

BAB I

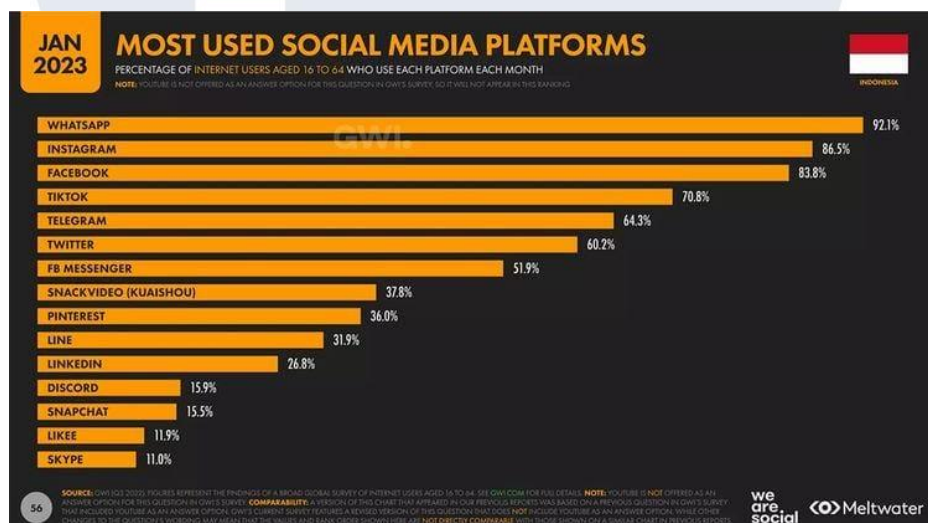
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era teknologi dan industri media yang cukup pesat saat ini memiliki dampak yang signifikan pada masyarakat. Fenomena ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari kehidupan kita sekarang, karena industri media berkembang dari media konvensional menjadi media digital sebagai hasil dari kemajuan teknologi saat ini. Kemajuan dalam teknologi komunikasi dan informasi telah mengubah lanskap industri komunikasi dengan menggabungkan media konvensional dengan perkembangan teknologi komunikasi. Contohnya dapat ditemukan dalam industri media cetak di Indonesia, dimana mereka memanfaatkan teknologi komunikasi dengan menciptakan portal berita *online*. Hal tersebut dapat dilihat dari tren pengguna internet dan media sosial yang disebutkan oleh *Digital Reports* pada tahun 2021 di Indonesia yang memiliki total populasi 274,9 juta penduduk, pengguna internet 202,600 juta atau sekitar 73,7% dari populasi di masyarakat Indonesia, serta yang menggunakan media sosial secara aktif yaitu 170 juta atau sekitar 61,8% (Kemp, 2021).

Hal tersebut dapat dikatakan sebagai kemajuan teknologi yang tidak dapat dipisahkan dengan kegiatan masyarakat, selain itu, dapat dilihat dari waktu pengguna internet di Indonesia yang menghabiskan waktu rata rata menggunakan internet selama 8 jam, 52 menit, serta penggunaan media sosial selama 3 jam, 41 menit, dan membaca portal berita online selama 1 jam 38 menit (Kemp, 2021). Kemajuan internet khususnya dalam *social media* menjadikan perubahan berperilaku perorangan dalam menentukan barang atau produk diinginkan, sebanyak 59% yang menggunakan internet di Indonesia secara aktif di social media (Kemp, 2020) hal ini dimanfaatkan oleh masyarakat luas untuk melakukan transaksi jual beli secara digital. Media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet dengan menggunakan teknologi web.2.0 yang memungkinkan pertukaran dan penciptaan *user-generated content* (Andreas & Haenlein, 2017).

Saat ini berbagai media sosial tidak dapat dipisahkan dalam keseharian, berbagai *platform* yang hadir dimanfaatkan untuk mengakses informasi. Dapat dilihat pengguna social media di Indonesia salah satunya pada platform Instagram yang dimana menduduki posisi kedua sebagai *platform* yang banyak digunakan. Dilansir dari Kompas.com (Riyanto, 2023) menurut data We Are Social di tahun 2023 Instagram memiliki persentase dengan jumlah 86,5%, Instagram sendiri memiliki berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan. Fitur yang dapat dimanfaatkan yaitu seperti Instagram *Stories*, Instagram *feeds*, Instagram *Reels*, Serta Instagram *shopping*. Dari hal tersebut Instagram diharapkan mampu menjadi *platform* yang tepat dalam kegiatan penyebaran informasi.



