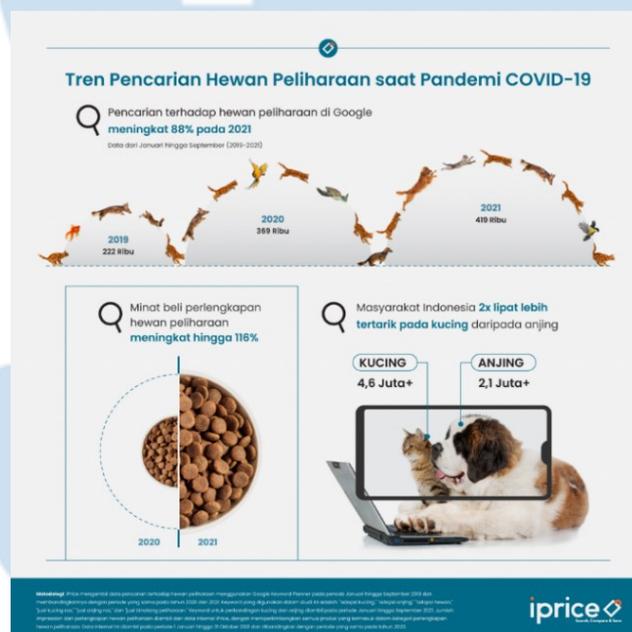


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Skenario pandemi Covid-19 yang mengharuskan masyarakat untuk melakukan seluruh aktivitas dari rumah, membuat masyarakat memiliki banyak waktu luang untuk memelihara dan juga membangun hubungan dengan hewan peliharaan mereka. Banyaknya waktu yang dihabiskan masyarakat dengan hewan peliharaan mereka, menggeser perilaku *pet ownership* menjadi *pet parenting* dimana mereka tidak lagi bertindak sebagai pemilik, melainkan memandang hewan peliharaan mereka sebagai anggota keluarga yang perlu diperhatikan kesehatannya.



Gambar 1.1 Tren Pencarian Hewan Peliharaan Saat Pandemi Covid-19

Sumber: IPrice.co.id (2021)

Pergeseran perilaku dari *pet ownership* menjadi *pet parenting* ini membuat para pemilik berlomba-lomba memberikan produk atau layanan terbaik untuk menunjang kesehatan hewan peliharaan mereka. Riset yang dilakukan iPrice menemukan bahwa pada tahun 2021, minat beli perlengkapan hewan meningkat drastis hingga mencapai 116% lebih tinggi dibandingkan tahun 2020. Hal ini tentu sangat mempengaruhi pertumbuhan industri hewan peliharaan atau *pet economy*.

Dikutip dari LandX, Future Marketing Insight mengatakan bahwa valuasi *pet care market* tahun 2021 di Indonesia mencapai US\$1,909.1 juta, dengan makanan hewan peliharaan atau *pet food* sebagai penguasa pangsa pasar. Hal ini tentu sangat wajar, mengingat makanan merupakan kebutuhan pokok bagi seluruh makhluk hidup termasuk hewan peliharaan.

Dikutip dari agriculture.canada.ca, negara Indonesia menduduki peringkat kedua dalam pasar makanan hewan ASEAN dengan pembelian mencapai US\$370.6 juta di tahun 2021. Pembelian untuk kategori *dog food* sendiri meningkat hingga US\$172.6 juta pada tahun 2021, dengan *compound annual growth rate* (CAGR) sebesar 23,2% dari tahun 2016 hingga 2021. Dalam kategori *dog food* ini, *dry dog food* memegang peringkat kedua dengan pembelian mencapai US\$149.4 juta pada tahun 2021. Peningkatan pembelian *dry dog food* ini memiliki *compound annual growth rate* (CAGR) sebesar 25,1% dari tahun 2016 hingga 2021.

