

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Sejarah Perusahaan Perumdam Tirta Wijaya**

Perumdam Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap merupakan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Pemerintah Kabupaten Cilacap yang bergerak dalam bidang penyediaan air bersih untuk wilayah Kabupaten Cilacap. Perumdam Tirta Wijaya memiliki beberapa instalasi pengolahan air bersih yang terdapat di masing-masing cabang, yaitu Cabang Majenang, Cabang Sidareja, Cabang Jeruk Legi, Kecamatan Kesugihan, Kota Cilacap, Kecamatan Maos, Kecamatan Kroya, Kecamatan Adipala Dan Sampang. Untuk kebutuhan air baku, Perumdam Tirta Wijaya menggunakan sumber air baku yang berasal dari Sungai Serayu, Sungai Citanduy, Sungai Cijalu, dan Mata air Pamijahan.

Untuk mendistribusikan air hasil produksi kepada seluruh pelanggan, Perumdam Tirta Wijaya menerapkan dua sistem yaitu Sistem Gravitasi (menggunakan bak penampung/reservoir) dan Sistem Pemompaan (menggunakan *booster pump*). Dengan metode gravitasi layanan dapat berjalan secara terus menerus selama 24 jam. Namun, untuk pemompaan tidak selalu dapat berjalan sepanjang hari, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memperpanjang usia pompa dan juga penghematan biaya tenaga listrik.

### **1.1.2 Logo dan Makna Logo Perumdam Tirta Wijaya**

Berikut ini merupakan logo dari Perumdam Tirta Wijaya Cilacap



**Gambar 1.1**  
**Logo Perumdam Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap**  
**Sumber: Perumdam Tirta Wijaya, 2022**

#### **A. Makna dan Arti Lambang**

1. Huruf “T” merupakan inisial dari Tirta (air).
2. Huruf “W” merupakan inisial dari Wijaya (kemakmuran/kejayaan).
3. Tirta Wijaya mempunyai arti air untuk kemakmuran atau kejayaan.

#### **B. Makna Warna**

1. Warna Hijau melambangkan air yang berasal dari alam.
2. Warna Biru Muda melambangkan pengolahan.
3. Warna Biru Tua melambangkan air minum yang didistribusikan ke masyarakat.

#### **C. Bentuk Logo**

Bentuk logo didesain seperti bunga Wijaya Kusuma yang sedang mekar mengarah ke langit, melambangkan sebagai sebuah harapan dan panjatan doa kepada Allah Yang Maha Kuasa demi terwujudnya Perusahaan Umum Daerah Air Minum Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap yang Jaya dan Makmur.

### 1.1.3 Visi dan Misi Perumdam Tirta Wijaya

Berikut ini adalah Visi dan Misi Perumdam Tirta Wijaya :

