

ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA USAHA PROPERTI PT.SIER DALAM MENINGKATKAN AWARENESS

Azarine Tahniah Setiawan¹ , Sumainah Fauziah²

^{1,2} Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya
azarinetahnia58@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi memunculkan sebuah strategi pemasaran secara digital. Media sosial menjadi salah satu tempat berkumpul jutaan orang tanpa batas untuk saling bertukar informasi dan melakukan sosialisasi. Hal ini dimanfaatkan oleh PT.SIER dalam meningkatkan Awareness pada produknya yang merupakan usaha industri properti. Penggunaan media sosial ini menarik untuk dikaji terutama dampaknya bagi perusahaan. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan kajian terkait dengan penggunaan instagram dalam meningkatkan awareness dari PT.SIER. Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif dengan analisis secara deskriptif. Penelitian ini dilakukan saat melakukan magang merdeka belajar selama 1 semester. Hasil penelitian menunjukkan strategi sosial media marketing PT.SIER pada instagram dengan menggunakan kegiatan setiap hari sebagai konten. Selain itu juga melakukan kolaborasi dengan influencer untuk memperluas pasar. Sehingga dapat dikatakan bahwa penggunaan media sosial instagram berhasil meningkatkan awareness PT.SIER seiring dengan hasil engagement yang terus naik.

Kata Kunci: Media Sosial, Digital Marketing, Awareness

ABSTRACT

The development of technology gave rise to a digital marketing strategy. Social media has become one of the places where unlimited millions of people gather to exchange information and socialize. It is used by PT.SIER in raising awareness on its product which is an enterprise of the property industry. The use of social media is interesting to study, especially its impact on companies. So the author is interested in doing research related to the use of instagram in increasing

awareness of PT.SIER. This research uses qualitative type with analysis descriptively. The research was conducted during an independent study internship for one semester. Research results showed PT.SIER's social media marketing strategy on instagram by using daily activities as content. Besides, it also collaborates with influencers to expand the market. So it can be said that the use of social media instagram has improved the awareness of PT.SIER along with the increasing engagement results.

Keywords: *Social Media, Digital Marketing, Awareness*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang terus meningkat membuat jumlah pengguna internet juga semakin tinggi setiap tahunnya. Pengguna internet di Indonesia pada awal 2021 ini mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 15,5 persen atau 27 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020 lalu. Total jumlah penduduk Indonesia sendiri saat ini adalah 274,9 juta jiwa. Ini artinya, penetrasi internet di Indonesia pada awal 2021 mencapai 73,7 persen. Hal tersebut dimuat dalam laporan terbaru yang dirilis oleh layanan manajemen konten HootSuite, dan agensi pemasaran media sosial We Are Social dalam laporan bertajuk "Digital 2021" (Adhinisa,2017).

Social media marketing adalah kategori pemasaran digital melalui media sosial di mana perusahaan menggunakan media sosial untuk memasarkan barang, jasa, merek, atau masalah dengan memanfaatkan khalayak yang berpartisipasi di media sosial. Dibandingkan dengan sosial media lainnya, Instagram memiliki fitur live video dan dapat menyampaikan pesan merek melalui foto atau video berdurasi satu menit (Ardianti,2020). Instagram adalah platform pemasaran yang lebih populer daripada Facebook, menurut penelitian Forrester Research. Majalah Forbes bahkan menyebutnya sebagai alat penjualan yang kuat.

Di era digitalisasi seperti saat ini, sebuah Perusahaan perlu beradaptasi dengan perkembangan zaman. Salah satunya adalah PT Surabaya Industrial Estate Rungkut atau biasa disingkat menjadi PT. SIER adalah perusahaan yang bergerak di bidang pembangunan dan pengelolaan kawasan industri. Walaupun ranah

perusahaan tidak berhubungan dengan dunia digital, namun tetap diperlukan pemanfaatan media digital agar mampu memperluas jangkauan dan meningkatkan daya saing perusahaan.

