

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan pembiayaan atau *multifinance* adalah industri yang memberikan dampak cukup signifikan untuk perekonomian Indonesia. Dikutip dari Kontan.co.id bahwa perusahaan pembiayaan berkontribusi bagi perekonomian Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat hingga Juni 2020 industri ini telah menyalurkan pembiayaan kepada para debitur dengan nilai piutang sebesar pembiayaan sebesar Rp 406,56 triliun (Dewi, 2020). Perusahaan pembiayaan terbaik di Indonesia salah satunya yaitu PT Adira Dinamika Multi Finance atau lebih dikenal dengan Adira Finance yang telah berdiri dari tahun 1990 dan mulai beroperasi pada tahun 1991. Perusahaan ini sudah memiliki aset diatas 30 triliun rupiah (Jay, 2021).

Adira Finance merupakan perusahaan pembiayaan yang melayani beragam pembiayaan seperti kendaraan bermotor baru maupun bekas, barang elektronik, *furniture*, kredit multiguna serta perjalanan Umrah (*Informasi Umum - Adira Finance, 2022*). Seiring berjalannya waktu semakin banyak perusahaan pembiayaan konsumen yang menjadi kompetitor Adira Finance, oleh karena itu terjadinya persaingan yang ketat antara satu perusahaan pembiayaan dengan perusahaan pembiayaan lainnya (Hidayat, 2019). Oleh karena itu dibutuhkan strategi supaya Adira Finance tetap bertahan dalam persaingan dengan kompetitor.

Salah satu strategi yang dilakukan Adira Finance untuk tetap bertahan adalah dengan cara menggunakan dan memanfaatkan salah satu media sosial yaitu Instagram sebagai salah satu strategi *social media marketing* dalam membangun *brand awareness* Adira Finance kepada masyarakat dan juga pengikut media sosial @adirafinanceid. Banyaknya perusahaan pembiayaan atau *multifinance* di Indonesia yang menjadi kompetitor Adira Finance. Berikut merupakan beberapa kompetitor Adira Finance di Indonesia, yaitu:

Tabel 1.1 Perbandingan Instagram Adira Finance Dengan Kompetitor

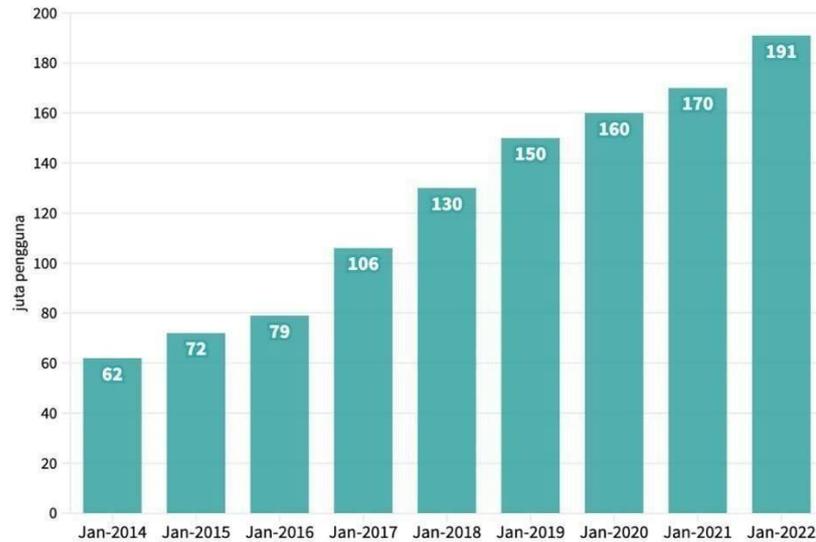
Nama Perusahaan	Username Instagram	Tahun Bergabung di Instagram	Usia Akun Media Sosial	Jumlah Postingan	Jumlah Followers	Engagement Rate
PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk.	@adirafinanceid	2015	8 tahun	1458	39.100	0.60%
PT Federal International Finance	@fifclub	2015	8 tahun	1592	117.000	0.24%
PT Radana Bhaskara Finance Tbk.	@radanafinance	2015	8 tahun	1491	14.400	0.04%
PT BCA Multi Finance	@bcamultifinance	2015	8 tahun	460	16.300	0.34%
PT Mandiri Tunas Finance	@mandiritunasfinance	2012	11 tahun	4793	21.800	0.09%

