

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang begitu pesat, pasar bisnis Indonesia kini diuntungkan dengan hadirnya Instagram. Instagram adalah teknologi dan aplikasi yang paling cepat berkembang yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video dan kemudahan penggunaan membuat aplikasi Instagram didambakan oleh banyak orang. Ini dapat digunakan baik untuk pertukaran informasi sehari-hari maupun di bidang bisnis. Komunikasi pemasaran juga mempromosikan merek di benak konsumen. Tidak dapat dipungkiri bahwa komunikasi pemasaran juga membutuhkan alat komunikasi dalam proses komunikasi pemasaran, salah satunya media sosial (Kurnianto Yeri, 2019). Komunikasi pemasaran merupakan bagian penting dari pemasaran. Modal besar, produk unggulan dan teknologi modern tidak ada gunanya tanpa pemasaran yang baik, sehingga pemasaran seringkali diarahkan pada perusahaan induk (Rahmawati, 2016).

Media sosial adalah layanan bersifat *online* untuk membentuk hubungan dan interaksi ke sesama pengguna yang memungkinkan untuk mem-*posting* profil dan berbagi informasi ke sesama pengguna lain. Meskipun penggunaan media sosial tersebut bersifat individual, namun akhir-akhir ini telah berkembang pesat sehingga kelompok, organisasi, dan perusahaan dapat membuat akun dalam media sosial untuk berinteraksi misalnya "halaman penggemar" di Facebook (Ainin et al., 2015). Penggunaan media sosial bagi perusahaan selain sebagai alat pemasaran juga dapat digunakan untuk jaringan dengan sesama kolega atau rekan bisnis di lapangan, mencari pekerjaan, terhubung dengan komunitas, melakukan penelitian dan sebagai alat komunikasi (Crag, Derharm & Morish, 2011).

Media sosial saat ini sudah tidak dapat lepas dari kehidupan sehari-hari untuk berkomunikasi, berbagi informasi dan sebagai sarana lainnya karena penggunaannya bebas biaya dan mudah digunakan semua orang. Bahkan media sosial dapat digunakan untuk mendukung kegiatan bisnis melalui interaksi dengan

konsumen secara langsung, cepat dan rendah biaya (Fischer & Reuber, 2010). Dalam era digital yang semakin berkembang, media sosial menjadi alat yang sangat penting dalam dunia bisnis. Dalam hal ini, salah satu media sosial yang populer saat ini adalah Instagram. Instagram adalah *platform* media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video serta berinteraksi dengan pengguna lainnya. Instagram yang berguna sebagai sarana untuk mempromosikan produk baik barang maupun jasa.

Instagram adalah *platform* media sosial yang sangat populer di seluruh dunia. Beberapa fitur yang terdapat di Instagram adalah *Feeds, stories, IGTV, reels, live, highlights, explore dan direct message*. *Feeds* Instagram adalah fitur utama yang memungkinkan pengguna untuk membagikan foto dan video mereka. *Posting-an* diatur secara kronologis, dengan *posting-an* terbaru muncul di paling atas. *Stories* Instagram adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk membagikan foto atau video sementara yang akan hilang dalam 24 jam. Pengguna dapat menambahkan stiker, teks, dan filter ke dalam cerita. *IGTV* adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk membagikan video vertikal yang lebih panjang dari pada video biasa di *Feeds* Instagram. Video di *IGTV* dapat berdurasi hingga satu jam. *Reels* adalah fitur yang mirip dengan TikTok, yang memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek dan menambahkan musik dan efek khusus.

Live Instagram memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung di Instagram. Pengguna dapat berinteraksi dengan pengikut mereka dalam waktu nyata. *Highlights* Instagram memungkinkan pengguna untuk menyimpan cerita mereka pada profil mereka sehingga dapat dilihat kapan saja oleh pengunjung profil. *Explore* Instagram memungkinkan pengguna untuk menemukan *posting-an* dan akun yang baru dan menarik berdasarkan minat dan aktivitas mereka di Instagram. Fitur terakhir adalah *direct message* Instagram memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan langsung ke pengguna lain, baik secara individu maupun dalam grup. Instagram adalah aplikasi untuk berbagi foto dan video (Rahmawati, 2016). Kini Instagram berkembang menjadi sarana bagi para pebisnis untuk mengkomunikasikan bisnisnya melalui kegiatan promosi pada aplikasi Instagram yang banyak digunakan oleh pelaku bisnis di seluruh dunia.

Laporan oleh Andi.Link (2022).Perkembangan jejaring sosial Instagram dari tahun ke tahun semakin berkembang, hal ini dibuktikan dengan data yang tertera yaitu pada tahun 2022 jumlah pengguna Instagram di Indonesia akan mencapai angka sebelumnya yaitu 99,15 juta orang. Tahun 2021 mencapai 85 juta jiwa. Presentase pengguna Instagram berjenis kelamin perempuan pada tahun 2022 mencapai 52,3%. Presentase pengguna Instagram berjenis kelamin laki-laki: pada tahun 2022 mencapai 47,7%. Sementara itu, Instagram telah berkembang menjadi sarana bagi para pebisnis untuk mengkomunikasikan bisnisnya melalui kegiatan promosi di aplikasi Instagram. *Trend* ini banyak digunakan oleh perusahaan di seluruh dunia, sebagaimana studi yang dilakukan oleh Maesure dalam (Mardalis dan Hastuti, 2017:53) menemukan bahwa hingga 54% merek terkenal, termasuk Indogrosir, saat ini menggunakan Instagram sebagai sarana beriklan. Hal ini mendorong perusahaan dan pengiklan bersaing saat memasarkan produknya di media sosial Instagram. Bisnis memilih menggunakan Instagram untuk mempromosikan produknya demi kenyamanan menawarkan produk kepada calon pembeli. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial Instagram sebagai alat komunikasi pemasaran juga secara tidak langsung termasuk dalam ruang lingkup komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi bisnis, yaitu melalui pemasaran digital atau digital marketing.

Menurut Andrew F. Wood & Matthew J. Smith (2005: 4) bahwa *CMC* merupakan sebuah integrasi teknologi komputer dengan kehidupan sehari-hari. Teori *CMC* adalah sebuah teori yang membahas tentang bagaimana teknologi informasi dan komunikasi memengaruhi interaksi sosial dan komunikasi antara individu. Teori ini dapat diaplikasikan pada penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi di Indogrosir Bogor. Dalam penelitian ini, akan dilakukan analisis terhadap penggunaan media sosial Instagram oleh Indogrosir Bogor dalam mempromosikan produk-produk yang dijual.

Sosial media *marketing* adalah salah satu cara yang efektif bagi perusahaan untuk mempromosikan merek dan menjangkau khalayak yang lebih luas. Namun, seberapa sukses kampanye sosial media marketing tergantung pada seberapa baik perusahaan mengukur keberhasilannya. Sebuah bisnis dapat menggunakan beberapa cara untuk mengukur keberhasilan sosial media *marketing*. Dengan

memahami parameter seperti jangkauan, pengikut, *engagement*, dan konversi, bisnis dapat mencapai tujuan *marketing*. sosial media *marketing* lebih efektif untuk bisnis B2B atau B2C, Keduanya sama-sama penting dan dapat memberikan hasil yang baik untuk bisnis. Untuk bisnis B2B, sosial media dapat membantu dalam membangun hubungan dengan pelanggan dan mitra bisnis.

Platform dapat digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan potensial dan membangun jaringan dengan mitra bisnis. Selain itu, bisnis B2B juga dapat memanfaatkan sosial media untuk membagikan informasi tentang produk dan layanan mereka, serta meningkatkan kesadaran merek. Sementara itu, untuk bisnis B2C, sosial media dapat digunakan untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan dan memperluas jangkauan merek. *Platform* seperti Instagram sangat efektif dalam mempromosikan produk dan layanan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Selain itu, sosial media juga dapat membantu bisnis B2C dalam membangun kesadaran merek yang lebih besar dan meningkatkan penjualan. Sehingga, sosial media *marketing* sama-sama penting untuk bisnis B2B dan B2C. Instagram memiliki fokus utama pada gambar, foto, dan video unggahan para penggunanya. Karenanya, Instagram merupakan *platform* yang tepat bagi model bisnis B2C, terlebih jika bisnis termasuk produk kesehatan, kesejahteraan dan kecantikan. Selain itu, Instagram juga merupakan salah satu sosial media yang memiliki pengguna terbanyak, dengan ratusan *influencer* dan *selebgram* di dalamnya yang siap mempromosikan produk dengan harga murah meriah (Fatmarani, 2019).

Salah satu gerai *market* yang memakai media sosial instragram sebagai media promosi salah satunya Indogrosir Bogor. Indogrosir Bogor merupakan perusahaan bisnis ritel yang bergerak di bidang pemenuhan kebutuhan pokok sehari-hari. Ritel ini sudah beroperasi sejak tahun 2014, yang bernaung di bawah PT Inti Cakrawala Citra. Ada juga beberapa jumlah gerai Indogrosir lainnya. Gerai Indogrosir terus meningkat setiap tahunnya, dilansir dari indogrosir.co.id pada tahun 2023 ini jumlah keseluruhan gerai indogrosir yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia sebanyak 28 gerai. Indogrosir Bogor salah satu perusahaan yang memanfaatkan Instagram sebagai media promosi. Indogrosir Bogor memanfaatkan Instagram sebagai platform untuk memposting foto dan video produk-produk yang

dijual di Indogrosir Bogor. Dengan memanfaatkan Instagram sebagai media promosi, konsumen dapat dengan mudah melihat produk-produk yang dijual oleh Indogrosir Bogor dan mempertimbangkan untuk membelinya. Selain itu, Indogrosir Bogor juga memberikan informasi mengenai harga, promosi, dan diskon melalui Instagram.



Gambar 1.1 Tampilan Akun Instagram @indogrosir_bogor

Terdapat beberapa alasan mengapa memilih Indogrosir Bogor sebagai fokus penelitian yang menarik untuk diteliti yaitu terkait Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi. Terlihat pada gambar 1.1 yaitu Indogrosir Bogor memiliki followers sebanyak 12.100. Dalam skala harian Indogrosir Bogor dapat mengunggah Instagram *story* mencapai belasan Instagram *stories* setiap harinya. Indogrosir Bogor adalah salah satu toko grosir terbesar di Bogor yang menyediakan berbagai macam produk dengan harga yang sangat terjangkau. Instagram Indogrosir Bogor adalah salah satu media sosial yang digunakan untuk mempromosikan produk-produk yang dijual dan juga memberikan informasi mengenai promosi dan diskon.

Beberapa hal menarik dari Instagram Indogrosir Bogor yang membuat orang ke Indogrosir adalah informasi mengenai promosi dan diskon, Instagram Indogrosir Bogor seringkali memberikan informasi mengenai promo dan diskon yang sedang berlangsung. Hal ini tentu sangat menarik bagi orang-orang yang ingin berbelanja dengan harga yang lebih terjangkau. Selain itu, Indogrosir Bogor

menyediakan berbagai macam produk, mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga produk-produk kecantikan dan makanan. Informasi mengenai produk-produk tersebut juga dapat ditemukan di Instagram Indogrosir Bogor. Indogrosir Bogor juga memberikan kemudahan dalam berbelanja dengan menyediakan sistem pembelian secara online. Pelanggan dapat memesan produk melalui Instagram Indogrosir Bogor dan produk akan dikirimkan ke alamat pelanggan. Tidak mengherankan jika Instagram Indogrosir Bogor menjadi salah satu media sosial yang sangat digemari oleh masyarakat Bogor dan sekitarnya.

Secara umum, akun Instagram dan TikTok memiliki perbedaan dalam konten dan fungsi utama. Instagram, biasanya digunakan untuk berbagi foto dan video dalam bentuk *posting-an* atau *story*, begitu pun pada akun Instagram @indogrosir_bogor, akun tersebut digunakan untuk mem-*posting* foto atau video terkait promo-promo yang ditawarkan oleh Indogrosir Bogor. Instagram juga memiliki fitur seperti *IGTV*, *Reels* dan *Shop* yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan mengeksplorasi konten lebih banyak. Sementara TikTok, banyak digunakan untuk membuat video pendek dengan musik. Begitu pun pada akun TikTok @indogrosir_bogor, digunakan untuk memposting video-video terkait promosi yang ada di Indogrosir Bogor. Dengan adanya video-video promosi di TikTok memungkinkan untuk menjangkau jaringan pengikut yang lebih besar. Di sisi lain, jumlah *followers* akun Instagram dan TikTok Indogrosir Bogor memiliki perbedaan yang sangat signifikan. Dari data yang didapat, jumlah *followers* Instagram Indogrosir Bogor memiliki jumlah *followers* yang lebih banyak daripada jumlah *followers* di akun TikTiknya. Dengan demikian, kedua *platform* tersebut juga dapat menjadi alat pemasaran yang efektif jika digunakan dengan baik untuk target pasar yang tepat.