Gambar 1.1 Data *social media* yang paling banyak digunakan 2023

Sumber: We are social (2023)

Social media marketing ialah kegiatan perusahaan atau sebuah bisnis yang dapat memanfaatkan jejaring sosial untuk memasarkan dan memperkenalkan produk dan jasa layanannya ke pengguna sosial media lainnya. *Social media marketing* bermanfaat untuk menyediakan tempat untuk perusahaan dalam menyajikan produk atau layanan yang disediakan mereka sediakan kepada pelanggan tetapi juga untuk mendengarkan keluhan dan saran (Neti, 2011). Penggunaan *social media marketing* juga dapat dianggap lebih menghemat biaya dibandingkan penggunaan media

konvensional, sebab *social media* menyediakan penggunaan secara gratis. Dalam berkegiatan *social media marketing* hingga tulisan ini dibuat masih terdapat perusahaan yang menggunakan meningkatkan kegiatan *public relations* perusahaan serta meningkatkan *brand awareness* perusahaan.

Dari fenomena tersebut salah satu perusahaan yaitu PT Merah Putih Media, menghadirkan media kawasan yaitu Side.id yang berdiri sejak 2018. Side.id memberikan informasi seputar kawasan Gading Serpong, BSD, dan Alam Sutera. Memiliki fokus pada publikasi berupa berbagai promo, *event*, kuliner, property, transportasi, hingga kebijakan yang terdapat di wilayah tersebut. Namun dengan kehadiran Side.id yang dapat dikatakan baru, meningkatkan kesadaran merek atau *brand awareness* dibutuhkan. Side.id adalah sebuah perusahaan media online yang belum terlalu lama menjalankan operasinya dan masih memerlukan dukungan dari platform media sosial agar dapat dikenal oleh masyarakat. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan tingkat kesadaran merek.

Pemilihan Side.id dalam penelitian ini, yaitu dimana melihat adanya media kawasan yang hadir dalam memberikan informasi yang ada di seputar kawasan memiliki berbagai *content* yang disajikan. Dalam mengembangkan suatu *content* tentunya tidak terlepas dari perencanaan yang salah satu caranya yaitu melalui *content pillar*. *Content pillar* yaitu dimana panduan yang berisi informasi penting dari strategi *content*, bertujuan untuk menyediakan informasi yang dinilai penting agar para pembaca mendapatkan informasi yang mereka cari (Aini, 2022).

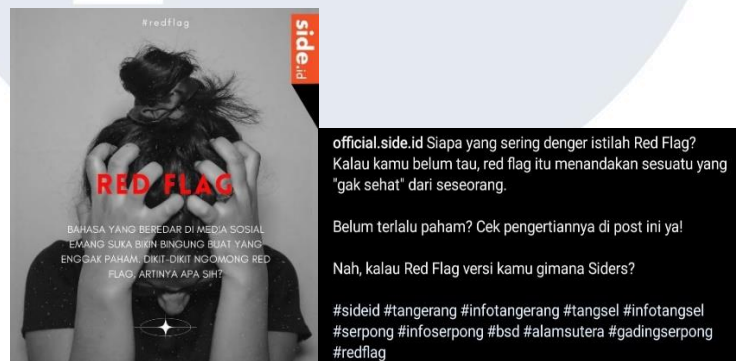
Side.id memiliki *content pillar* yang dapat dikategorikan dalam *functional content*, *educative content*, *creative content*, *agile content*. *Functional content* Side.id yaitu memberikan informasi berupa promosi, *educative content* yaitu memuat infografis yang mudah diterima oleh *audience*, *agile content* berisikan informasi yang berhubungan dengan hari besar seperti hari keagamaan.



Gambar 1.2 *content pillar* Side.id

Sumber : Instagram @official.side.id, 2023

Dalam kategori *functional content* ini, *content* yang diinformasikan berupa promosi yang sedang berlangsung, menginformasikan mengenai promosi secara lengkap dan memiliki *copywriting* yang bersifat mengajak para *audience*.