Sumber: (Phlanx, Olahan Peneliti, 2022)

Dilihat dari tabel data di atas, terlampir *username* Instagram, tahun bergabung di Instagram, usia akun media sosial, jumlah postingan, jumlah *followers* dan *engagement rate* dari Instagram Adira Finance yang bernama @adirafinanceid dan ke empat perusahaan kompetitor yaitu Federal International Finance (FIF) Club, Radana Bhaskara Finance, BCA Multi Finance, dan Mandiri Tunas Finance. Walaupun jumlah *followers* Instagram @adirafinanceid lebih sedikit dibandingkan PT Federal International Finance (FIF). Tetapi jika dilihat dari *engagement rate*, Adira Finance memiliki *engagement rate* pada media sosial Instagram paling tinggi dengan jumlah 0.60% dibandingkan kompetitor yang lain. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti mengenai strategi *social media marketing* melalui Instagram @adirafinance dalam membangun *brand awareness*.

Media sosial pada saat ini digunakan oleh seluruh masyarakat di dunia terutama di Indonesia. Pada Januari 2022, media sosial di Indonesia memiliki pengguna aktif sebanyak 191 juta orang. Pengguna aktif media sosial di Indonesia semakin meningkat dibandingkan tahun sebelumnya (Mahdi, 2022). Data pengguna media sosial di Indonesia dapat dilihat sebagai berikut:

Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia
(2015-2022)

