

BAB I

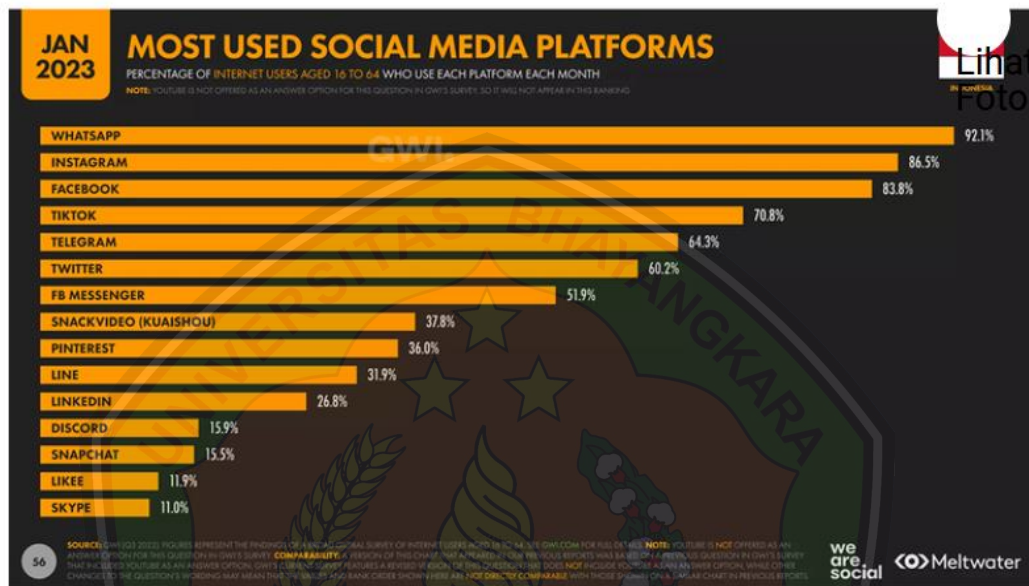
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan internet yang terjadi dari tahun ke tahun membuat semua orang menggunakannya, sampai saat ini internet menjadi kebutuhan penting bahkan berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari, dan tidak sedikit orang yang bisa tanpa internet. Dengan adanya internet memudahkan masyarakat dan dapat digunakan di mana saja. Internet saat ini sangatlah efisien. Ditambah era yang semakin maju dari industri 4.0 sampai sekarang industri 5.0, perubahan era juga memungkinkan perubahan teknologi serta budaya manusia. Seperti generasi, gaya hidup, maupun transaksi. Transaksi sangat merubah gaya pasar, sudah tidak asing bertransaksi tidak menggunakan uang fisik sehingga pembayaran lebih mudah menggunakan software yang di grandungi media sosial. Media sosial sangat memungkinkan terjadinya komunikasi yang lebih efisien. Maka sekarang komunikasi beserta pemasaran sangat terkait oleh media sosial. Media sosial sebagai alat atau cara yang dilakukan oleh konsumen untuk membagikan informasi berupa teks, gambar, audio, dan video kepada orang lain dan perusahaan atau sebaliknya (Kotler & Keller, 2016). Tidak hanya orang dewasa, remaja hingga anak-anak juga sudah pandai melakukan berbagai aktivitas di dunia maya. Media sosial sendiri terdiri dari web, blog, forum internet, dan jejaring sosial. Banyak media sosial yang telah berkembang pesat seperti Twitter, Facebook, Youtube, WhatsApp, Instagram, Line, dan lainnya.

Instagram merupakan sebuah aplikasi *online* yang sedang trend bagi generasi muda zaman sekarang. Hampir di semua indoneisa mayoritas memiliki Akun Instagram, bahkan tidak sedikit dari mereka yang punya lebih dari 1 Akun untuk keperluan maupun kesenangan mereka. Namun Instagram bussines yang dimiliki orang2 tertentu justru sangat berbeda jika di bandingkan oleh pengguna akun Instagram yang tujuannya hanya untuk bersenang senang. Instagram bussines sangat tertata pada postingan *insta story* serta profil dengan *feed* yang sangat menarik. Bertujuan untuk menarik pelanggan dengan pelayanan yang menjanjikan membuat

akun Instagram business memiliki peran tersendiri dalam media sosial khususnya Instagram. Dikutip dari website resmi “we are social” Instagram menjadi media sosial terpopuler nomor 2 di Indonesia setelah whatsapp pada saat ini tahun 2023, tercatat pengguna Instagram 86,5 persen dan rata-rata usia pengguna 16-64 tahun.



Gambar 1. 1 Platform Sosial Media Paling Banyak Digunakan Di Indonesia, 2023

Sumber: wearesocial.com

Hal tersebut membuktikan bahwa Instagram merupakan media sosial dengan tingkat pemakaian tertinggi di Indonesia. Media sosial yang dilandasi terhadap seseorang yang suka dengan visual dan memiliki fitur-fitur yang menyenangkan untuk digunakan dalam mengabadikan foto-foto, untuk diunggah ke halaman *feed* yang dapat dilihat oleh orang banyak. Pemanfaatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yang menyebutkan bahwa pemanfaatan mengandung arti yaitu proses, cara, dan perbuatan memanfaatkan sesuatu untuk kepentingan sendiri (Macarthy, 2015).

