

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan teknologi semakin maju dan juga diikuti perkembangan media sosial sangatlah pesat di zaman modern ini, pada saat ini media sosial telah menjadi kebutuhan bagi seluruh masyarakat, media sosial tidak hanya untuk sekedar menjadi sarana informasi bagi masyarakat luas. tetapi bisa menjadi suatu alat atau wadah untuk melakukan kegiatan komunikasi pemasaran.

Adanya media baru memudahkan masyarakat untuk berinteraksi. Media baru, seperti Internet, pada akhirnya akan bertindak sebagai media sosial. Sosial media seperti *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube* adalah salah satu aplikasi yang masuk dalam kategori *New Media*. Jenis new media ini memudahkan para masyarakat untuk *speak up*, terlibat, *sharing*, dan terhubung secara *online*. Dengan media sosial, pola komunikasi pengguna atau individu tidak terkurung oleh ruang dan waktu. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi arus informasi pun juga ikut meningkat dan dimudahkan dengan media sosial ini. Setiap pengguna secara sederhana dapat membagikan sebuah berita atau informasi kepada pengguna lain tanpa ada batasan.

PT Tri Sinergy Solution adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang advertising, media luar ruang, seperti pengadaan billboard, dan vidiotron. yang berdiri sejak tahun 2016. banyak perusahaan yang bergerak di bidang yang sama yaitu *advertising* dan juga media luar ruang tersebut seperti INTAN dan ZIGZAG. Namun PT Tri Sinergy Solution dapat dikatakan baru dalam bidang *advertising* dan juga media luar ruang ini sehingga membuat PT Tri Sinergy Solution belum sebesar perusahaan yang lainnya

Sebelum pandemi, PT Tri Sinergy Solution melakukan kegiatan pemasaran langsung dengan menemui konsumen yang akan menggunakan iklan atau video, dan juga PT Tri Sinergy Solution mencari tender kreasi outdoor melalui WEB PENGADAAN LPSE dan BNPB. Mediana adalah billboard dan juga videotron.

Di dalam perusahaan dalam kaitannya pasti menggunakan strategi. Strategi secara umum dapat diartikan sebagai upaya seseorang atau organisasi untuk membuat skema untuk mencapai yang ditetapkan dan rencana bisnis yang diusulkan untuk diimplementasikan. Strategi membutuhkan pengetahuan bisnis, niat untuk masa depan dan juga orientasi tindakan ¹. PT Tri Sinergy Solution memiliki strategi pemasaran yang terdiri dari penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana untuk kegiatan pemasaran. Selain Instagram, PT Tri Synergy Solution juga menggunakan media sosial lain yaitu Tiktok, namun peneliti lebih fokus

¹ Lantip diatprasojo "manajemen strategi" pers UNY (Karangmalang, Yogyakarta 2018) halaman 3

pada media sosial daripada Instagram karena PT Tri Synergy Solution lebih aktif dalam komunikasi pemasaran melalui Instagram.

Perusahaan juga membutuhkan komunikasi dalam pemasaran produk, karena komunikasi sangat penting dalam perusahaan, yaitu komunikasi pemasaran merupakan sarana perusahaan, memberitahukan dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung terhadap produk dan merek yang mereka jual ².

Perkembangan media sosial sangat pesat di era modern ini, di era sekarang media sosial sudah menjadi kebutuhan bagi seluruh lapisan masyarakat, media sosial tidak hanya sebagai sarana informasi bagi masyarakat luas, dapat menjadi alat atau wadah . Melaksanakan kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT Tri Synergy Solution dalam melaksanakan kegiatan komunikasi pemasaran.

Komunikasi pemasaran dapat dilakukan melalui berbagai media salah satunya Instagram karena Instagram karena para pelaku bisnis dapat dengan mudah mendapatkan fitur berbagai di Instagram, yang dapat membantu dan memudahkan pelaku bisnis untuk melakukan kegiatan komunikasi pemasaran, dan sebagian besar masyarakat Indonesia menggunakannya. media sosial, termasuk Instagram. Dengan merebaknya pandemi ini, bisnis dilakukan secara online, aktivitas komunikasi,

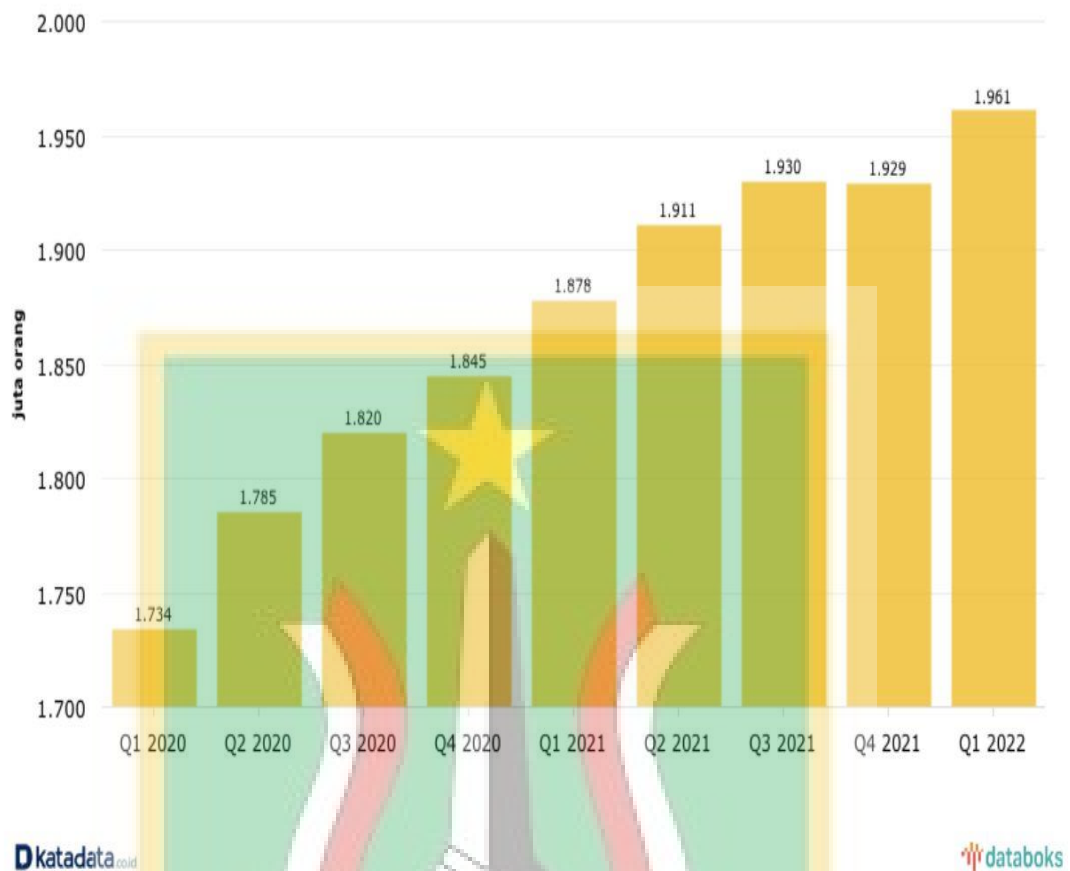
² Anang Firmansyah CV “KOMUNIKASI PEMASARAN” qiara editor media (Pasuruan, Jawa Timur 2020) halaman 2

ekonomi dan lainnya. Banyak perusahaan yang berjuang melawan wabah, semua perusahaan menjadi tidak stabil selama wabah Covid ini.