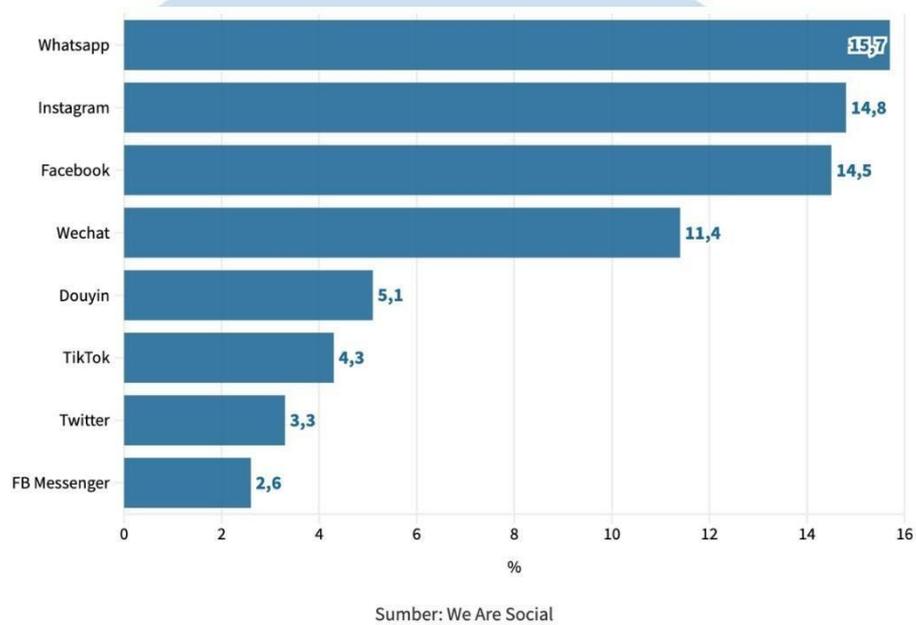


Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia

Sumber: *We Are Social*, 2022

Data tabel di atas menunjukkan terjadinya peningkatan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia seiring berjalannya waktu dari tahun ke tahun sejak tahun 2014 sampai pada tahun 2022. Pada saat ini tahun 2022 terjadi peningkatan pengguna aktif media sosial sebanyak 12.35% dibandingkan tahun sebelumnya yaitu tahun 2021. Pengguna aktif media sosial pada tahun 2021 sebanyak 170 juta orang dan pada tahun ini terjadinya peningkatan menjadi 191 juta orang. Berbagai media sosial yang digunakan masyarakat di pada saat ini yaitu WhatsApp, Line, Instagram, Youtube, Twitter, TikTok dan sebagainya.

Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan pada saat ini adalah Instagram. Media sosial Instagram berada pada peringkat kedua yang menjadi media sosial paling banyak digunakan oleh masyarakat di dunia. Peringkat pertama diduduki oleh media sosial WhatsApp, dilanjutkan oleh Instagram yang menduduki peringkat kedua. Data peringkat media sosial yang paling banyak digunakan dapat dilihat pada gambar di bawah ini, sebagai berikut:

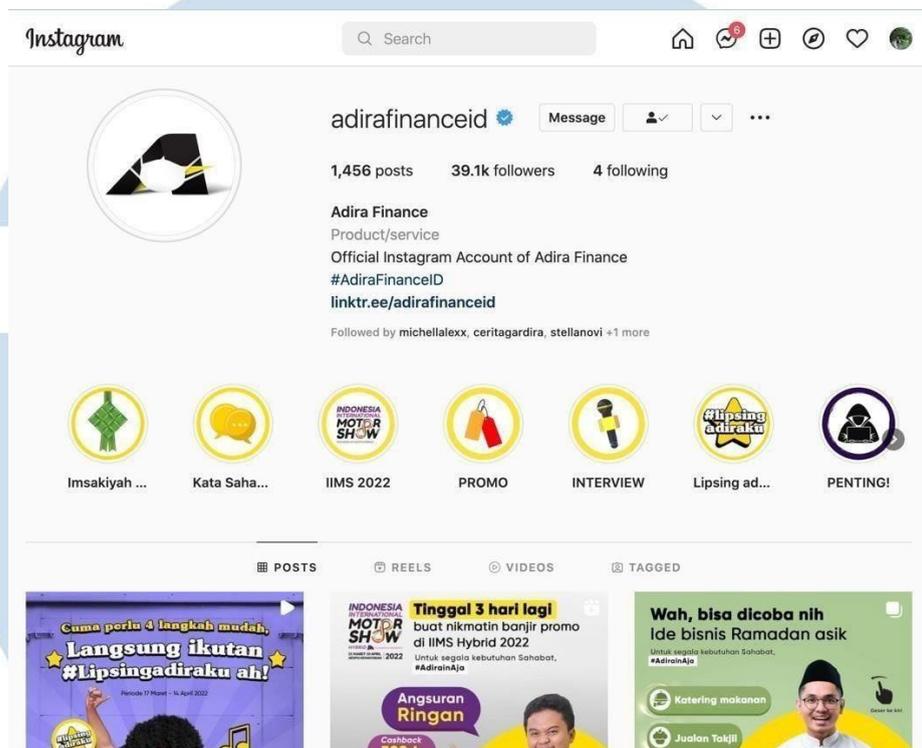


Gambar 1.2 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Dunia

Sumber: *We Are Social*, 2022

Dari data tabel di atas menunjukkan bahwa media sosial WhatsApp dengan persentase 15,7% menduduki peringkat pertama yang menjadi media sosial yang paling sering digunakan di dunia. Dilanjutkan oleh media sosial Instagram yang menduduki peringkat kedua dengan persentase sebesar 14,8%. Instagram adalah salah satu *platform* media sosial terbaik saat ini dalam menjalankan *social media marketing*. Instagram memiliki pengguna aktif hingga saat ini sebesar satu miliar menjadikan salah satu peluang bagi orang yang ingin membuat atau memulai suatu bisnis dalam mempromosikan bisnis mereka serta meningkatkan *brand awareness* dan menarik pelanggan baru (Rizaty, 2021).