Gambar 1.3 *content pillar* Side.id

Sumber : Instagram @official.side.id, 2023

Pada *content pillar* kategori *educative content*, berisikan mengenai informasi berupa artikel singkat yang mudah diserap dengan berisikan topik yang ringan serta informatif. Salah satunya yang dibahas dalam *content* diatas yaitu istilah *Red Flag*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1.4 *content pillar* Side.id

Sumber: Instagram @official.side.id, 2023

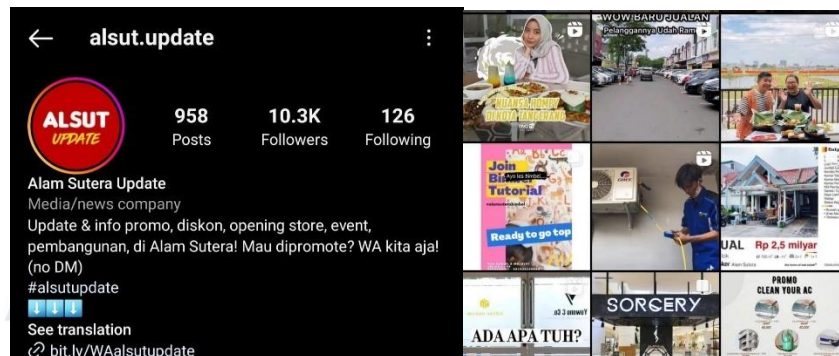
Pada *content pillar* kategori *creative content*, Side.id memuat informasi yang berisikan mengenai content yang bersifat membawa imajinasi audiens sehingga mampu menggerakkan audience untuk mencari tahu lebih mengenai produk yang sedang diinformasikan. Salah satunya yang dikemas oleh Side.id yaitu *content* yang dinamai dengan OG, memiliki arti “oh gitu” *content creative* ini memberikan informasi yang disampaikan melalui pendekatan yang ringan.



Gambar 1.5 *Content pillar* Side.id

Sumber : Instagram @official.side.id, 2023

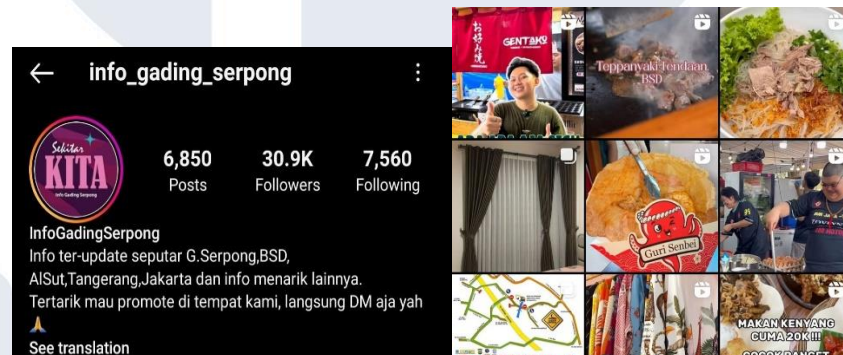
Pada kategori *agile content* salah satunya yaitu memuat isu yang sedang ramai diperbincangkan. Salah satu *content* yang disajikan yaitu berisikan mengenai *content* yang memuat perayaan keagamaan.



Gambar 1.6 Kompetitor Side.id

Sumber : Instagram @alsut.update, 2023

Terdapat kompetitor Side.id yang dimana memiliki pembahasan serupa dengan Side.id, salah satunya adalah akun @alsut.update yang dimana memiliki *followers* berjumlah 10.300 yang menyebarkan informasi mengenai promo, event, pembangunan di Alam Sutera.



Gambar 1.7 Kompetitor Side.id

Sumber : Instagram @info_gading_serpong, 2023

Kompetitor yang kedua adalah akun @info_gading_serpong dimana memiliki pengikut sebanyak 30.900 yang menyajikan informasi berupa kegiatan seputar wilayah Gading Serpong, BSD, Alam Sutera, Tangerang, dan Jakarta.

Merah Putih Media melihat peluang dengan mengembangkan media kawasan Side.id dengan melihat peluang yang ada dimana kebutuhan informasi pada kawasan dibutuhkan oleh khalayak dalam lingkup kawasan maupun lingkup luar kawasan.

Dalam akun Instagram Side.id, ditemukan kegiatan komunikasi dengan tujuan meningkatkan *brand awareness*. Side.id juga memanfaatkan Instagram dalam membantu meningkatkan *brand awareness* melalui interaksi dalam akun instagramnya. *Brand awareness* adalah tingkat kemampuan seseorang untuk mengingat dan mengidentifikasi satu merek. Hal ini dapat diukur melalui tingkat kemampuan seseorang dalam mengingat merek tertentu dan mengidentifikasi merek tersebut dari sekumpulan merek lainnya (Kotler & Keller, p. 346).