Dalam pelaksanaannya, PT SIER melakukan pengembangan sosial media marketing berupa Instagram, Tiktok dan LinkedIn. Hal ini sesuai dengan fenomena saat ini dimana media sosial marak digunakan seluruh masyarakat dari berbagai kalangan. Maka dari itu, diperlukan strategi untuk mengembangkan project digital marketing di PT SIER ini. Dari latar belakang tersebut, penulis mengangkat bahasan dengan judul “Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Industri Properti PT.SIER dalam Meningkatkan Awareness ”

KAJIAN TEORI

1. Digital Marketing

Sosial media adalah alat yang sangat penting untuk menyebarkan informasi kepada audience dan orang lain di era digital saat ini. Mereka memungkinkan setiap orang untuk berbagi aktivitas dan keseharian mereka. Media sosial adalah platform di mana orang berbagi teks, gambar, suara, dan video untuk memberikan informasi kepada orang lain dan organisasi (Dian et al., 2018).

Aplikasi yang berkaitan dengan teknologi digital di mana komunikasi terjadi didefinisikan sebagai digital marketing. Komunikasi digital menghasilkan tujuan pemasaran. Namun, Dedi (2017) menyatakan bahwa digital marketing adalah kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan internet, yaitu media web, sosial media, email, database, mobile, dan televisi digital. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan target konsumen tentang profil, perilaku, nilai produk, dan loyalitas konsumen. Selain itu, mereka dapat menggunakan platform diskusi bebas untuk menyatukan pelanggan dan penjual.

Didasarkan pada penjelasan di atas, digital marketing adalah pemasaran produk dan jasa melalui internet menggunakan media internet, media sosial,

email, database, perangkat seluler/nirkabel, dan televisi digital. Calon pelanggan dapat memperoleh berbagai informasi tentang produk dan melakukan transaksi, yang membuat strategi digital marketing ini lebih menguntungkan. Konsumen juga dididik tentang cara memasarkan produk melalui media sosial dan pasar. Mereka juga diajarkan tentang kemasan dan ajakan yang menarik. Pelatihan ini juga membantu masyarakat memahami teknologi dan menggunakannya sebaik mungkin dalam kehidupan sehari-hari.

Selain itu, adanya marketplace atau akun sosial media dapat memberi tahu orang tentang teknologi pemasaran. Terutama, alat media sosial yang tersedia dapat membantu dan memudahkan kampanye pemasaran, seperti Instagram, yang memiliki fitur Akun Bisnis, yang memungkinkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis mereka di platform tersebut dan mengoptimalkan kegiatan bisnis mereka di sana. Menurut Rachmawati (2018), organisasi dari berbagai ukuran dapat menggunakan fitur ini untuk memperkenalkan profil bisnisnya, mengumpulkan informasi tentang kiriman dan pengikut, dan mempromosikan kiriman untuk mendukung tujuan bisnis.

2. Media Sosial

Dengan berkembangnya teknologi media promosi, salah satunya adalah melalui media internet. Dengan menggunakan media internet, perusahaan tidak perlu mengeluarkan banyak uang untuk mempromosikan produk mereka, proses promosi menjadi lebih mudah, dan jangkauannya menjadi lebih luas (Khamaria:2019). Menurut Van Dijk, media sosial adalah platform media yang berfokus pada eksistensi pengguna dan memungkinkan pengguna untuk berkolaborasi dan beraktivitas. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai media (fasilitator) online yang menciptakan ikatan sosial dan memperkuat hubungan antar pengguna. Sebaliknya, Boyd menggambarkan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan orang dan komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan, dalam beberapa kasus, berkolaborasi atau bermain bersama. Selain itu, media sosial memiliki kekuatan karena konten yang dibuat oleh pengguna (UGC), yang berarti bahwa

konten dibuat oleh pengguna sendiri, bukan oleh editor seperti yang terjadi di perusahaan media massa (Rulli Nasrullah:2015).

Media sosial memungkinkan pengguna untuk melakukan komunikasi dengan jutaan pengguna lainnya, hal ini merupakan suatu kesempatan bagi para pengusaha untuk digunakan sebagai salah satu alat komunikasi pemasaran (La Moriansyah:2015). Keuntungan dalam menggunakan media sosial sebagai alat marketing diantaranya:

- a. Menyediakan ruang dengan tidak hanya untuk memasarkan produk atau jasa kepada pelanggan namun juga untuk mendengarkan keluhan dan saran dari pelanggan.
- b. Mempermudah dalam mengidentifikasi berbagai kelompok atau pengaruh antara berbagai kelompok, yang dapat menjadi pemberi informasi tentang merek dan dapat membantu dalam pertumbuhan merek.
- c. Biaya yang rendah karena sebagian besar situs jejaring sosial gratis

