

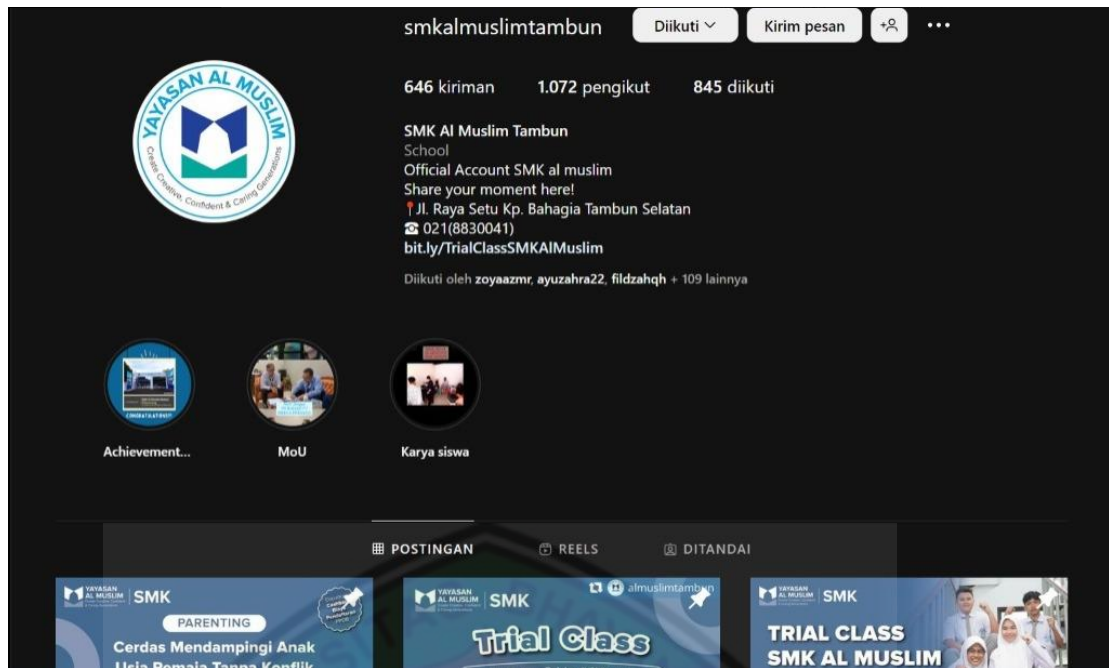
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia pemasaran, pemakai internet saat ini telah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan teknologi informasi menjadikan internet sebagai alat pertukaran data dan informasi yang utama. Aplikasinya meluas pada berbagai bidang, terutama yang membutuhkan pertukaran data yang cepat dengan lokasi yang berbeda. Internet banyak mempengaruhi bisnis, banyak perusahaan yang sukses menjual produk dan jasa dengan menggunakan bantuan internet. Internet menghadirkan tantangan baru bagi mereka yang sudah ada dan juga memberikan tantangan kepada siapa saja yang ingin menciptakan merek baru. (Deirdre B. 2001:45).

Media sosial adalah salah satu wadah di dalam internet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan individu atau kelompok, berinteraksi, bekerja sama, mempromosikan produk atau jasa, dan berkomunikasi dengan berbagai informasi dengan pengguna lain sehingga terbentuk suatu ikatan sosial dalam bentuk virtual. SMK Al Muslim merupakan salah satu sekolah menengah kejuruan di Bekasi yang sudah menggunakan komunikasi pemasaran digital dalam mempromosikan sekolah nya, yang mulanya dalam mempromosikan sekolah nya dengan tujuan utamanya untuk menarik minat calon siswa baru menggunakan media komunikasi konvensional dengan membagikan cetakan brosur, *banner*, kegiatan sosialisasi ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) sekitar, dan lainnya. Tetapi pada saat ini, SMK Al Muslim mulai menggunakan media sosial sebagai media untuk mempromosikan sekolah nya secara digital. Salah satu media sosial yang digunakan oleh SMK Al Muslim adalah Instagram.



