sudah didapatkan dan diteliti mampu memberikan serta memperkaya penelitian dengan wawasan dari Strategi Komunikasi Persuasif Jasa Konsultasi *Online* dalam Membangun Kepercayaan Klien.

##### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan bahwa hasil dari penelitian dapat memberikan masukan dan menerapkan [Titiktemu.co.id](https://www.titiktemu.co.id) sendiri dapat menerapkan Strategi Komunikasi Persuasif untuk membangun kepercayaan dan mempengaruhi klien.