Melihat pertumbuhan industri hewan peliharaan yang sangat menjanjikan, perusahaan penyedia makanan hewan tentu tidak menyia-nyaiakan kesempatan emas ini. Banyak perusahaan berbondong-bondong melakukan inovasi untuk dapat menunjang tren *pet parenting* yang sedang berkembang. Salah satu inovasinya adalah produk *grain free dog food*, yaitu produk makanan anjing tanpa biji-bijian. Inovasi ini merupakan inovasi yang sangat sejalan dengan tren *pet parenting*, karena makanan *grain free dog food* ini dapat menunjang kebutuhan nutrisi dari anjing peliharaan dan menjaga kesehatan anjing peliharaan lebih dari makanan anjing peliharaan pada umumnya. Tidak hanya itu, *grain free dog food* juga memiliki protein yang lebih tinggi, sehingga dapat membuat anjing peliharaan lebih berenergi.

Salah satu perusahaan yang melakukan inovasi untuk menunjang tren *pet parenting* dengan meluncurkan produk *grain free dog food* adalah PT Harapan Maju Indah yang berdiri sejak tanggal 31 Januari 2001. PT Harapan Maju Indah ini bekerja sama dengan *Austrade Commissioner* untuk mendistribusikan makanan, suplemen, obat-obatan, dan aksesoris hewan peliharaan dari merek Best In Show yang berasal dari negara Australia. Merek Best In Show sendiri memiliki banyak

kategori produk baik untuk anjing, kucing, maupun hewan kecil seperti kelinci, hamster dan kura-kura. Beberapa produk dari merek Best In Show ini adalah Good Dog, Prime Choice, Eureka, Professional, Super Cat, Origin, Optima, Pet Forest, Morning Sun dan produk lainnya. Namun dalam karya tugas akhir ini, penulis hanya fokus untuk merancang *social media content* #KeepThemHealthy #LoveThemWithQuality dari produk Good Dog varian Grain Free yang hingga saat ini masih dipandang target audiens sebagai makanan khusus anjing peliharaan yang memiliki alergi ataupun sensitif terhadap bahan makanan tertentu.

*Social media content* #KeepThemHealthy #LoveThemWithQuality untuk produk Best In Show Good Dog Grain Free ini penting untuk dirancang karena banyak perusahaan penyedia makanan hewan peliharaan, termasuk PT Harapan Maju Indah memperkenalkan produk *grain free dog food* sebagai makanan untuk anjing yang memiliki perut sensitif, gangguan pencernaan, memiliki alergi terhadap biji-bijian, dan mengalami obesitas. Contohnya adalah dari *brand* kompetitor PT Harapan Maju Indah yaitu *brand* Instinct, Happy Dog, dan Nature's Protect. Pengenalan produk yang dilakukan oleh kebanyakan perusahaan penyedia makanan hewan peliharaan ini, membuat pemilik hewan peliharaan memandang semua makanan anjing peliharaan dengan label *grain free dog food* merupakan makanan khusus untuk anjing yang memiliki alergi atau sensitif terhadap bahan makanan tertentu, sehingga angka penjualan produk menjadi terbatas.



Gambar 1.2 Konten Promosi *Grain Free Dog Food* dari *Brand* Kompetitor

Sumber: Media Sosial Instagram (2023)

Ketiga *brand* kompetitor dari PT Harapan Maju Indah ini mempublikasikan konten promosi pada media sosial Instagram yang memperkenalkan produk *grain free dog food* sebagai makanan untuk anjing peliharaan yang memiliki perut sensitif, alergi, ataupun masalah pencernaan. Dapat dilihat pada gambar pertama di atas, bahwa *brand* Instinct mengunggah konten dengan *caption* “Baik untuk anjing yang memiliki gangguan pencernaan atau penyerapan makanan”. Sedangkan pada gambar kedua di atas, *brand* Happy Dog mempublikasikan konten informatif yang memberikan informasi bahwa waktu terbaik untuk beralih menggunakan *grain free dog food* adalah ketika anjing peliharaan memiliki alergi terhadap biji-bijian. Pada gambar ketiga di atas, *brand* Nature’s Protect juga mempublikasikan konten dengan *caption* pembuka “Memiliki hewan dengan masalah alergi dan pencernaan?”.

