

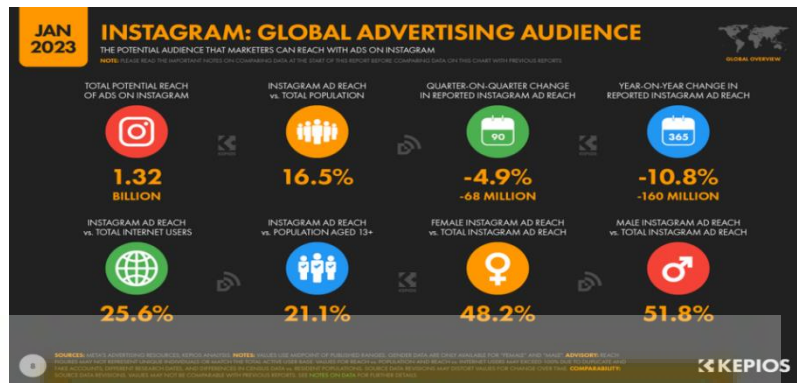
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

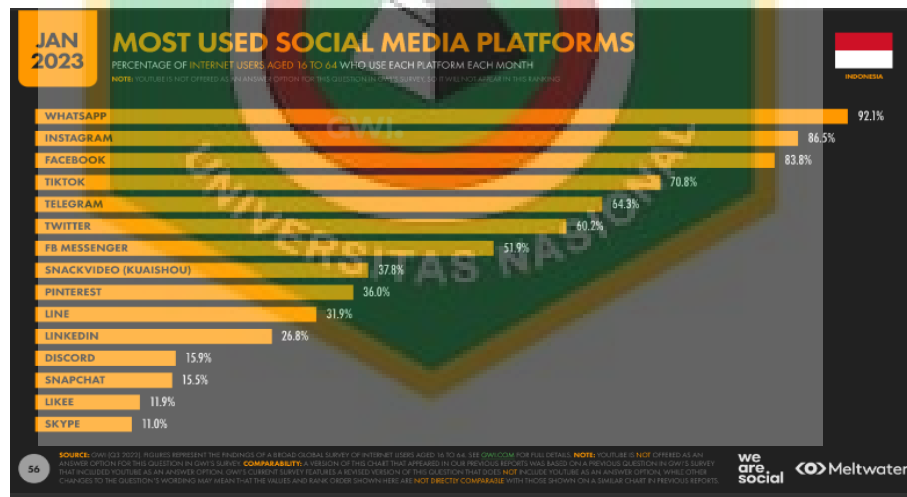
Internet saat ini telah berkembang menjadi alat komunikasi yang bisa dikatakan cepat serta sangat efektif. Dengan adanya internet maka berbagai kebutuhan manusia saat ini sangatlah semakin mudah. Untuk dapat tetap maju dan berkembang, maka suatu perusahaan harus dapat beradaptasi dengan kondisi zaman dan teknologi yang ada. Dunia saat ini mengalami era moderanisasi yang amat cepat, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang kian tumbuh. Era informasi telah membawa masyarakat kepada kegiatan yang bersifat cara baru, inovatif, keakuratan, cara baru dan memberikan kenyamanan dalam mengelola dan menikmati kehidupan.

Salah satu platform media sosial yang sering digunakan masyarakat adalah Instagram. Sulit bagi konsumennya untuk beralih karena tingkat popularitasnya yang relatif tinggi dalam hal pencarian dan distribusi informasi. Instagram menawarkan prospek yang sangat baik untuk kegiatan bisnis selain menjadi platform media sosial yang banyak diminati. Bisnis memanfaatkan Instagram sebagai alat komunikasi pemasaran untuk mengiklankan barang dan jasa mereka. Instagram dapat dikatakan media sosial yang efektif sebagai tempat berkomunikasi dan mendengarkan pendapat konsumen.