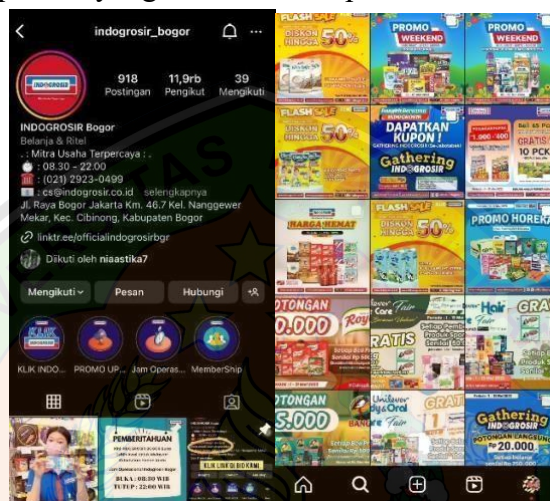
Indogrosir Bogor merupakan salah satu toko grosir yang berlokasi di Bogor. Sebagai toko grosir yang ingin terus berkembang, Indogrosir Bogor memanfaatkan media sosial Instagram sebagai salah satu media promosinya. Namun, dalam penggunaannya terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi, di antaranya berdasarkan hasil observasi awal menurut supervisor yaitu Bapak Aron mengatakan bahwa masih terdapat kekurangan di indogrosir bogor pertama, kurangnya interaksi dengan pelanggan. Meskipun Indogrosir Bogor memiliki akun Instagram yang

cukup aktif, namun interaksi dengan pelanggan masih minim. Padahal, interaksi dengan pelanggan merupakan hal yang penting untuk membangun hubungan yang baik dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap Indogrosir Bogor. Kedua, konten yang kurang menarik, konten yang diposting di akun Instagram Indogrosir Bogor masih terbilang kurang menarik. Hal ini dapat membuat potensi pelanggan untuk tertarik dan membeli produk yang ditawarkan menjadi berkurang.

Ketiga, tidak mengoptimalkan fitur Instagram, Indogrosir Bogor sebaiknya mengoptimalkan fitur-fitur Instagram seperti Instagram *Stories*, *IGTV*, dan Instagram *Live* untuk memperluas jangkauan promosi. Dengan memanfaatkan fitur-fitur tersebut, peluang untuk menjangkau lebih banyak pelanggan menjadi lebih besar. Dan terakhir, kurangnya konsistensi dalam *post*-ing, Indogrosir Bogor masih belum konsisten dalam melakukan *post*-ing di akun Instagram-nya. Konsistensi dalam posting merupakan hal yang penting untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi. Sejauh ini dari hasil analisa peneliti, Indogrosir Bogor belum sepenuhnya mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai media promosinya. Beberapa masalah yang ditemukan adalah kurangnya konsistensi dalam posting konten, kurangnya interaksi dengan pengikut, dan kurangnya penggunaan *hashtag* yang relevan untuk meningkatkan jangkauan posting.

Indogrosir Bogor merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi komoditi seperti makanan, minuman dan kebutuhan rumah tangga. Studi tentang penggunaan media sosial Instagram sebagai media periklanan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan sejenis. Selain itu, sebagai kota riset, Bogor juga memiliki banyak cabang di beberapa kota besar, khususnya warga Bogor yang cukup aktif di media sosial untuk memberikan informasi akurat kepada peneliti. Penelitian ini memilih judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Di Indogrosir Bogor” karena media sosial Instagram menjadi platform yang semakin populer dan banyak digunakan masyarakat untuk berinteraksi dan berbelanja *online*. Selain itu, sebagai perusahaan *retail*, Indogrosir Bogor dapat memanfaatkan media sosial Instagram untuk meningkatkan minat beli dan memasarkan produknya dengan lebih efektif.

Bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang *retail*, khususnya Indogrosir Bogor dengan menentukan strategi pemasaran dengan cara melakukan kegiatan promosi melalui media sosial Instagram, akun Instagram bernama @indogrosir_bogor. Media sosial Instagram tersebut dijadikan wadah informasi dan promosi mengenai produk yang ditawarkan kepada khalayak umum. Indogrosir Bogor sudah mempunyai tim sendiri untuk melakukan kegiatan mempromosikan peroduknya melalui Instagram dan menganalisa cara yang tepat dan juga efektif guna memasarkan produk yang ditawarkan dapat menambah minat beli konsumen.



Gambar 1.2 Tampilan Akun Instagram @indogrosir_bogor

Pada gambar 1.2 merupakan akun media sosial Instagram @indogrosir_bogor yang memiliki 11,900 followers 896 dan unggahan, akun Instagram ini terbilang sangat aktif membagikan konten di Feeds dan story seputar informasi dan metode promosi untuk mempermudah konsumen melihat produk apa saja yang sedang berjalan promosinya, sehingga menarik perhatian warganet dengan mempromosikan produk yang tersedia di toko. Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi oleh Indogrosir Bogor telah terbukti efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen. Terlihat dari meningkatnya jumlah pengunjung dan pembeli di Indogrosir Bogor setelah memanfaatkan Instagram sebagai media promosi. Dalam upaya meningkatkan minat beli konsumen, Indogrosir Bogor terus memperbarui konten Instagramnya dengan foto-foto produk terbaru dan informasi promo terbaru. Dengan demikian, konsumen akan terus tertarik untuk membeli produk-produk yang dijual di Indogrosir Bogor. Banyak perusahaan lain juga telah memanfaatkan Instagram sebagai media promosi untuk

meningkatkan minat beli konsumen. Namun, tidak semua perusahaan dapat memanfaatkan Instagram dengan efektif sebagai media promosi. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mempelajari cara-cara yang efektif untuk memanfaatkan Instagram sebagai media promosi. Beberapa cara yang dapat dilakukan adalah dengan memperbarui konten dengan teratur, memberikan informasi yang relevan dan menarik perhatian, serta berinteraksi dengan pengguna Instagram lainnya.

Menurut Tresnawati & Prasetyo (2018), kampanye yang dapat dilakukan melalui Instagram mereka adalah rekomendasi dari konsumen yang telah membeli suatu produk, sehingga konsumen merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain melalui Instagram pribadi mereka. Penataan makanan di Instagram juga patut mendapat perhatian penjual, karena makanan yang tertata rapi menggugah minat konsumen untuk melihat akun Instagram dan membeli produk yang ditawarkan. Menawarkan potongan harga, gratis ongkos kirim dan memberikan produk gratis sebagai bonus adalah beberapa strategi yang digunakan Indogrosir Bogor untuk menarik calon pelanggan. Strategi ini dapat disebut sebagai strategi promosi penjualan. Dengan strategi pemasaran, produsen dapat menarik konsumen baru dan mendorong konsumen untuk mencoba produk baru sehingga memungkinkan konsumen untuk membeli produk tersebut dalam jumlah besar (Nurmasarie, 2013).

Dalam lingkup pemasaran, media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk membangun *brand awareness* dan menjangkau audiens yang lebih besar. Hal ini karena media sosial memiliki jangkauan yang luas dan dapat menjangkau berbagai kelompok usia dan jenis kelamin. Selain itu, media sosial juga memberikan kesempatan bagi bisnis untuk berinteraksi secara langsung dengan calon pelanggan dan memperoleh umpan balik langsung. Dari hal-hal yang telah diuraikan dalam latar belakang diatas, maka penulis merasa tertarik memilih judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Di Indogrosir Bogor”.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka penulis membuat fokus penelitian dalam tulisan ini ialah pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi di Indogrosir Bogor.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi di Indogrosir Bogor?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pertanyaan penelitian di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi di Indogrosir Bogor.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan kontribusi pengetahuan serta teoretis bagi ilmu komunikasi terkait bentuk promosi dan komunikasi pemasaran melalui Instagram. Selain itu, hasil ini diharapkan dapat menjadi referensi pada penelitian selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara praktis sebagai masukan bagi Indogrosir Bogor untuk lebih bekerja secara optimal demi kemajuan bagi Indogrosir Bogor.