Instagram memudahkan pengguna lebih mudah menyebarkan informasi bisnis. Media Instagram memudahkan pebisnis mendapatkan respon dari masyarakat. Instagram juga membuat pebisnis mendapatkan informasi lebih besar terkait transaksi dan strategi pemasaran yang sesuai. Instagram memudahkan

pengguna akun bisnis dalam menyebarkan informasi seputar usaha mereka, seperti menyebarkan informasi bisnis, lowongan dan promosi lainnya. Dalam hal menarik minat karyawan baru, pebisnis mengunggah gambar, video dan profil menarik.

Akun Instagram @amancarecrewindo merupakan akun perusahaan yang bergerak di bidang jasa servis awak kapal atau bisa disebut *marine agency service*, yang memberikan sharing terhadap permasalahan permasalahan terkait bisnis dengan awak kapal, serta material - material penting dalam awak kapal maupun jasa *recruitment* petugas *crew* awak kapal tentunya yang berpengalaman, akun Instagram @amancarecrewindo dipegang oleh marketing berpengalaman serta mahir dalam dunia bisnis jasa awak kapal, menjadikan pemasaran jasa awak kapal dapat lebih modern serta kekinian, akun Instagram @amancarecrewindo juga mempunyai ciri khas dalam postingannya yaitu berupa motivasi keseharian dalam bekerja, dengan berbagi tips seperti kekompakan dalam bekerja, beserta memotivasi followers agar selalu semangat dalam menjalankan aktivitas sehari hari. Perusahaan tersebut juga tidak hanya di Indonesia, ada juga di Malaysia dan Singapore, Perusahaan di Indonesia sendiri juga berada di berbagai kota seperti di bogor, Balikpapan, dan batam. Akun ini memang ingin saling berbagi pengetahuan dan pengalaman serta berkomunikasi secara visual. Dilihat dari konteks budaya, akun Instagram @amancarecrewindo juga sangat berkesan dalam dunia industry perkapalan dan sangat memotivasi agar tergerak dari kemalasan dan bertujuan menggapai kesuksesan, dengan cara open recruitmen. Seakan Akun Instagram @amancarecrewindo mewedahi adanya komunikasi di bidang jasa awak kapal, Public relation terjadi karena banyak tanggapan dari QnA, insta story, postingan, dan reels. terbentuk melalui berupa teks, visual, audio, audio visual, dan lain sebagainya. Adanya respon positif dari berbagai kalangan membuat pemilik akun instagram ini semakin giat untuk membuat konten sharing dan motivasi bekerja lewat Sosial Media Instagram.

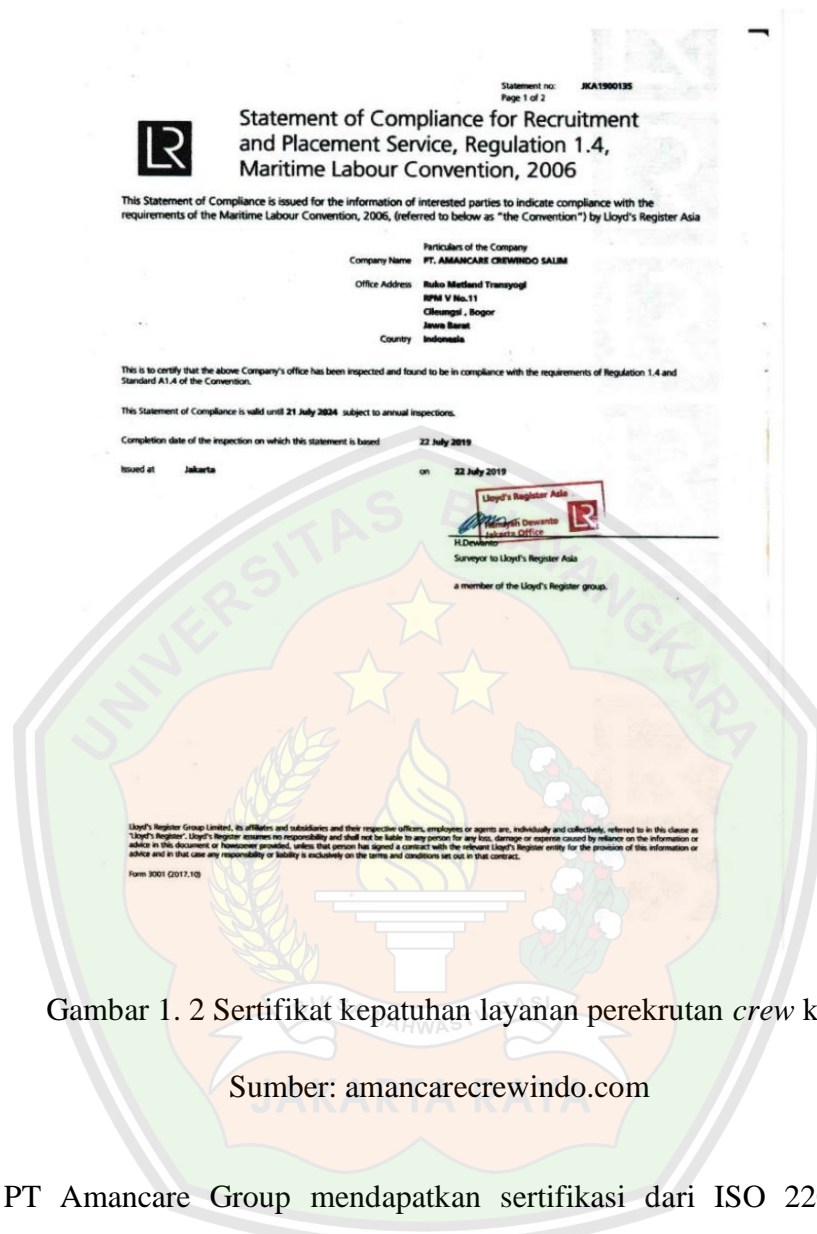
Internet seakan menjadi aktivitas yang begitu cepat bergerak, media sosial juga cepat menyebar dalam waktu singkat, Instagram @amancarecrewindo lewat postingan berisi informasi seperti lowongan pekerjaan atau open recruitmen juga