Media sosial Instagram pada saat ini banyak digunakan oleh perusahaan atau pebisnis untuk membangun kesadaran, menjual, memasarkan, mengiklankan, mempromosikan produk dan jasa mereka secara *online*. Melalui media sosial Instagram dapat membuat peluang suatu perusahaan atau pebisnis *online* terbuka lebar untuk membangun kesadaran, memasarkan serta menjual produk atau jasa mereka kepada masyarakat (Dhifa Nabila., 2020). Oleh karena itu perusahaan Adira Finance menggunakan media sosial Instagram untuk membangun *brand awareness*.



Gambar 1.3 Media Sosial Instagram @adirafinance

Sumber: Instagram@adirafinanceid, 2022

Dari gambar di atas menunjukkan jumlah pengikut atau *followers* media sosial Instagram Adira Finance selama 8 tahun, sejak tahun 2015 yaitu sebanyak 39.100 serta jumlah postingan sebanyak 1.458. Tim media sosial Adira Finance selalu mengunggah postingan terbaru setiap harinya dengan berbagai konten-konten yang dibagikan melalui media sosial Instagram Adira Finance. Pada setiap postingan akun @adirafinanceid terdapat *link* yang akan mengarahkan ke *website*. *Link* yang tertera pada setiap postingan Instagram Adira Finance akan membantu meningkatkan *traffic website* Adira Finance. Serta pada setiap postingan juga terdapat logo OJK yang menyatakan bahwa Adira Finance sudah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sehingga pelanggan akan *aware* dan percaya untuk menggunakan jasa dari perusahaan Adira Finance. Adira Finance memiliki sapaan akrab kepada pengikut media sosial Instagram dan pelanggan Adira Finance yaitu Sahabat Adira. Berikut merupakan konten-konten yang dibagikan melalui media sosial Instagram Adira Finance:



Gambar 1.4 Konten Instagram @adirafinance

Sumber: Instagram@adirafinanceid, 2022

Instagram Adira Finance dengan nama @adirafinanceid sangat aktif dalam memberikan dan mengunggah konten-konten menarik dan bervariasi mulai dari *event* kemerdekaan Indonesia dengan mengadakan *challenge* TikTok yang berhadiah, Adira *Virtual Expo* (Adira *Talks*), *Event Festival Kreatif Lokal*, ucapan mengenai “Hari Pelanggan Nasional 2021”, dan lainnya yang beragam setiap harinya.

Pada setiap postingan Instagram @adirafinanceid terdapat gambar lingkaran kuning. Lingkaran kuning pada setiap postingan karena seperti warna logo pada Adira Finance. Warna kuning melambangkan seperti warna matahari yang akan selalu ter-*highlight*. Visual yang ada pada setiap postingan juga merupakan visual dari *shutterstock* ataupun *website* berbayar. Konten-konten yang diunggah oleh tim media sosial Adira Finance juga berbeda-beda setiap harinya serta fitur-fitur yang berbeda-beda juga seperti foto *feeds*, video *feeds*, IGTV dan juga Instagram *reels*. Tim media sosial Adira Finance selalu memberikan *feedback* seperti membalas komentar pada kolom komentar dari Sahabat atau pelanggan Adira Finance dengan baik dan sopan.



