

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penggunaan media sosial instagram telah menjadi salah satu kebutuhan pada saat ini. Mulai dibuat untuk akun pribadi hingga akun perusahaan, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk melakukan kegiatan komunikasi. PT. Ares Kusuma Raya memanfaatkan instagram melalui akun @chefmatechocolate untuk melakukan kegiatan komunikasi. Dari sebelum pandemi dan pada masa awal pandemi hingga pada saat pandemi ini mulai terlihat akan berakhir. Instagram memiliki peran penting untuk mewujudkan komunikasi di masa modern ini. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti @chefmatechocolate karena terlihat pada akun instagram @chefmatechocolate memiliki 291RB pengikut, 2.888 unggahan dan 687 mengikuti. Dan rata-rata dari penonton *reels* pada 6 bulan terakhir, dilihat dari akun Instagram @chefmatechocolate mencapai angka tertinggi hingga 60,8RB penonton sedangkan yang terendah pada angka 3.012 penonton. selain itu pada live Ig Tv dan Video yang diunggah pada 6 bulan terakhir ini mencapai 42,6RB dan terendah 1.611. Dengan menggunakan model SOME (Search, Optimize, Manage, Engage) yang dikembangkan oleh Lutteral. sehingga dapat mengetahui bagaimana strategi *social media marketing* yang dilakukan PT. Ares Kusuma Raya pada akun Instagram @chefmatechocolate.



Bagan 1.1 Instagram chefmatechocolate

Media Sosial atau yang biasa disebut (*Social Media*), merupakan media digital yang memiliki fungsi dua arah atau (interaktif) dimana semua orang dapat menginformasikan dan mendapat informasi serta memberikan komentar sekaligus, sehingga semua orang dapat meyatukan pikiran, beradu pendapat dan berkomentar layaknya netezen. Meskipun biasanya media sosial digunakan pribadi atau privat Media Sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai platform daerah, perusahaan maupun instansi. Media Sosial sangat bebas dalam memproduksi apapun yang ingin di produksi, berbagi apapun yang ingin di bagi dan bertukar informasi yang dimiliki. Media sosial merupakan salah satu media digital yang menjadi platform dimanfaatkan untuk kegiatan

komunikasi pemasaran seperti promosi, endorsement, dll. Selain itu media sosial juga dapat digunakan untuk meningkatkan brand awareness serta ekuitas sebuah pemerintahan, instansi dan perusahaan. Berbagai Media Sosial yang telah muncul di era digital ini salah satu media sosial yang disukai oleh masyarakat Indonesia adalah Instagram, merupakan salah satu media yang memiliki pengaruh besar dan penting dalam berbisnis. Hal ini selaras dengan pernyataan jurnal menurut ((Untari & Fajariana, 2018), Dalam bisnis social media adalah salah satu saluran yang mendukung komunikasi dalam memasarkan barang dagangan secara cepat dan menguntungkan dibandingkan dengan menjual langsung kepasar.

Media Sosial Instagram merupakan media sosial yang banyak diminati di Indonesia diunduh sudah 600,2 milyar di *App Market* dan memiliki 9,5k ulasan memiliki peringkat sosmed nomer 2 dan memiliki rating 4/4 . Media Sosial Instagram merupakan aplikasi yang paling populer telah banyak diketahui dan digunakan terbukti dari jumlah unduhan karena segala kalangan dapat menggunakan aplikasi tersebut. Karena tersedia Berbagai fitur menarik yang instagram memiliki. Sebenarnya menggunakan instagram terdapat batasan umur yang diberikan oleh pihak instagram namun semua dapat di palsukan melalui data diri akun google. sehingga anak-anak dibawah umur tetap dapat menggunakan dan memainkannya. Instagram menampilkan foto secara Instan, orang lain dapat secara langsung melakukan interaksi maupun respon memberikan suka, komentar. hal ini selaras dengan. menurut (Untari & Fajariana, 2018) Instagram yang dapat mengunggah foto dengan hanya

menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima secara cepat. Instagram memiliki fitur-fitur yang dapat diakses menggunakan jaringan internet yang dapat menarik penggunaannya sehingga jarang pada jaman ini anak-anak hingga orang dewasa tidak menggunakan instagram.



Bagan 1.2 Instagram for APP Market

Dengan terjadinya kemajuan teknologi informasi dan telekomunikasi sehingga membuat terjadinya perubahan yang secara langsung tidak disadari oleh beberapa orang. Pemanfaatan teknologi pada bidang informasi merupakan suatu hal yang diupayakan oleh para pebisnis. Karena bisnis tidak akan dapat berkembang tanpa adanya inovasi dan modernisasi. Sehingga bisnis mengikuti apapun yang tren/viral pada masanya. Sehingga tingkat persaingan semakin ketat. Dan membuat para pebisnis melakukan penambahan hingga sampai pergantian, dari yang awalnya berjualan secara konvensional dan sekarang menambah berinovasi dengan melakukan pemanfaatan teknologi informasi salah satunya menggunakan instagram sebagai media sekaligus melakukan strategi perencanaan konten di masa ini. Hal ini dipengaruhi oleh bagaimana pebisnis ingin melakukan pemasarannya pada media sosial instagram.

Komunikasi adalah proses dimana pemikiran dan pemahaman disampaikan antar individu, atau antar organisasi dengan individu (Firmansyah, 2020). Sehingga komunikasi dapat dikatakan sebagai proses penyampaian pesan yang merupakan sebuah gagasan dan informasi dari pengirim melalui suatu media komunikasi yang ditangkap oleh stimulus dan indra penerima sehingga dapat memahami apa yang ingin disampaikan pengirim pesan. Komunikasi dilakukan untuk mencapai tujuan, dengan melakukan komunikasi mempermudah apa yang kita lakukan sehingga komunikasi dapat dikatakan sebagai suatu penyelesaian masalah yang ada.

Sedangkan komunikasi pemasaran atau marketing communication adalah sebuah sarana usaha yang dilakukan oleh setiap perusahaan untuk

mendukung transaksi dengan menginformasikan, membujuk, menawarkan, serta mengingatkan konsumen, hal ini baik dilakukan secara langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan tentang produk yang mereka jual menurut Anang Firmansyah pada bukunya (Firmansyah, 2020). Selain itu komunikasi pemasaran merupakan representasi dari suatu perusahaan tentang produk yang mereka jual, sehingga menjadi jembatan antara konsumen dengan perusahaan. Dan tidak hanya itu dialog yang timbul didalamnya akan menciptakan dan dapat membangun hubungan harmonis antara konsumen dan perusahaan. Tujuan komunikasi pemasaran adalah menaikkan jumlah penjualan melalui beberapa strategi dan usaha yang dilakukan. Fungsi komunikasi pemasaran yakni, meraih target pasar yang cocok, membangun kepercayaan prosuk dan mencapai target penjualan. Hal ini membuat komunikasi pemasaran memiliki peran penting bagi perusahaan untuk membangun sebuah citra sehingga dapat membentuk image perusahaan maupun image suatu produk.

Pada saat awal mula pandemi hampir semua pekerjaan mendapat *culture shock*, karena tidak adanya suatu persiapan yang matang untuk menghadapi krisis ekonomi, sosial dan pendidikan. Bahkan pelaku bisnis tengah menghadapi persaingan yang luar biasa dari dampak pandemi Covid19. Sehingga kemudian hal ini membuat mereka lebih *survive* mencari solusi dan penyelesaian masalah yang terjadi. Pelaku bisnis terus untuk melakukan perancangan strategi dengan sedemikian rupa agar bisnisnya tidak mengalami bangkrut, agar mampu memenuhi permintaan pasar, dapat

bertahan dalam persaingan bisnis yang terjadi pada saat ini. Maka dari itu media sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran pada masa ini. PT. Ares Kusuma Raya menjadi salah satu dari banyaknya pelaku bisnis yang memiliki Media Sosial Instagram sebagai salah satu cara untuk mengkomunikasikan strategi perencanaan komunikasi yang mereka miliki. Pemilihan media ini dilakukan karena untuk memanfaatkan fitur yang ada dalam media sosial Instagram. Menargetkan untuk membuat pesan yang dapat diterima oleh khlayak.

PT. Ares Kusuma Raya merupakan salah satu anak perusahaan dari Mahaghora. PT. Ares Kusuma Raya adalah perusahaan yang fokus pada produksi coklat, menghasilkan bahan-bahan setengah jadi untuk dijadikan bahan baku kue. Hal ini membuat PT. Ares Kusuma Raya memiliki strategi bisnis B2B dan B2BC. Menjalin hubungan dengan sesama perusahaan, dan menjalin hubungan dengan toko-toko bahan kue. PT. Ares Kusuma Raya tidak berkerja sama dengan Supermarket, hal ini dikarenakan menurut PT. Ares Kusuma Raya untuk mengurangi *return*, selain itu supermarket juga segmentasinya meluas sehingga kurang cocok untuk menaruh barang disana. Dan channel distribusi Supermarket kurang bagus untuk dijadikan salah satu strategi perencanaan komunikasi. Pada sebelum pandemi PT. Ares Kusuma Raya memiliki strategi bisnis promosi melalui Iklan cetak (majalah kuliner) dan tabloid. Karena ingin memfokuskan pada segmennya seperti perempuan, remaja keatas, ibu rumah tangga dan pengusaha. Selain itu PT. Ares Kusuma Raya juga menggelar Pameran di Grandcity. Interfood di Jakarta, 2 tahun

sekali di singapure untuk acara foodhotel asia, exhibition, promosi di lapangan untuk branding di toko bahan kue, melakukan promosi treat seperti memberikan diskon dan bonus, demo masak, demo ngemper, dan melakukan roadshow mulai dari 2013-2018. Lalu kemudian pada akhir 2019 virus covid19 menyebar dan datang ke Indonesia. Pemerintah indonesia memutuskan untuk *lockdown* total. Sehingga membuat semua startegi bisnis yang dilakukan sebelum pandemi tidak ada satupun yang terlaksana pada masa pandemi. Hal ini membuat PT. Ares Kusuma Raya membuat strategi perencanaan komunikasi baru yang dapat diandalkan pada masa pandemi. Salah satunya adalah melaku media sosial Instagram. Dengan melakukan live IG Tv pada instagram hingga sampai saat ini. Sebelumnya PT. Ares Kusuma Raya tidak memiliki *planning* apapun untuk persiapan pandemi karena secara tiba-tiba dan terjadi begitu saja. Untungnya sebelum pandemi PT. Ares Kusuma Raya mengaku iseng-iseng melakukan Give away kepada followersnya, melakukan endorsement untuk menaikkan jumlah followers sehingga Media Sosial Instagram yang awalnya dimainkan secara iseng menjadi tempat strategi yang cocok dilakukan di masa sulit pandemi. Hal ini dilakukan oleh PT. Ares Kusuma Raya secara konsisten hingga pada saat ini. PT. Ares Kusuma Raya dengan akun Instagramnya @chefmatechocolate. Chefmatechocolate merupakan produk unggulan yang chefmate punyai. Dengan terbuat dari bahan-bahan premium. Sehingga akun instagram @chefmatechocolate unggul dalam jumlah follower dibanding dengan kompetitornya karena kekonsisten an mereka dalam mengunggah konten-

konten dan rajin melakukan live IG TV di Instagram. Karena terbukti dari jumlah unduhan dan Instagram menjadi salah satu media sosial yang favorit, karena pada saat ini informasi berupa foto dan video lebih menarik untuk di lihat.

Model yang sesuai dengan fenomena ini adalah Model melingkar yang dikembangkan oleh Luttrell untuk Komunikasi sosial. Yakni SoMe (Share, optimize, Manage, engage). Berbagi, mengoptimalkan, mengelola dan terlibat. Model melingkar yang Luttrell kembangkan adalah untuk komunikasi sosial sehingga orang lain dapat memiliki strategi perencanaan yang mudah diikuti dan mudah beradaptasi. Pada setiap aspek modelnya kuat dalam lingkup mereka sendiri, dibuat melingkar dengan tujuan membentuk stategi yang solid. Alasan membentuk model ini adalah bahwa media sosial adalah media yang terus berkembang. Ketika perusahaan berbagi, perusahaan juga mengelola, menarik bahkan mengoptimalkan suatu pesan secara bersamaan. Maka dari itu peneliti memilih menggunakan model SoMe untuk menyelaraskan tujuan PT. Ares Kusuma Raya. Pada tahap *share*, PT. Ares Kusuma Raya memilih Instagram sebagai salah satu media komunikasi pemasaran sekaligus menentukan target sasaran penonton. Tahap *optimeze*, PT. Ares Kusuma Raya membuat perencanaan komunikasi yang kemudian di unggah sekaligus mengoptimalkan suatu konten yang akan diunggah, pada tahap *manage*, PT Ares Kusuma Raya melakukan pengelolaan melalui komentar, suka dan sehingga menganalisa apa yang sedang terjadi dan bagaimana baiknya kedepannya. Dan yang terakhir *engage*, PT. Ares

Kusuma Raya selalu menjadwalkan live Ig Tv di Instagram sehingga dapat berinteraksi secara langsung dengan penonton.

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, maka penelitian ini berjudul “Strategi Social Media Marketing PT. Ares Kusuma Raya pada akun Instagram @chefmatechocolate khususnya selama pandemi di Indonesia dari akhir 2019 hingga awal tahun 2022. Peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai strategi *social media marketing* yang dilakukan PT. Ares Kusuma Raya pada akun Instagramnya @chefmatechocolate.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi *social media marketing* yang dilakukan PT. Ares Kusuma Raya pada akun Instagram @chefmatechocolate?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui strategi *social media marketing* yang dilakukan PT. Ares Kusuma Raya pada akun Instagram @chefmatechocolate

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian adapun manfaat dari Penelitian ini diharapkan dapat membantu serta memberikan banyak kegunaan baik akademis maupun praktis, maka manfaat penelitian ini adalah :

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara Akademis, peneliti berharap dapat memberikan informasi mengenai pengembangan keilmuan dalam bidang Ilmu Komunikasi.

Khususnya peneliti memberikan informasi mengenai Media Sosial Instagram (Studi kasus pemasaran produk pada akun Instagram @chefmatechocolate)

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu serta memberikan manfaat bagi pembaca maupun PT. Ares Kusuma Raya sehingga berguna bagi Peneliti dan mampu menjadi tinjauan dalam kepustakaan. Khususnya untuk jenis penelitian kualitatif yang berkaitan dengan Social Media Marketing pada Media Sosial Instagram.