Dari hal tersebut pemilihan Side.id sebagai topik pembahasan yaitu dengan melihatnya potensi yang ada di seputar kawasan, yang dimana memiliki berbagai aktivitas yang menarik diharapkan mampu memberikan informasi yang dapat digunakan oleh khalayak dalam melihat berbagai kebutuhan yang ada, penyajian *content* yang menarik dan informatif diharapkan dapat membangun kesadaran terhadap Side.id itu sendiri.



Gambar 1.8 profil Instagram Official Side.id

Sumber : Instagram @official.side.id, 2023

Side.id melakukan kegiatan melalui Instagram dengan membagikan berbagai konten seputar kawasan Alam Sutera, BSD, Gading Serpong. Konten adalah faktor

yang dapat mempengaruhi dalam kegiatan *social media marketing* dikarenakan dibutuhkannya komitmen. Dalam unggahan foto, terdapat informasi lengkap mengenai promo, *event*, kuliner, edukasi, *property*, transportasi, hingga kebijakan yang terdapat di ketiga wilayah tersebut. *Caption* yang dibuat juga memberikan informasi untuk membantu *followers* semakin mudah dalam memahami informasi yang diberikan.



Gambar 1.9 *Content* Instagram Official Side.id
Sumber : Instagram @official.side.id, 2023

Dari penggunaan Instagram @official.side.id, Side.id dapat dijalankannya kegiatan *social media marketing* untuk membangun brand awareness sebab saat ini penggunaan media sosial dalam kegiatan pemasaran cukup efektif untuk diterapkan. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis mengambil judul penelitian *strategi social media marketing* dalam meningkatkan *brand awareness*

1.2 Rumusan Masalah

Seiring perkembangan media online di Indonesia khususnya di Tangerang Selatan untuk wilayah Gading Serpong, BSD, dan Alam Sutera perlu adanya awareness yang dibangun antara perusahaan sebagai media online yang baru dengan konsumen. Side.id merupakan perusahaan yang tergolong baru dalam media online.

Memfaatkan *social media* dapat digunakan perusahaan untuk banyak menyampaikan informasi serta untuk media promosi dengan cara yang lebih mudah.

Social media marketing adalah sarana penyampaian informasi kepada para pengunanya. Penyampaian informasi melalui @official.side.id memiliki tujuan untuk memberikan informasi dan promosi melalui konten pada media sosial yang digunakan. Platform Instagram adalah salah satu media sosial yang dapat digunakan oleh beberapa perusahaan. Penggunaan Instagram adalah hal yang cukup penting, maka perusahaan harus memahami agar penggunaannya dapat efektif. Penggunaan social media marketing bermanfaat untuk meningkatkan brand awareness dan user engagement serta hemat dalam budget.

Side.id menjadikan social media Instagram menjadi salah satu tempat dalam membangun brand awareness melalui konten yang telah dibuat secara menarik dan menyampaikannya secara dengan jelas. Dalam penelitian ini akan melihat apa saja strategi social media marketing yang telah dilakukan oleh Side.id melalui media sosial Instagram @official.side.id dalam meningkatkan *brand awareness*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan di atas, pada penelitian ditemukan pertanyaan penelitian bagaimana strategi *social media marketing* Side.id yang diterapkan oleh media sosial @official.side.id dalam meningkatkan *brand awareness* ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, yang telah ditemukan peneliti di atas dengan tujuan penelitian ini akan mengetahui bagaimana strategi social media marketing Side.id dalam meningkatkan *brand awareness* pada media sosial Instagram @official.side.id.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi secara akademik bagi pengembangan ilmu komunikasi mengenai strategi yang dapat digunakan dalam menggunakan sosial media yang saat ini memiliki banyak pengguna dalam hal meneliti dalam meningkatkan brand awareness perusahaan dengan *customer*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk menjadi referensi bagi perusahaan yang berjalan di bidang media online khususnya Side.id mengenai seberapa penting membuat strategi social media marketing melalui media sosial khususnya Instagram, selain itu juga penelitian ini ingin menunjukkan bahwa social media marketing melalui media sosial juga dapat membantu perusahaan dalam membangun brand awareness.

1.5.3 Keterbatasan Penelitian

Side.id memiliki beberapa *platform* seperti sosial media Instagram, Facebook, Twitter, Youtube dan Website untuk melakukan kegiatan *social media marketing*. Namun, memiliki keterbatasan dalam penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian berfokus pada media sosial Instagram @official.side.id.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA