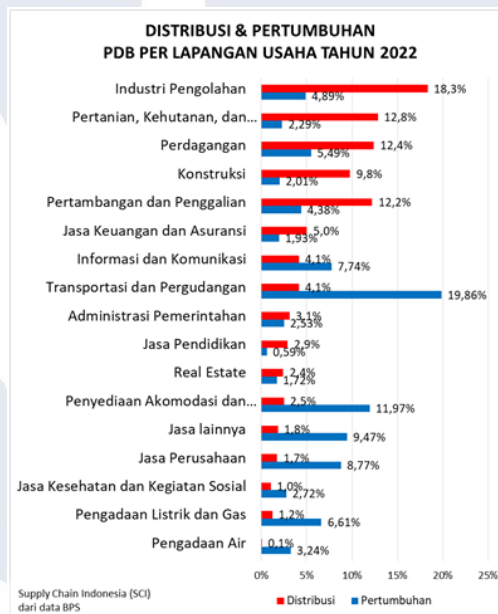


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam beberapa tahun terakhir, perekonomian Indonesia menunjukkan pemulihan yang signifikan setelah menghadapi tantangan global, yaitu dampak pandemi. Pertumbuhan ekonomi yang positif menjadi cerminan dari berbagai upaya pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam mendorong stabilitas serta percepatan pembangunan di berbagai sektor. Data terbaru dari Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan gambaran rinci mengenai kontribusi masing-masing sektor terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2022.



Gambar 1. 1 Pertumbuhan Industri Transportasi Logistik di Indonesia
Sumber: BPS (2022)

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) diatas, ekonomi Indonesia tumbuh sebesar 5,31 persen pada tahun 2022, meningkat dari 3,70 persen di tahun 2021. Sektor yang mencatat pertumbuhan tertinggi adalah Transportasi dan Pergudangan, dengan kenaikan sebesar 19,87 persen.

Walaupun sektor ini juga mencakup transportasi penumpang, pertumbuhan ini tetap memberikan gambaran baik mengenai perkembangan sektor logistik di Indonesia. Sehingga, ini menjadi sektor yang baik untuk terus dikembangkan dalam era digitalisasi demi meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan logistik. Indonesia memiliki salah satu perusahaan logistik di Indonesia, yaitu PT Bahtera Lintas Globalindo yang ikut berperan dalam pengembangan sektor ini.

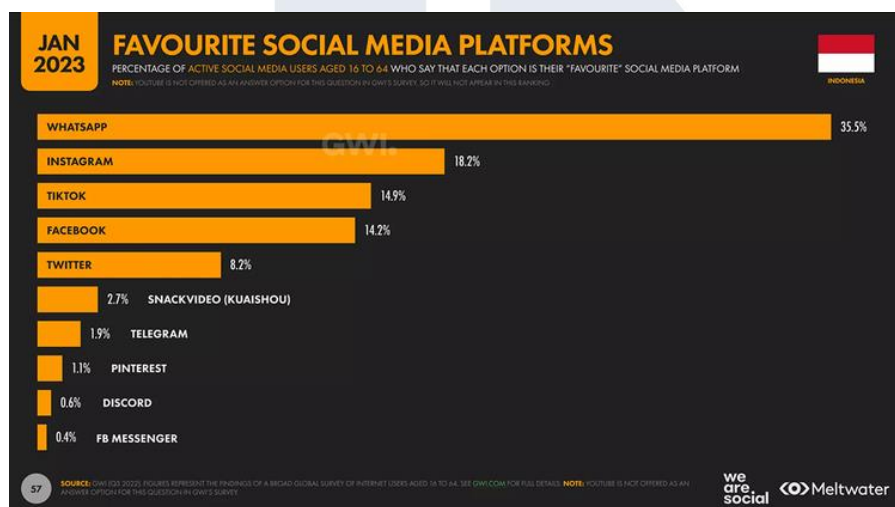


Gambar 1. 2 Logo PT Bahtera Lintas Globalindo
Sumber: Data Perusahaan (2024)

PT Bahtera Lintas Globalindo adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa logistik dan transportasi. Perusahaan ini berfokus pada penyediaan solusi logistik yang terintegrasi, meliputi layanan pengiriman barang, penyewaan kapal dan truk, distribusi, dan pergudangan. Dengan visi untuk menjadi mitra terpercaya dalam pengiriman dan distribusi, PT Bahtera Lintas Globalindo berkomitmen untuk memberikan layanan yang efisien, tepat waktu, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Sebagai bagian dari adaptasi terhadap perkembangan industri, perusahaan ini juga berupaya menggunakan teknologi digital dalam operasionalnya. Hal ini termasuk penggunaan sistem manajemen logistik yang sudah modern dan teknologi pelacakan *real-time* untuk meningkatkan transparansi dan efisiensi layanan. Dengan demikian, PT Bahtera Lintas Globalindo mendukung berbagai kebutuhan pengiriman, baik untuk segmen bisnis maupun konsumen individu, terutama di tengah meningkatnya permintaan terhadap layanan logistik yang cepat dan andal di era digital.

Untuk mencapai tujuan perusahaan di era digital, media sosial menjadi alat penting bagi perusahaan untuk berinteraksi dengan audiens dan memperkuat kegiatan pemasaran. Dipaparkan juga oleh Kotler (2016), pada bukunya yang berjudul *Marketing Management* bahwa digitalisasi telah mengubah berbagai sektor bisnis, terutama industri logistik untuk meningkatkan luasan jangkauan. Instagram, dengan basis visual dan penggunaanya yang luas, menjadi platform yang sangat efektif untuk promosi merek dan keterlibatan pelanggan.



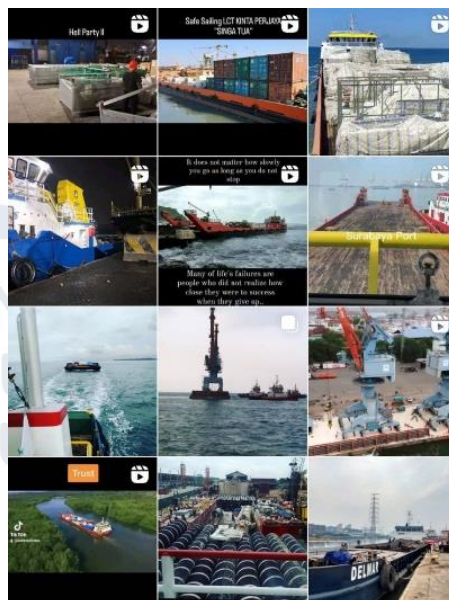
Gambar 1. 3 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia
Sumber: We Are Social (2024)

Menurut We Are Social (2024), data global menunjukkan bahwa media sosial diposisi kedua yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah Instagram dengan angka 18,2 persen dari jumlah pengguna internet di Indonesia yang berada di angka 185 juta pengguna. Dapat disimpulkan bahwa, Indonesia memiliki kurang lebih 63,7 juta pengguna Instagram. Angka yang tinggi ini memungkinkan kegiatan penyebaran luasan merek sebuah perusahaan untuk berjalan secara efektif. Untuk membuat konsumen tertarik menggunakan jasa/barang yang ditawarkan, sebuah perusahaan harus membuat publik menyadari (*aware*) bahwa mereka *exist* (Diamond, 2019).

PT Bahtera Lintas Globalindo menghadapi kesulitan dalam mengoptimalkan Instagram sebagai saluran pemasaran karena aktivitas dan keterlibatan di akun Instagram mereka masih belum maksimal. Masalah ini bukan

hal baru, karena banyak perusahaan juga mengalami kesulitan dalam memanfaatkan media sosialnya. Padahal, efektivitas dari media sosial sebuah perusahaan logistik sangat di perlukan untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berubah. Dengan pentingnya peran Instagram dalam pemasaran digital, perusahaan perlu mengembangkan strategi konten yang tepat untuk meningkatkan kehadiran mereka di platform ini. Menurut Diamond (2019), salah satu kegiatan di media sosial yang bisa meningkatkan penjualan, menarik pelanggan baru, atau meningkatkan kesadaran merek disebut dengan *digital campaign* (pemasaran digital). Kampanye memiliki karakteristik tertentu yang membedakannya, seperti target yang jelas, durasi waktu yang spesifik, dan strategi yang terukur.

Dalam perjalanan aktivitas digitalnya PT Bahtera Lintas Globalindo belum memiliki visualisasi konten Instagram yang modern dan menarik bagi konsumen secara digital. Maka dari itu, pada bulan September 2024, perusahaan sepakat untuk melakukan *re-branding* konten. Menurut Charlesworth (2018), pada era digital ini sangat penting untuk membuat konten yang relevan bagi audiens yang telah ditargetkan sebelumnya. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian dan mendorong mereka melakukan pembelian barang/jasa.



Gambar 1. 4 Konten Instagram PT BLG Saat Ini
Sumber: IG PT BLG 2024

Dapat dilihat bahwa konten yang dihasilkan oleh perusahaan kurang mencerminkan kesan modern dan relevan, sehingga tidak mampu menarik perhatian audiens masa kini secara optimal. Hal ini menjadi perhatian utama karena relevansi konten digital memainkan peran krusial dalam membangun keterlibatan dan meningkatkan efektivitas pemasaran, terutama di era digital saat ini.

Berangkat dari permasalahan ini, dilakukan diskusi mendalam dengan tim pemasaran dan tim manajemen untuk mengevaluasi konten yang digunakan sebelumnya. Sebagai langkah utama, diputuskan bahwa seluruh konten terdahulu akan dihapus dan digantikan dengan konten *branding* yang lebih segar dan relevan. Dalam proses pembaruan ini, perusahaan mendukung karya ini untuk pengembangan konten yang sesuai dengan visi dan tujuan pemasaran.

Langkah ini dilaksanakan dengan mengacu pada analisis tren pemasaran terkini, pemahaman yang lebih mendalam tentang karakteristik audiens target, serta penerapan elemen-elemen kreatif yang sesuai dengan platform media sosial, khususnya Instagram. Melalui pendekatan ini, PT Bahtera Lintas Global berharap dapat meningkatkan *brand awareness* secara signifikan dan menciptakan strategi komunikasi yang lebih efektif serta relevan dengan kebutuhan audiens di masa kini.

1.2 Tujuan Karya

- Merancang strategi kampanye digital Instagram yang efektif untuk meningkatkan jangkauan audiens PT Bahtera Lintas Globalindo.
- Menghasilkan konten yang menarik dan relevan yang dapat memperkuat *brand* PT Bahtera Lintas Globalindo di Instagram.
- Mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai saluran pemasaran digital yang strategis untuk mencapai tujuan kampanye.

1.3 Kegunaan Karya

1.3.1 Kegunaan Akademis

Karya strategi digital marketing ini berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi digital dan pemasaran media sosial. Secara khusus, karya ini dapat:

- Memberikan wawasan baru tentang bagaimana strategi digital marketing dapat diterapkan pada perusahaan di industri logistik.
- Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang komunikasi pemasaran di platform digital, terutama Instagram.
- Mendukung perkembangan teori pemasaran digital yang relevan dengan kebutuhan bisnis logistik.

1.3.2 Kegunaan Praktis

Strategi digital marketing yang dirancang dapat memberikan manfaat nyata dalam praktik profesional, khususnya bagi PT Bahtera Lintas Globalindo. Adapun manfaat praktis yang diharapkan meliputi:

- Meningkatkan jangkauan audiens melalui pengelolaan Instagram secara efektif.
- Membantu perusahaan menjangkau target pasar yang lebih spesifik dengan konten yang relevan dan menarik.
- Memberikan panduan implementasi untuk meningkatkan interaksi dan *engagement* dengan audiens di platform Instagram.

1.3.3 Kegunaan Sosial

Strategi ini juga memiliki dampak positif bagi masyarakat atau komunitas secara luas, antara lain:

- Memberikan edukasi kepada audiens tentang pentingnya layanan logistik yang andal dan efisien.
- Membantu UMKM dan pelanggan lain yang membutuhkan jasa logistik untuk mendapatkan informasi yang lebih mudah dan terstruktur melalui konten Instagram.