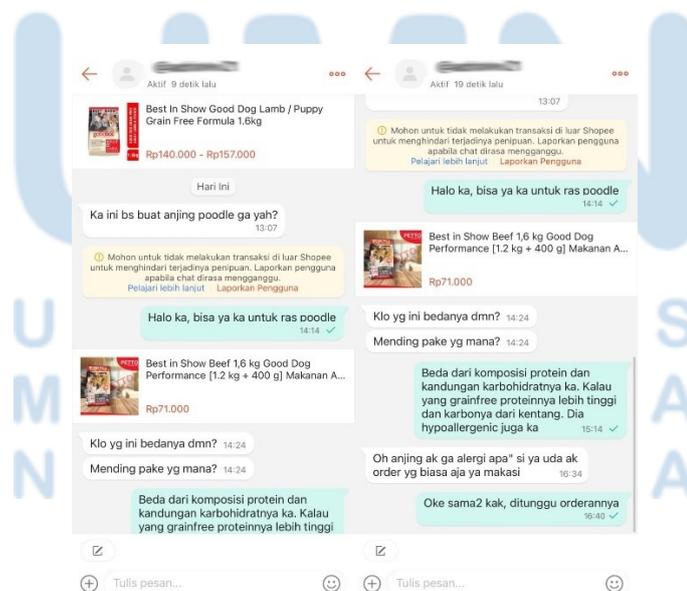
Konten yang dipublikasikan oleh ketiga *brand* ini untuk memperkenalkan produk *grain free dog food*, membuat pelanggan memandang bahwa produk makanan anjing peliharaan dengan label *grain free dog food* merupakan makanan khusus yang harus mereka beli jika anjing peliharaan mereka memiliki sensitifitas terhadap bahan makanan tertentu. Sehingga jika pemilik merasa bahwa hewan peliharaan mereka tidak memiliki sensitifitas apapun terhadap bahan makanan tertentu, maka produk *grain free dog food* ini tidak akan masuk dalam pilihan makanan yang akan dipilih.



Gambar 1.3 Konten Promosi Best In Show Good Dog Grain Free PT Harapan Maju Indah

Sumber: Data Penulis (2023)

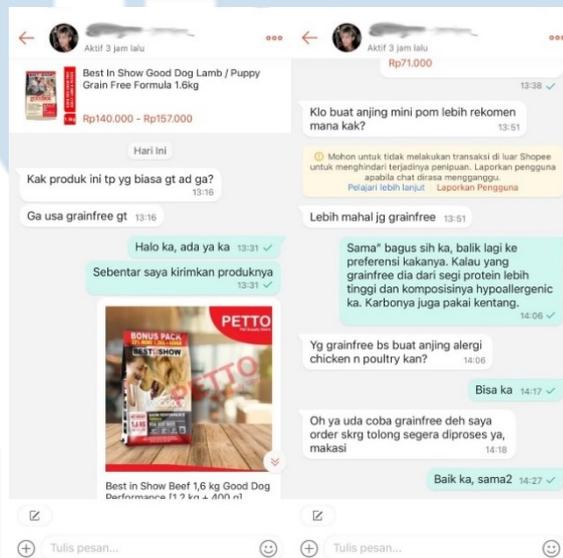
Publikasi konten yang dilakukan oleh para penyedia makanan hewan peliharaan seperti *brand* Instinct, Happy Dog, dan Nature's Protect terkait produk *grain free dog food* sebagai makanan khusus untuk anjing peliharaan dengan sensitivitas terhadap bahan makanan tertentu, membuat PT Harapan Maju Indah memanfaatkan publikasi konten tersebut sebagai referensi dalam mempublikasikan konten untuk produk Best In Show Good Dog Grain Free sebagai makanan khusus untuk anjing peliharaan yang memiliki alergi terhadap bahan makanan tertentu. Dalam gambar di atas dapat dilihat bahwa PT Harapan Maju Indah mempublikasikan konten informatif yang mengedukasi pelanggan bahwa mereka harus beralih menggunakan produk Best In Show Good Dog Grain Free ketika anjing peliharaan mereka memiliki alergi terhadap biji-bijian. Tidak hanya itu, PT Harapan Maju Indah juga mempublikasikan konten tersebut dengan *caption* yang mengunggulkan produk Best In Show Good Dog Grain Free sebagai makanan anjing peliharaan yang dapat mencegah obesitas, mengurangi risiko alergi, dan mencegah kesehatan sistem pencernaan. Pandangan terhadap produk Best In Show Good Dog Grain Free sebagai makanan khusus untuk anjing peliharaan yang memiliki sensitivitas atau alergi terhadap bahan makanan tertentu sangat mempengaruhi keputusan pembelian calon pelanggan.