3. Instagram

Instagram adalah salah satu platform media sosial terpopuler di dunia, terutama di kalangan remaja. Jumlah pengguna aktif Instagram global mencapai 1,07 miliar pada kuartal pertama 2021. Menurut We Are Social (Kang,2019)Jumlah pengguna Instagram di Indonesia adalah 91,77 juta per Juli 2021. Sebanyak 36,4 persen dari pengguna berasal dari kelompok usia 18 hingga 24 tahun. Instagram adalah platform media sosial ketiga paling populer setelah WhatsApp dan YouTube. Instagram adalah salah satu platform media sosial yang paling menarik bagi bisnis. Berbagai fitur disediakan untuk mempermudah akses ke informasi, yang dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis atau usaha yang dimiliki.

Pemasaran melalui instagram memberikan manfaat berupa tersampainya informasi kepada publik dan dari informasi ini nantinya diharapkan bisa menambah pengetahuan yang bermanfaat bagi siapa saja yang

melihat dan membacanya. Puntoadi menyatakan penggunaan media sosial berfungsi sebagai berikut (Rifaldi,2020) :

- a. Kelebihan dalam membangun personal branding melalui media sosial adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audiens lah yang akan menentukan. Berbagai media sosial dapat dijadikan media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mendapatkan popularitas di media sosial.
- b. Media sosial memberikan kesempatan kepada penjual untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual. Dengan media sosial para pemasar bisa mengetahui dan memahami kebiasaan konsumen atau pelanggan dan melakukan hubungan secara personal serta membangun keterikatan lebih dalam

Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa manfaat media sosial termasuk instagram bagi pelaku usaha adalah untuk memperjelas dan mempermudah promosi serta memudahkan pelaku usaha untuk menjalin hubungan dengan calon pembeli dengan mengetahui bagaimana penilaian mereka terhadap produk yang kita promosikan.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, dimana data dikumpulkan untuk memilih dan menentukan antara satu atau lebih dari dua variabel (Murti et.al, 2021). Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari primer dan sekunder. Sumber primer diperoleh dari kegiatan observasi yang dilaksanakan saat melakukan magang merdeka belajar kurang lebih 1 semester. Sumber sekunder diperoleh dengan membaca literatur, seperti artikel, jurnal ilmiah, buku, dan berita.

Secara generalisasi subjek penelitian dalam penulisan ini adalah divisi marketing PT.SIER, sedangkan secara spesifik penulis akan melakukan pengamatan pada media sosial Instagram milik perusahaan. Penulis menggunakan media perantara yang dapat membantu observasi lapangan selama tahap

pengumpulan data. Setelah pengumpulan data selesai, proses analisis data dilakukan secara kualitatif. Menurut Bogdan (dalam Sugiyanto, 2018, hlm. 334), analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis dari catatan lapangan, hasil wawancara, dan sumber lain untuk membuat data lebih mudah dipahami dan hasilnya juga diketahui orang lain.

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

PT Surabaya Industrial Estate Rungkut atau biasa disingkat menjadi PT SIER adalah sebuah perusahaan yang mengelola kawasan industri seluas 332 hektar di perbatasan Surabaya dan Sidoarjo. Berdasarkan Anggaran Dasar, maksud dan tujuan pendirian PT SIER adalah untuk melakukan usaha di bidang pembangunan dan pengelolaan kawasan industri (industrial estate) serta bidang-bidang lainnya sesuai dengan kemampuan finansial dan manajemen yang tersedia untuk menghasilkan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat untuk mendapatkan/mengejar keuntungan guna meningkatkan nilai Perseroan dengan menerapkan prinsip-prinsip Perseroan Terbatas.

Pengembangan kawasan industri di Indonesia dilakukan oleh pemerintah dengan membentuk proyek proyek Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) yang secara lebih lanjut berstatus Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dengan perbandingan kerjasama antara Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Kabupaten/Kota berbanding 60 : 30 : 10 (Lesmana,2016). Hal ini juga sejalan dengan program Kemendikbud Ristek dalam mengadakan program magang bersertifikat pada perusahaan naungan BUMN. Pada kesempatan yang ada ini penulis mendaftar di PT.SIER pada divisi pemasaran, pemilihan ini sesuai dengan jurusan dan orientasi pekerjaan kedepannya. Secara spesifik penulis mendapatkan bagian pada pelayanan dan hubungan terhadap konsumen. Pada divisi ini penulis diberikan penting sebagai penghubung antara pelanggan dengan perusahaan