dapat dengan mudah menyebar, dari satu pengguna insatgram dengan pengguna Instagram lainnya. Adanya tanggapan seperti ketertarikan dalam dunia perkapalan dan memberikan komentar positif berupa like maupun mengikuti akun Instagram @amancarecrewindo tersebut.

Marketing dalam implementasi program strategi pemasaran merupakan tahapan proses atau langkah-langkah yang tidak dapat dipandang remeh, hal ini disebabkan sebagai apapun rencana strategi pemasaran yang dirancang sesuai dengan kondisi dan posisi persaingan industrinya, *Public Relations* merupakan sebuah aktivitas meringkas kepaduan dalam berkomunikasi dengan sistematis kepada publiknya untuk mendapatkan visi khusus yang berlandaskan pada aspek pandangan (Maryam & Priliantini, 2018).

Public Relation memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan produk yang dipasarkan kepada pasar sasaran secara lebih luas, bahkan dapat berkontribusi terhadap kulalitas merk maupun pelayanan dengan menanamkan merk dalam ingatan dan menciptakan citra (*image*) merk, serta mendorong penjualan, dan memperluas pasar. Kontribusi komunikasi pemasaran. Beserta komunikasi pemasaran dasar yang umum lewat akun Instagram @amancarecrewindo (iklan, promosi penjualan,acara dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung & pemasaran intekaktif, dari mulut ke mulut, dan penjualan personal) akan membentuk pemahaman konsumen terhadap : Kesadaran merk; citra merk; respon merk; dan hubungan merk.

Tidak hanya sekedar itu PT.AMANCARE GROUP juga sudah mempunyai sertifikat yang menjanjikan dalam bekerja seperti konvensi tenaga kerja maritime sejak tahun 2006, yang artinya telah mendapatkan hak legal untuk perekrutan crew awak kapal dengan standar pekerja.



Gambar 1. 2 Sertifikat kepatuhan layanan perekrutan *crew* kapal

Sumber: amancarecrewindo.com

PT Amancare Group mendapatkan sertifikasi dari ISO 22000, yang menyatakan standar yang berisi persyaratan sistem manajemen keamanan pangan. Standar ini fokus terhadap pengendalian dalam sistem dan proses produksi produk makanan dan minuman.



Gambar 1. 3 Sertifikat standar keamanan pangan
Sumber: amancarewindo.com

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan judul penelitian, maka fokus penelitian yang akan dikaji oleh peneliti adalah bagaimana proses Strategi PR Di akun Instagram @amancarewindo Dalam Rekrutmen Awak Kapal.

1.3 Tujuan penelitian

Untuk menganalisis strategi *Public Relation* di Akun Instagram @amancarewindo dalam rekrutmen awak kapal

1.4 Manfaat penelitian

Sesuai dengan judul yang diangkat, maka manfaat penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat meningkatkan serta mengembangkan keilmuan dalam bidang komunikasi yaitu Public Relation khususnya di bidang pemasaran

1.4.2 Manfaat praktis

1. Praktisi, Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan pembelajaran bagi peneliti lainnya khususnya Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya jika berminat mengkaji mengenai konsep yang sama dalam fenomena menggunakan akun instagram pada ruang lingkup Ilmu Komunikasi.
2. Akademis, Dalam penelitian ini diharapkan mengkaji para pengetahuan masyarakat dalam komunikasi melalui sebuah media sosial Instagram mengenai bahasan tentang analisis strategi public relation maupun etnografi pemasaran.