Gambar 1.4 Percakapan Terkait Produk Best In Show Good Dog Grain Free

Sumber: Data Penulis (2023)

Dalam gambar di atas, dapat dilihat bahwa calon pelanggan memutuskan untuk membeli produk Good Dog Performance yang merupakan *non grain free dog food* karena calon pelanggan merasa bahwa anjing peliharaannya tidak memiliki sensitivitas atau alergi terhadap bahan makanan apapun. Keputusan pelanggan untuk membeli produk *non grain free dog food* ini terjadi karena calon pembeli memandang produk Best In Show Good Dog Grain Free sebagai makanan untuk anjing yang memiliki alergi atau sensitivitas terhadap bahan makanan, sehingga jika anjing peliharaannya tidak memiliki alergi apapun, calon pelanggan tidak merasa adanya urgensi atau kebutuhan untuk melakukan pembelian dan mencoba produk *Best In Show Good Dog Grain Free*.



Gambar 1.5 Percakapan Terkait Produk Best In Show Good Dog Grain Free  
Sumber: Data Penulis (2023)

Sama seperti gambar sebelumnya, gambar di atas juga menunjukkan percakapan perusahaan dengan pelanggan terkait produk Best In Show Good Dog Grain Free. Dalam percakapan di atas, pelanggan awalnya menginginkan produk Good Dog Performance yang merupakan *non grain free dog food* untuk anjing peliharaannya. Namun pada akhir percakapan, pelanggan memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap produk Best In Show Good Dog Grain Free karena anjing peliharaannya memiliki alergi terhadap kandungan daging ayam (*chicken*) dan unggas (*poultry*). Sangat besar kemungkinan calon pelanggan tidak jadi membeli

produk Best In Show Good Dog Grain Free jika anjing peliharaannya tidak memiliki alergi terhadap kandungan daging ayam dan unggas.

|      | C | D | E | F | G                                  | H |
|------|---|---|---|---|------------------------------------|---|
| 2194 |   |   |   |   | Bully Power Junior [11.33 Kg] Lamb | 2 |
| 2195 |   |   |   |   | Leandro Dog 20 kg                  | 1 |
| 2196 |   |   |   |   | Bully Power Junior [11.33 Kg] Lamb | 1 |
| 2197 |   |   |   |   | Prime Choice Beef 18 Kg            | 1 |
| 2198 |   |   |   |   | Good Dog Grain Free Adult Lamb     | 1 |

Gambar 1.6 Data Penjualan Produk Best In Show Good Dog Grain Free  
Sumber: Data Penulis (2023)

Pandangan target audiens terhadap produk Best In Show Good Dog Grain Free ini sangat mempengaruhi keputusan pembelian calon pelanggan yang berimbas pada rendahnya angka penjualan produk. Gambar di atas merupakan data penjualan produk Best In Show Good Dog Grain Free pada platform *E-Commerce* periode Januari hingga Oktober 2023. Di mana dalam 10 bulan terakhir ini, produk Best In Show Good Dog Grain Free hanya terjual sebanyak 3 buah.

|    | C | D | E | F | G                      | H |
|----|---|---|---|---|------------------------|---|
| 44 |   |   |   |   | BISFRONT 5ml           | 2 |
| 45 |   |   |   |   | BIS cat Sand Mocha 12L | 2 |
| 46 |   |   |   |   | Leandro Dog Lamb 20 Kg | 1 |
| 47 |   |   |   |   | BISFRONT 5ml           | 1 |
| 48 |   |   |   |   | Good Dog Puppy 1,6kg   | 1 |