Gambar 1.1 Profil Instagram SMK Al Muslim

(Sumber : Instagram SMK Al Muslim)

Berdasarkan dari hasil pra-riset yang penulis lakukan kepada pihak sekolah, merupakan salah satu sekolah menengah kejuruan yang ada di Bekasi tepatnya di tambun. SMK Al Muslim memiliki 3 program kejuruan di dalamnya, yaitu : Teknik Komputer Jaringan (TKJ), Akuntansi (AK), dan Multimedia (MM). akun Instagram SMK Al Muslim sudah ada sejak tahun 2016 dan mulai aktif dijadikan sebagai media informasi dan promosi pada tahun 2019. Sampai saat ini akun Instagram SMK Al muslim tambun digunakan untuk membagikan informasi-informasi mengenai sekolah seperti kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di dalam sekolah, dan sekaligus untuk mempromosikan sekolah. Harapan utamanya saat ini dengan adanya akun Instagram tersebut adalah agar menarik minat calon siswa.

Di dalam akun Instagram, SMK Al Muslim membagikan informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di dalamnya seperti misalnya kegiatan lomba 17an, lomba kejuruan, lomba yang melibatkan peserta dari luar lingkungan sekolah, kegiatan apel mingguan, kegiatan belajar mengajar siswa. Selain dari yang sudah dijabarkan di atas SMK Al Muslim juga menggunakan akun Instagram nya sebagai alat untuk mempromosikan sekolah nya dengan cara membagikan brosur digital melalui beberapa fitur yang disediakan oleh Instagram seperti, mengunggah brosur digital di *feeds*, *story*, dan juga *highlight*.

Tabel 1.1 jumlah siswa baru sebelum melakukan promosi digital

No	Tahun Ajaran / Tahun Masuk	Total
1	2017-2018	36
2	2018-2019	38
3	2019-2020	40

(Sumber : Pengamatan Penulis)

Yang menjadi sebuah masalah adalah dengan digunakannya media digital sebagai salah satu cara untuk mempromosikan sekolah nya yang semulanya hanya menggunakan media konvensional, masih belum memberikan dampak yang signifikan dari jumlah siswa baru yang mendaftar di SMK Al Muslim. Berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan, jumlah siswa baru yang mendaftarkan diri di SMK Al Muslim setiap tahun nya tidak mencapai angka 50 pendaftar.

Tabel 1.2 jumlah siswa baru sesudah melakukan promosi digital

No	Tahun Ajaran / Tahun Masuk	Total
1	2020-2021	28
2	2021-2022	40
3	2022-2023	34

(Sumber : Pengamatan Penulis)

Hal di atas tidak sesuai dengan riset situs Techinasia (Enriko) yang mencatat bagaimana perubahan perhatian dari media konvensional ke media online. Riset tersebut menyebutkan bahwa radio, tabloid, majalah, dan surat kabar cetak saat ini tidak lagi menjadi pusat perhatian dibandingkan televisi dan internet. Internet diakses oleh 97,8% penduduk (dengan sampel sejumlah 2.150), jauh lebih tinggi dibandingkan dengan surat kabar, majalah, radio, tabloid, dan surat kabar cetak (Rofahan, Muhajir, Nugraha, & Wisnuadji, 2014).