Gambar 1.1 Penggunaan Instagram

Menurut hasil riset yang ditampilkan pada website Datareportal menunjukkan bahwa Ringkasan Pengguna Instagram di Dunia tahun 2023 per Januari diperkirakan sebanyak 1,32 miliar jiwa. Dari jumlah tersebut 89,15 juta pengguna Instagram berasal dari Indonesia. 51,6% pengguna Instagram adalah wanita, sedangkan 48,4% pengguna Instagram adalah pria. Selain itu, Instagram adalah platform media sosial terpopuler kedua setelah WhatsApp.¹



Gambar 1.2 Platform Media Sosial Paling Banyak Digunakan

Media pemasaran yang efektif sangat diperlukan oleh sebuah perusahaan untuk menginformasikan barang atau jasa kepada publik. Komunikasi pemasaran

¹ Simon Kemp. *Digital 2023: Indonesia*. Februari 2023. Diakses pada 1 Maret 2023. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

sangat erat kaitannya dengan media sosial yang digunakan sebagai alat untuk komunikasinya. Kegiatan promosi juga populer dengan sebutan komunikasi pemasaran hal ini karena faktor utama kegiatan promosi adalah bentuk kegiatan pemasaran. Ini berpengaruh dalam mendapatkan perhatian dari target pasar kepada sebuah barang atau jasa yang sedang diinformasikan ditengah banyaknya kompetitor.²

Penggunaan strategi komunikasi dalam pemasaran sangat berpengaruh pada perilaku konsumen, seperti dapat menarik minat konsumen sehingga adanya peningkatan penjualan dan terciptanya *brand image* kepada suatu barang atau jasa yang disampaikan. Sehingga dalam melakukan penjualan dan pemasaran, pengusaha berusaha untuk membuat strategi pemasaran yang tepat.³

Dalam menghadapi perkembangan digital yang begitu pesat seperti sekarang ini, perusahaan banyak memanfaatkan teknologi internet sebagai alat komunikasi pemasaran. Instagram menjadi sarana yang digunakan sebagai strategi komunikasi pemasaran oleh perusahaan dalam memperkenalkan bisnisnya agar mendapatkan keuntungan.

Dari mulai bisnis kuliner, wisata, transportasi bahkan bisnis berbasis pendidikan. Hal ini dialami oleh HR Academy yang memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasi pemasaran dengan akun instagram @hracademy.id. HR Academy merupakan lembaga yang naungi oleh PT Satu Nusa Madani yang sudah berjalan selama 3 tahun sejak tahun 2020. HR Academy bergerak dibidang

² Suharno & Yudi Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

³ Enggelina Onna Jeklin Supit, "Kajian Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Panggung di Wolan", E-Journal "Acta Diurna", Vol 5 No. 5 (2016).

pelatihan dalam meningkatkan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM). Agar bisa menciptakan SDM (Sumber daya Manusia) yang unggul, HR Academy membuat pelatihan-pelatihan dan sertifikasi secara online maupun offline di berbagai daerah di Indonesia. Untuk itu, kegiatan pelatihan dan sertifikasi ini hadir sebagai solusi peningkatan keterampilan peserta baik secara tertulis maupun secara lisan.

Ketua BNSP yang diwakili Komisioner BNSP, Bonardo Aldo Tobing menyatakan bahwa pada jumlah tenaga kerja bersertifikat kompetensi sebanyak 4.926.635 orang. Sertifikat kompetensi merupakan sebuah hal yang penting di era globalisasi karena dengan memiliki sertifikat kompetensi, tenaga kerja bebas bekerja di negara manapun asalkan dapat memenuhi standar kompetensi yang telah ditetapkan dan dibuktikan oleh kepemilikan sertifikat kompetensi.⁴ Hal ini juga menjadi dorongan tersendiri bagi HR Academy untuk bisa meningkatkan minat masyarakat mengikuti pelatihan sertifikasi.