Gambar 1.7 Data Penjualan Produk Good Dog varian *Non Grain Free*  
Sumber: Data Penulis (2023)

Berbeda dengan produk Best In Show Good Dog Grain Free yang hanya terjual 3 produk selama 10 bulan terakhir, produk Good Dog varian *non grain free* telah terjual hingga 647 produk selama periode Januari hingga Oktober 2023. Hal ini

menunjukkan bahwa pelanggan belum mempertimbangkan produk Best In Show Good Dog Grain Free sebagai pilihan makanan untuk anjing peliharaan mereka. Pandangan bahwa produk Best In Show Good Dog Grain Free ini merupakan makanan untuk anjing peliharaan yang memiliki sensitifitas terhadap bahan makanan tertentu membuat tidak adanya urgensi bagi para calon pelanggan untuk mencoba atau mempertimbangkan produk Best In Show Good Dog Grain Free sebagai pilihan makanan yang lebih bernutrisi dan sehat.

Melalui data di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang dibentuk oleh PT Harapan Maju Indah melalui perancangan *social media content* untuk produk Best In Show Good Dog Grain Free, belum tepat dalam menarik perhatian target audiens dan meningkatkan urgensi target audiens untuk mencoba atau membeli produk Best In Show Good Dog Grain Free.

Padahal inovasi Best In Show Good Dog Grain Free ini sangat sejalan dengan tren *pet parenting* yang sedang berkembang di kalangan para pemilik hewan peliharaan. Hal ini karena produk Best In Show Good Dog Grain Free merupakan produk makanan anjing bebas biji-bijian yang diciptakan dengan mempertimbangkan gizi serta nutrisi yang sesuai untuk menunjang kesehatan anjing ras kecil sampai sedang. Produk Best In Show Good Dog Grain Free ini sangat cocok untuk menjaga keseimbangan nutrisi yang masuk ke dalam perut anjing peliharaan, karena diperkaya dengan vitamin dan mineral yang dapat membantu menjaga sistem kekebalan tubuh, omega 3 dan 6 yang dapat membantu menjaga kesehatan kulit dan bulu, serta mengandung probiotik yang dapat meningkatkan pertumbuhan bakteri baik di usus serta menjaga kesehatan pencernaan anjing. Tidak hanya itu, produk Best In Show Good Dog Grain Free ini juga dapat membuat anjing peliharaan lebih berenergi karena kadar protein yang ada dalam produk lebih tinggi dari produk makanan hewan pada umumnya.

Melihat *awareness* target audiens yang rendah terhadap produk Best In Show Good Dog Grain Free sebagai pilihan makanan anjing yang lebih sehat untuk menunjang kebutuhan nutrisi sekaligus kesehatan anjing peliharaan., maka

perancangan *social media content* #KeepThemHealthy #LoveThemWithQuality penting untuk dilakukan. *Social media content* yang dirancang ini akan memanfaatkan tipe *organic social media content* yang diunggah pada Instagram.

Dikutip dari Forbes.com, *organic social media content* merupakan konten media sosial tidak berbayar seperti Instagram *Posts*, Instagram *Videos*, dan Instagram *Stories* yang memungkinkan target audiens, baik itu pelanggan lama maupun calon pelanggan, menemukan konten tersebut secara alami tanpa dukungan berbayar seperti fitur Instagram Ads. *Engagement* yang akan dihasilkan dari *organic social media content* akan bersifat alami dan natural, sehingga ide konten, pesan, kreatifitas, penggunaan *hashtags*, dan jadwal unggahan menjadi poin utama yang harus diperhatikan agar *engagement* dapat terbangun secara maksimal.