Tidak seperti SMK lain yang sama-sama mulai melakukan kegiatan promosi dalam bentuk digital dan memiliki jumlah peningkatan signifikan, sedangkan di SMK Al Muslim tidak terdapat peningkatan jumlah siswa baru yang signifikan setelah melakukan kegiatan promosi menggunakan media sosial. Dalam hal ini penulis memilih salah satu SMK di Bekasi untuk dijadikan sebagai pembanding dari SMK AL Muslim yang juga sama-sama menggunakan media sosial khususnya Instagram sebagai media promosi digitalnya. SMK Nurul Qolbi merupakan salah satu Sekolah Kejuruan swasta yang ada di Bekasi, di dalamnya tersedia 4 jurusan yaitu : Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ), Teknik Kendaraan Ringan (TKR), Perbankan Syariah, dan Kesehatan. Jumlah siswa baru setiap tahunnya pada sekolah ini terbilang cukup stabil setelah mulai melakukan kegiatan promosi menggunakan media sosial.

Tabel 1.3 jumlah siswa baru sesudah melakukan promosi digital

No	Tahun Ajaran / Tahun Masuk	Total
1	2019-2020	488
2	2020-2021	465

(Sumber Data : Pengamatan Penulis)

Media sosial adalah salah satu wadah di dalam internet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berkomunikasi dengan berbagi informasi dengan pengguna lain sehingga terbentuk suatu ikatan sosial dalam bentuk virtual (Nasrullah, 2015). Media sosial memiliki 3 bentuk dalam bersosial : 1) pengenalan, 2) komunikasi, 3) Kerjasama. Dengan adanya media sosial, masyarakat kini semakin dimudahkan dalam berinteraksi/berkomunikasi dan mencari informasi. Menurut Nasrullah di dalam risetnya, pengguna media sosial di dalam internet di Indonesia mencapai angka 38 juta pengguna.

Sebagai salah satu media sosial yang paling populer, Instagram merupakan media sosial yang awalnya hanya digunakan sebagai wadah untuk sekedar membagikan foto dan video yang bersifat pribadi, menjadi alat yang dapat

digunakan oleh berbagai pihak untuk memperkenalkan identitasnya serta mempromosikan produk atau jasa (Salafudin, 2019).

Pada saat ini masyarakat Indonesia tidak hanya menggunakan media sosial Instagram sebagai salah satu wadah untuk membagikan foto dan video saja tetapi Instagram juga digunakan sebagai media promosi dan informasi. Kini media Instagram mulai digunakan oleh masyarakat sebagai media untuk mengkomunikasikan bisnis atau instansi tempat mereka bekerja dalam bentuk digital dengan melakukan kegiatan promosi dan penyebaran informasi. Berdasarkan sebuah studi yang dilakukan oleh *Simply Measured* sebanyak 54% perusahaan terkenal telah menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi dan informasi, hal tersebut membuat perusahaan dan penyedia jasa iklan berlomba-lomba untuk mempromosikan produk atau jasa mereka melalui Instagram, karena dengan menggunakan Instagram kegiatan promosi dapat dilakukan lebih mudah dan praktis serta tidak memerlukan biaya (Kurnianto, 2022).

Berdasarkan deskripsi di atas, peneliti tertarik untuk meneliti akun Instagram SMK Al-Muslim karena dengan menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan sekolahnya dengan tujuan utamanya adalah untuk mempermudah kegiatan promosi dan menarik lebih banyak minat calon siswa, tidak memberikan dampak yang cukup signifikan dalam peningkatan jumlah siswa baru, tetapi terjadi penurunan jumlah siswa baru yang mendaftar hampir di setiap tahun ajaran baru. Penelitian ini berjudul **”Komunikasi Pemasaran Digital Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) melalui Media Sosial (Studi pada Akun Instagram SMK Al-Muslim Tambun - Bekasi).”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh SMK Al Muslim Tambun pada akun media sosial Instagramnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh SMK Al Muslim Tambun pada akun media sosial Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan dari penelitian ini adalah agar dapat menambah kajian ilmu teori pada jurusan Ilmu Komunikasi tentang penggunaan media sosial khususnya media sosial Instagram.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan agar hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan landasan bagi pembaca untuk penggunaan dan interaksi di dalam media sosial instagram, khususnya kegiatan promosi digital pada akun media sosial Instagram SMK Al Muslim Tambun.