PT Surabaya Industrial Estate Rungkut atau biasa disingkat menjadi PT SIER adalah sebuah perusahaan yang mengelola kawasan industri seluas 332 hektar di perbatasan Surabaya dan Sidoarjo. Berdasarkan Anggaran Dasar, maksud dan tujuan pendirian PT SIER adalah untuk melakukan usaha di

bidang pembangunan dan pengelolaan kawasan industri (industrial estate) serta bidang-bidang lainnya sesuai dengan kemampuan finansial dan manajemen yang tersedia untuk menghasilkan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat untuk mendapatkan/mengejar keuntungan guna meningkatkan nilai Perseroan dengan menerapkan prinsip-prinsip Perseroan Terbatas.

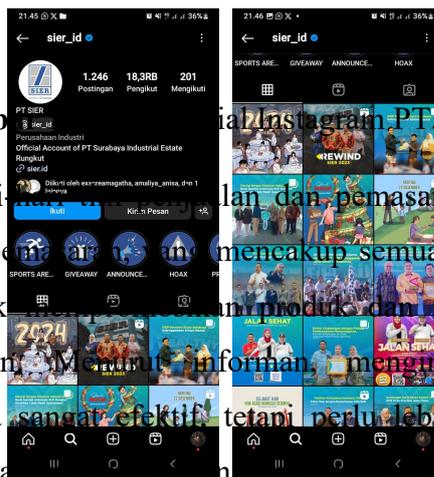
Social media marketing memiliki tujuan beragam, yang semuanya bertujuan untuk memperkuat merek, meningkatkan kehadiran online, dan mendorong interaksi dengan konsumen. Salah satu tujuan utama social media marketing adalah meningkatkan kesadaran tentang merek atau bisnis di kalangan audiens yang lebih luas. Dengan memanfaatkan platform media sosial populer, bisnis dapat memperkenalkan merek mereka kepada audiens yang mungkin belum pernah terpapar sebelumnya. Media sosial memungkinkan bisnis untuk menjangkau audiens yang lebih luas, hingga daerah di luar wilayah geografis.

Melalui berbagai fitur pengelompokan dan penargetan, bisnis dapat menyesuaikan kampanye pemasaran, agar sesuai dengan karakteristik demografis, minat, serta preferensi audiens di berbagai daerah. Media sosial juga berperan sebagai alat untuk menjaga komunikasi dengan konsumen atau Customer Relationship Management (CRM) yang efektif. Melalui interaksi langsung dengan konsumen di platform media sosial, bisnis dapat merespons pertanyaan, memberikan dukungan, menangani keluhan, dan menjaga komunikasi yang positif. Tidak hanya itu, hal ini juga dapat membangun hubungan jangka panjang dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Salah satu strategi yang digunakan oleh PT. SIER ialah instagram. Pada prakteknya ini media tersebut sekaligus menjadi pengabadian momen yang ada. Hal ini juga sebagai bentuk dari peningkatan nama PT.SIER. Pembahasan ini berdasarkan wawancara yang dilakukan antara penulis dengan informan yaitu anggota dari sales and marketing. Wawancara ini dimaksudkan untuk menggali informasi lebih dalam tentang komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk mengembangkan brand-nya yang disambungkan dengan teori terkait yakni

teori aida yang merupakan bagian dari komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran dan merek.

Gambar 1.1 Profil Instagram PT.SIER



Kegiatan sehari-hari pemasaran dan pemasaran PT.SIER mencakup konsep komunikasi pemasaran yang mencakup semua jenis komunikasi yang digunakan tim untuk mempromosikan produk dan mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan. Melalui informasi, menginformasikan pelanggan melalui sosial media sangat efektif tetapi perlu lebih banyak upaya untuk mendapatkan perhatian pelanggan. Di karena perlu membuat konten yang menarik bagi pelanggan agar mereka tertarik dengan apa yang dipromosikan Harper, sehingga meningkatkan penjualan. Selain itu, PT.SIER memanfaatkan lokasinya yang strategis untuk meningkatkan pasar sasarannya, karena berada di kota industri.