Karya yang akan dirancang merupakan *social media content* #KeepThemHealthy #LoveThemWithQuality dengan memanfaatkan tipe *organic social media content* yang diunggah pada *platform* Instagram, dengan tujuan menghubungkan perusahaan dan pelanggan. *Social media content* #KeepThemHealthy #LoveThemWithQuality dengan memanfaatkan *platform* Instagram ini dianggap tepat karena konten yang dirancang dapat menjangkau target pasar yang luas namun minim biaya, tidak seperti strategi pemasaran konvensional yang membutuhkan biaya lebih besar untuk menjangkau target audiens yang lebih luas.

Melalui karya ini diharapkan produk Best In Show Good Dog Grain Free dapat mulai dilihat target audiens sebagai pilihan makanan yang lebih sehat dan bernutrisi bagi anjing peliharaan, sehingga tercipta urgensi untuk melakukan pembelian. Karya ini juga diharapkan dapat menonjolkan produk Best In Show Good Dog Grain Free diantara produk *grain free* milik kompetitor, sebagai produk yang lebih sehat untuk menunjang kebutuhan nutrisi dan kesehatan anjing peliharaan.

## 1.2 Tujuan Karya

Berdasarkan latar belakang di atas, perancangan tugas akhir *social media content* #KeepThemHealthy #LoveThemWithQuality untuk produk Best In Show

Good Dog Grain Free dari PT. Harapan Maju Indah memiliki tujuan untuk membangun *awareness* terhadap produk Best In Show Good Dog Grain Free hingga mencapai tingkatan *brand recognition* dalam piramida *brand awareness*, sebagai produk makanan anjing yang lebih sehat dan kaya akan nutrisi untuk menunjang kebutuhan gizi serta kesehatan anjing peliharaan.

### **1.3 Kegunaan Karya**

Berdasar latar belakang dan tujuan di atas, karya ini diharapkan dapat menjadi solusi dari masalah yang dialami oleh perusahaan, khususnya dalam menciptakan pesan komunikasi yang sesuai dengan target audiens. Selain itu, kegunaan karya ini pun adalah sebagai berikut:

#### **1.3.1 Kegunaan Akademis**

Karya ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta sumbangan ilmiah, yang dapat dijadikan acuan dan atau referensi dalam menyusun rancangan *social media content* dari suatu perusahaan, sehingga karya yang dihasilkan dapat lebih berkembang dan efektif dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi perusahaan.

#### **1.3.2 Kegunaan Praktis**

##### **1. Bagi Perancang**

Karya ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman penulis dalam merancang *social media content* yang dapat menjawab permasalahan perusahaan. Hasil karya ini juga diharapkan bermanfaat sebagai portofolio penulis yang menunjukkan kompetensi penulis dalam merancang strategi komunikasi pemasaran bagi perusahaan.

##### **2. Bagi Perusahaan**

Karya ini diharapkan dapat menjadi solusi dalam menjawab permasalahan terhadap produk Best In Show Good Dog Grain Free yang masih dipandang target audiens sebagai makanan khusus untuk anjing peliharaan yang memiliki sensitivitas atau alergi terhadap bahan makanan tertentu. Karya ini juga diharapkan dapat meningkatkan

komunikasi produk Best In Show Good Dog Grain Free dengan target audiens, sehingga *awareness* target audiens terhadap produk Best In Show Good Dog Grain Free sebagai makanan anjing peliharaan yang lebih sehat dan bernutrisi untuk menunjang kebutuhan gizi anjing peliharaan dapat meningkat. Hasil karya *social media content* untuk produk Best In Show Good Dog Grain Free ini juga diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi bagi perusahaan dalam merancang strategi komunikasi pemasaran media sosial kedepannya.

### **3. Bagi Sosial**

Karya ini diharapkan dapat meningkatkan *awareness* para pemilik anjing terkait produk Best In Show Good Dog Grain Free dan produk *grain free dog food* lainnya, yang tidak hanya dikhususkan untuk anjing dengan alergi, sensitivitas perut, dan obesitas, melainkan produk makanan anjing *grain free* ini dapat dilihat oleh para pemilik anjing peliharaan sebagai inovasi produk dengan kandungan nutrisi yang lebih lengkap dan sehat untuk menunjang kesehatan anjing peliharaan.