Adapun pelatihan dan pendampingan yang ada di HR Academy yaitu:

- a) ISO Management System
- b) Management & Leadership
- c) Supply Chain Management
- d) Professional Sales Training
- e) Professional Human Resources
- f) Career Acceleration Program (CAP)

⁴ Binalavotas. *BNSP: Jumlah Tenaga Kerja Bersertifikat Kompetensi Capai 4.9 Juta Orang*. Diakses 31 Agustus 2023. <https://kemnaker.go.id/>

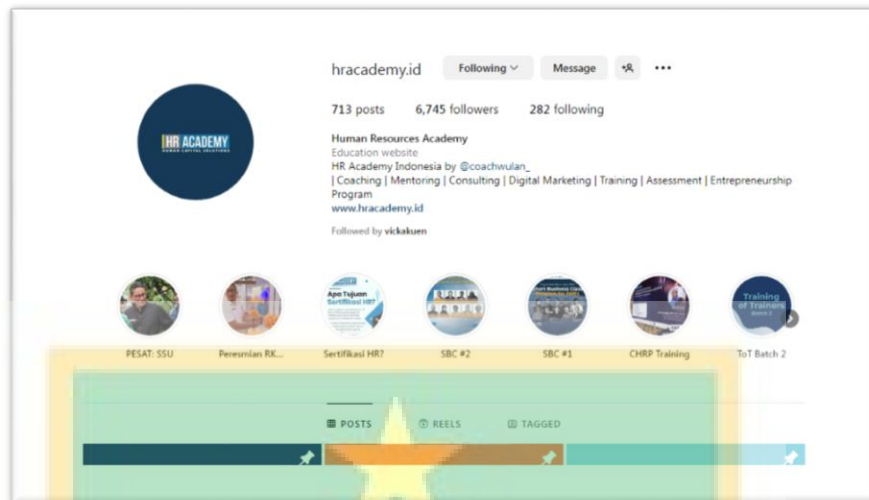
- g) Store Manager for Retail Training
- h) Training of Trainer for CAP
- i) Operation Management
- j) Communications Business
- k) Entrepreneurial Business Training
- l) Service Excellence
- m) Tour Guide Training
- n) Training of Trainer for Business
- o) Training of Trainer for Tour Leader

HR Academy menggunakan media sosial Instagram untuk memperkenalkan, memasarkan, menarik minat masyarakat untuk dapat mengikuti pelatihan. Banyaknya persaingan yang terjadi khususnya pada bidang pelatihan, menjadi tantangan tersendiri untuk HR Academy dalam membuat strategi pemasaran yang tepat khususnya pada Instagram, yang banyak juga digunakan oleh kompetitor sebagai media pemasarannya.

HR Academy memulai aktif menggunakan Instagram sebagai media komunikasi pemasarannya sejak tahun 2020 terlihat dari postingan pertama yang diunggah pada tanggal 15 Februari 2020, saat ini postingan pada instagramnya telah dibuat sebanyak 713 postingan dan mempunyai followers sebanyak 6.745 orang.

⁵Berikut gambar profil instagram @hracademy.id.

⁵ *Profil Instagram @hracademy.id.* Diakses pada 2 Juli 2023.
www.instagram.com/hracademy.id/



Gambar 1.3 Profil Instagram @hracademy.id

Sesuai slogan yang terdapat pada logonya yaitu *Human Capital Solutions*, HR Academy juga membangun image pada Instagramnya sebagai solusi kebutuhan sumber daya manusia. @hracademy.id sering membagikan informasi seputar pengembangan diri dan tentunya informasi mengenai jadwal pelatihan sertifikasi. Penggunaan Instagram ini juga digunakan sebagai media komunikasi kepada *followers* dan target pasar untuk dapat menjalin hubungan baik serta dapat mempengaruhi followers untuk mengikuti pelatihan sertifikasi.

Seiring dengan banyaknya persaingan dan perkembangan yang terjadi pada organisasi, pelatihan merupakan sebuah hal yang penting. Para karyawan dituntut untuk bisa berhadapan dengan setiap perubahan yang dihadapi perusahaan, dengan mengikuti pelatihan-pelatihan yang berguna untuk meningkatkan kemampuan yang ada dalam diri mereka.