Selain itu, PT.SIER berkolaborasi dengan influencer untuk memperkenalkan lebih luas wilayah sebagai produk dari PT.SIER. Tujuan lainnya adalah agar properti PT.SIER dapat disewa oleh masyarakat umum. Dengan strategi-strategi ini, kita dapat mengetahui bahwa influencer memiliki kekuatan yang luar biasa untuk meningkatkan penjualan produk dan meningkatkan citra merek. sehingga akan berdampak pada pilihan pelanggan serta target marketing yang akan ditetapkan oleh perusahaan di masa mendatang.



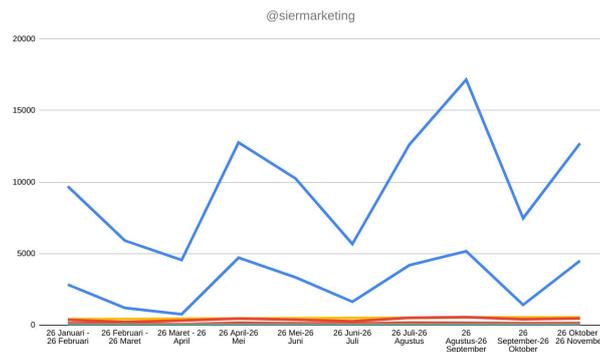
Gambar 2. Contoh Konten Instagram PT.SIER

Konten yang di produksi dari instagram memperlihatkan strategi soft selling dengan memaparkan prestasi dan moment kerjasama yang dijalin oleh PT.SIER sebagai berikut:



Gambar 3. Konten Kolaborasi Bersama Influencer

Hal ini dapat dikatakan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai sebuah media dalam memperkuat awareness perusahaan berhasil. Berikut merupakan data enggetment yang didapatkan dari Instagram:



Gambar 4. Peningkatan Enggetment Instagram PT.SIER

Berdasarkan pada perolehan hal ini peranan media sosial Instagram dikatakan berhasil untuk meningkatkan awareness perusahaan. Dengan media sosial tersebut citra produk pada perusahaan akan meningkat dan diketahui oleh pasar yang lebih luas. Selain itu, strategi pengabdian moment pada konten juga sebagai bentuk peningkatan loyalitas pada pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil yang ada diatas dapat disimpulkan bahwa PT.SIER menggunakan media sosial instagram sebagai bentuk dari penerapan sosial media marketing. Selain itu, penggunaanya digunakan sebagai pengabdian momen bersama pelanggan. Hal ini secara tidak langsung memberikan dampak pada peningkatan awareness PT.SIER di media sosial. Hal ini didasarkan pada kenaikan jumlah engagement di media sosial instagram. Selain itu, konten tersebut digunakan sebagai pengapresiasian loyalitas dari pelanggan. Penelitian ini perlu dilakukan secara kuantitatif dalam memberikan presentasi pembangunan awareness berdasarkan konsumsi konten sosial media instagram PT.SIER.

DAFTAR PUSTAKA / REFERENCES

- Adhanisa, C. dan Fatchiya, A.2017.Efektivitas Website Dan Instagram Sebagai Sarana Promosi Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat', Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, 1(4), pp. 451–466.
- Ardianti, F.2020. Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Desa Wisata Malasari, Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor, Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM], 4(6), pp. 796–809.
- Diana & Mohamad syahriar. 2018. Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. Jurnal Manajemen Komunikasi. Vol 3. No. 1.

Kang, X., Chen, W., & Kang, J.2019. Art in the age of social media: Interaction behavior analysis of instagram art accounts. *Informatics*, 6(4).
<https://doi.org/10.3390/informatics6040052>

Khamaria, Desi. 2019. Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Bekas Pada Usaha Ayano Motor Di Perawang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. Riau : UIN SUSKA RIAU.

La Moriansyah. 2015.Pembahasan Melalui Media Sosial : Antecedents dan Consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* Vol. 19 No.3, Desember 2015.

Novita, D., & Yuliani, N.2022. Tiktok Ads, DigitalMarketing Baru UntukMemperluas Pasar Dan Meningkatkan ValueMerek Dagang (Studi kasus: Ramadan 2020). *ikraith-informatika*, 6(1), 20-29.

Rachmawati, Fitri. 2018. Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Jurusan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi. Surabaya.

Rifaldi, W.2020.Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman Di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @ tempatbiasa . kopi)', *Ilmu Komunikasi*, p. 8.

Rulli Nasrullah. 2015. Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositeknologi. Simbiosis : Rekatama Media.