PT Tri Sinergy Solution tidak melakukan kegiatan pemasaran secara langsung dimasa pandemi ini namun digantikan menggunakan media sosial yaitu Instagram. Instagram dipilih karena: Popularitas media sosial Instagram semakin meroket. Hal ini dari peningkatan jumlah pengguna dalam beberapa tahun terakhir. Menurut data dari Business of Apps, pengguna Instagram mencapai 1,96 miliar orang di seluruh dunia pada kuartal pertama tahun 2022. Jumlah itu naik 1,67% dari kuartal sebelumnya yang mencapai 1,92 miliar orang. Dibandingkan dengan kuartal pertama tahun 2021, pertumbuhannya mencapai 4,42% dalam setahun. Pengguna Instagram terbanyak berada di wilayah Asia Pasifik, yakni mencapai 893 juta orang pada 2021. Disusul Eropa dan Amerika Selatan yang masing-masing sebesar 338 juta orang dan 289 juta orang. Adapun penggunaanya mayoritas berusia 25-34 tahun, dengan proporsi 33% dari total pengguna. Diikuti kelompok usia 18-24 tahun sebesar 30% dan usia 35-44 tahun 16%.³

³ Databoks.kadadata.co.id, *jumlah pengguna Instagram pada kuartal pertama tahun 2022*. <https://databoks.kadadata.co.id/datapublish/2022/06/17/berikut-lagi-ini-sum-user-instagram-per-kuartal-i-2022>

Jumlah Pengguna Instagram Global (Q1 2020-Q1 2022)



Gambar 1.1 Grafis dari pengguna Instagram

PT Tri Sinergy Solution memiliki target pasar penggunaan Instagram yaitu tender atau perusahaan yang bergerak di media digital lainnya. PT Tri Sinergy Solution memiliki total 24 pengikut di akun Instagramnya.



Gambar 1.2 Instagram PT Tri Sinergy Solution

Saat ini sudah banyak perusahaan yang sudah mulai menggunakan Instagram atau media sosial lainnya untuk melakukan kegiatan komunikasi pemasaran untuk meningkatkan perekonomian mereka, sehingga mereka tumbuh perlahan dan terbiasa melakukan kegiatan komunikasi pemasaran melalui media sosial.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang periklanan , PT Tri Sinergy Solution mulai bersaing dengan perusahaan lain untuk menarik minat konsumen, apalagi di masa pandemi saat ini, sangat sulit untuk melakukan komunikasi pemasaran secara langsung, sehingga PT Tri Sinergy Solution menggunakan jejaring sosial. Media Instagram untuk melibatkan konsumen,yang ingin menggunakan produknya seperti billboard, videotron dan lain-lain

Berdasarkan penjelasan dan penjelasan di atas, maka masalah dan tujuan emisi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran PT Tri Sinergy Solution melalui media sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Selama Pandemi COVID-19 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang harus dicapai peneliti adalah:

Untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran PT Tri Sinergy Solution melalui Instagram untuk meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid-19.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Secara teori, peneliti berharap dapat menginformasikan perkembangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi khususnya strategi komunikasi pemasaran, PT Tri Sinergy Solution melalui media sosial Instagram untuk meningkatkan penjualan produk di masa pandemi COVID-19.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan mampu menjadi literatur kepustakaan.khususnya untuk jenis penelitian kualitatif yang berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial instagram

1.5 Sistematika Penelitian

Penelitian ini didasarkan pada struktur penulisan yang ditentukan dan dijelaskan secara sistematis, penelitian dapat dijelaskan dengan baik dan mudah difahami.

• BAB I PENDAHULUAN

Bab I merupakan bagian dari pendapat umum tentang masalah yang diteliti dan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan Masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

- **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bab II berisi teori, konsep dan pendekatan penelitian lebih lanjut.

Ini termasuk penelitian sebelumnya yang relevan, Pemahaman tentang literature review, framework dan teori pendukung lainnya.

- **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab III berisi tentang jenis-jenis metode penelitian dan komponen-komponen yang berkaitan dengan metode yang digunakan. Berbagai komponen tersebut berasal dari pendekatan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, serta lokasi dan program penelitian.

- **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab IV menjelaskan secara rinci penelitian penulis dan hasil wawancara, dokumentasi dan studi pustaka.

- **BAB V KESIMPULAN DAN USULAN**

Bab V berisi kesimpulan dan saran bagi penulis, bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan serta hasil penelitian yang dijelaskan dan saran di bagian akhir apa maksud dari jawaban masalah utama.