Gambar 1.5 *Feedback* Team Media Sosial @adirafinanceid

Sumber: Instagram Adira Finance @adirafinanceid

Pelanggan dan calon pelanggan Adira Finance dapat melihat dan menikmati konten-konten menarik yang diunggah oleh *team* media sosial Adira Finance. Selain melalui konten-konten yang diunggah, pemegang akun atau *team* media sosial @adirafinanceid juga sangat responsif dalam memberikan tanggapan atas komentar yang diajukan oleh pelanggan. Pada saat membalas komentar Sahabat atau pelanggan Adira Finance diharuskan menggunakan *wording*-an kalimat yang sudah disediakan yaitu ucapkan kata pembuka “salam sahabat”, terima kasih dan inisial nama yang membalas komentar pelanggan. Melalui media sosial Instagram Adira Finance memiliki beberapa tujuan salah satunya adalah membangun *brand awareness* kepada masyarakat dan pelanggan.

Dengan adanya penggunaan *social media marketing* yang dilakukan oleh Adira Finance melalui media sosial Instagram, peneliti ingin meneliti mengenai “Strategi *Social Media Marketing* Melalui Instagram @adirafinanceid Dalam Membangun *Brand Awareness*”

1.2 Rumusan Masalah

Persaingan perusahaan pembiayaan konsumen yang semakin hari semakin ketat, saling berlomba-lomba menarik calon pelanggan dan pelanggan untuk menggunakan jasa pembiayaan mereka. Adira Finance adalah perusahaan di bidang pembiayaan konsumen seperti kendaraan bermotor baru maupun bekas, barang elektronik, *furniture*, kredit multiguna serta perjalanan Umrah. Salah satu faktor terjadinya persaingan yang cukup kompetitif adalah strategi *social media marketing* melalui Instagram.

Salah satu media sosial pemasaran yang digunakan Adira Finance adalah Instagram, jumlah pengikut Instagram Adira Finance sampai saat ini memiliki sebanyak 39.100 pengikut. Adira Finance sering mengunggah beragam variasi konten menarik setiap harinya yang dapat membantu dalam membangun *brand awareness*. Oleh sebab itu, dari pernyataan di atas, penelitian ini akan membahas lebih dalam tentang strategi *social media marketing* melalui Instagram @adirafinance dalam membangun *brand awareness*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian tersebut adalah bagaimana strategi *social media marketing* melalui Instagram @adirafinanceid dalam membangun *brand awareness*?

1.4 Pertanyaan Penelitian

Setelah tahap pertanyaan penelitian, selanjutnya tujuan penelitian ini yang harus dicapai oleh peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *social media marketing* melalui Instagram @adirafinanceid dalam membangun *brand awareness*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Terdapat dua jenis kegunaan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.5.1 Kegunaan Akademis

Adanya kegunaan akademis dalam penelitian ini yaitu dapat menjadi referensi mengenai strategi yang akan digunakan oleh peneliti selanjutnya mengenai penelitian kualitatif pada bidang Ilmu Komunikasi mengenai strategi *social media marketing* melalui Instagram @adirafinance dalam membangun *brand awareness*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dalam penelitian ini, bisa digunakan sebagai bahan evaluasi bagi Adira Finance ke depannya mengenai strategi *social media marketing* yang akan diterapkan dalam membangun *brand awareness* melalui media sosial Instagram @adirafinance. Peneliti mengharapkan semua hasil temuan, saran maupun kritik yang akan dijabarkan pada bab selanjutnya dapat membantu Adira Finance mengenai bagaimana menerapkan strategi *social media marketing* Adira Finance melalui Instagram @adirafinanceid dalam membangun *brand awareness*. Selain Adira Finance peneliti mengharapkan penelitian ini juga berguna bagi perusahaan atau *brand* lain di sektor pembiayaan konsumen.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menemukan adanya keterbatasan yaitu penelitian ini dilaksanakan pada saat pandemi Covid-19, sehingga membatasi dan menyulitkan peneliti dalam melakukan pengumpulan data dengan cara *in-depth interview* dikarenakan adanya penerapan *social distancing*. Peneliti juga menemukan adanya keterbatasan lainnya yaitu peneliti hanya meneliti mengenai media sosial Instagram saja, sedangkan Adira Finance memiliki berbagai media sosial lainnya seperti Twitter, Youtube, Facebook dan lain-lain.