Saat ini, pelatihan telah mengalami revolusi. Perubahan-perubahan yang ada tercermin dari daya saing dan pelatihan organisasioanl, yaitu banyaknya perusahaan yang telah menyadari bahwa melatih para karyawan sesuatu yang

penting. Pelatihan juga dapat meningkatkan daya saing perusahaan dengan meningkatkan kualitas pekerja atau karyawan.⁶

Kualitas sumber daya manusia dapat ditingkatkan dengan menggunakan jasa pelatihan yang ditawarkan oleh suatu lembaga. Setelah pelatihan dilakukan, para peserta akan mendapatkan sertifikasi hasil kompetensi pelatihan yang diikuti. Sertifikasi kompetensi adalah sesuatu yang sudah tidak asing lagi dunia kerja dan perusahaan dalam meningkatkan kualitas dari tenaga kerja.

Sertifikasi kompetensi adalah proses pemberian sertifikat kompetensi yang dilakukan secara sistematis dan obyektif berdasarkan keterampilan dari masing-masing peserta pelatihan kerja melalui ujian kompetensi meliputi beberapa tahapan pelatihan dan pengujian.⁷ Jadi, peserta dapat dikatakan telah lulus ujian apabila telah mengikuti berbagai tahapan sesuai ketentuan yang telah ditetapkan dan berhak mendapatkan sertifikat dari lembaga terkait.

Lembaga pelatihan harus menjaga kualitas pelayanan dan mengkomunikasikannya secara efektif agar dapat menciptakan peluang bagi lembaga untuk dapat berkembang dan mengungguli para pesaingnya serta mampu meningkatkan pemasarannya agar dapat bertahan dan terus berkembang menghadapi persaingan yang semakin ketat. Untuk dapat menarik perhatian target pasar, mendapatkan peserta dan mendapatkan keuntungan, sebuah jasa pelatihan

⁶ Robert L. Mathis dan John H. Jackson, *Human Resource Management*, ed. 10, terj. Diana Angelica, (Jakarta : Salemba Empat, 2009), hlm. 301

⁷ Raisa Fitri Aini dan Wytla Nindya Ritista Atmaja. Sertifikat Profesi atau Sertifikat Kompetensi. 2020. Diakses 2 Maret 2023. <https://lspmks.co.id/2020/08/03/sertifikasi-profesi-atau-sertifikasi-kompetensi/>

tentunya mempunyai komunikasi pemasaran yang baik serta strategi yang tepat.

Berdasarkan latarbelakang diatas, maka peneliti tertarik membahas lebih dalam mengenai penelitian ini yang penulis beri judul “*Komunikasi Pemasaran Jasa Human Resource Academy (HR Academy) Melalui Media Sosial Instagram Dalam Menarik Minat Masyarakat Mengikuti Pelatihan Sertifikasi*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di paparkan, permasalahan yang dirumuskan adalah “Bagaimana komunikasi pemasaran jasa *Human Resouce Academy (HR Academy)* melalui media sosial Instagram dalam menarik minat masyarakat mengikuti pelatihan sertifikasi?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui komunikasi pemasaran jasa *Human Resouce Academy (HR Academy)* melalui media sosial Instagram dalam menarik minat masyarakat mengikuti pelatihan sertifikasi.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian dapat memberikan ilmu pengetahuan mengenai komunikasi pemasaran dan dapat memberikan informasi bagi peneliti lain yang mempunyai tema berkaitan dengan ini.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan

HR Academy sebagai bahan evaluasi program pemasaran terhadap konsumennya.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi, peneliti menyusun sistematika penulisan ini terdiri dari 5 bab, yaitu:

BAB 1 Pendahuluan

Menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II Kajian Pustaka

Menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, kerangka konsep (komunikasi pemasaran, media sosial, instagram), kerangka teori, serta kerangka pemikiran penelitian ini.

BAB III Metodologi Penelitian

Menjelaskan tentang pendekatan penelitian yang digunakan, subjek dan objek penelitian, penentuan informan, data dan teknik pengambilan data, teknik keabsahan data, teknik pengelolaan dan analisis data, serta lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV Analisis dan Pembahasan

Menjelaskan tentang profil perusahaan HR Academy, profil informan, deskripsi hasil penelitian.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.