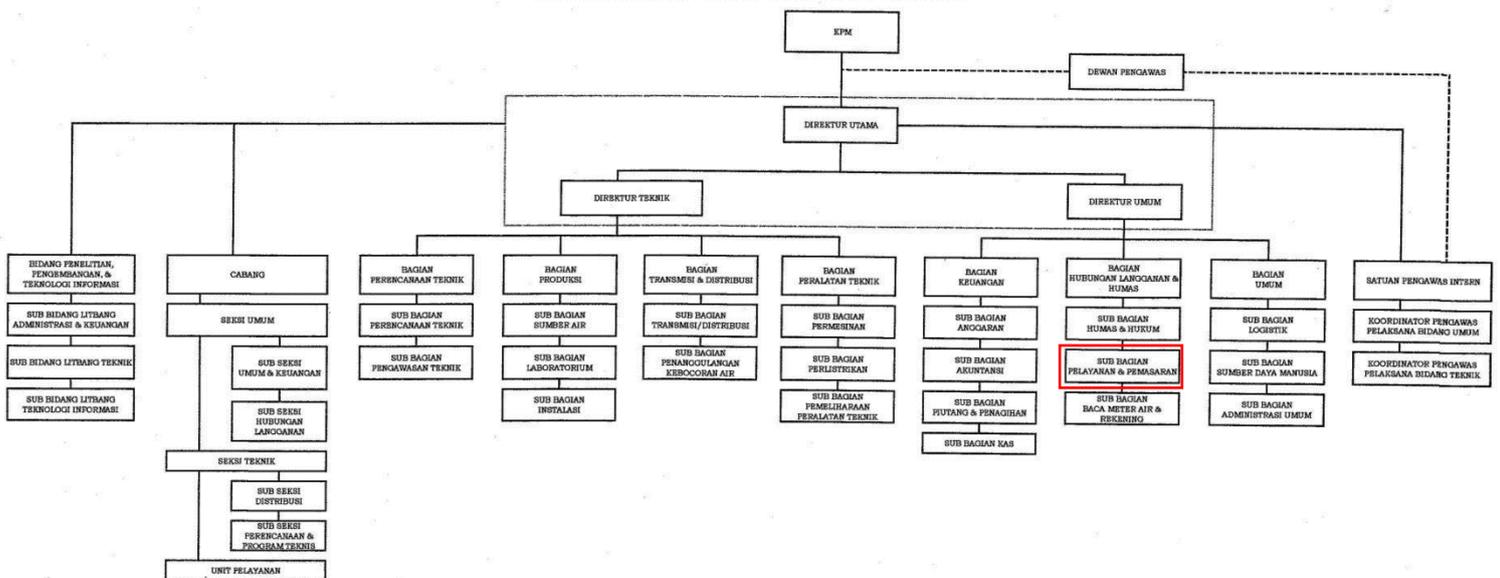
1. Visi

**“Terwujudnya Perusahaan Yang Maju Dan Mandiri Dengan Pelayanan Prima”.**

2. Misi

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.
- b. Memperluas cakupan pelayanan.
- c. Menjadikan perusahaan yang maju dan berbasis teknologi.
- d. Memberikan kontribusi pada pembangunan daerah.
- e. Meningkatkan profesionalisme karyawan.

### 1.1.4 Struktur Organisasi



**Gambar 1.2**  
**Struktur Organisasi Perumdam Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap**  
*Sumber : Perumdam Tirta Wijaya, 2022*

Kegiatan pemasaran Perumdam Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap menjadi tanggung jawab Sub Bagian Pelayanan dan Pemasaran, salah satu sub bagian dari Bagian Hubungan Langanan dan Hubungan Masyarakat yang berada di bawah direksi Direktur Umum. Sub Bagian Pelayanan dan Pemasaran bertugas untuk menentukan cara dan metode terbaik untuk

memberikan pelayanan yang prima kepada para konsumen serta menawarkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, dengan demikian, kepuasan konsumen dapat tercapai dengan maksimal.

#### **1.1.5 Produk Perumdam Tirta Wijaya**

Berikut merupakan produk atau layanan yang diberikan oleh Perumdam Tirta Wijaya, antara :

1. Balik nama pelanggan  
Membayar biaya balik nama sebesar Rp. 10.000,- (sepuluh ribu rupiah)
2. Pindah *water* meter  
Membayar biaya administrasi Rp. 50.000 (lima puluh ribu rupiah).  
Untuk memenuhi material disesuaikan dengan kondisi di lapangan.
3. Pemutusan / penutupan sementara
  - a. Atas permintaan sendiri.
  - b. Pemohon adalah pemilik rumah atau orang lain yang telah dikuasakan jika dalam 3 (tiga) bulan tidak ada penyelesaian administrasi akan dilakukan pembongkaran.
  - c. Apabila melebihi batas waktu yang telah ditentukan, akan mengajukan penyambungan kembali dianggap sebagai pemohon baru dengan dikenakan biaya sambung baru air minum sesuai ketentuan yang berlaku di Perumdam Tirta Wijaya.
4. Pembelian air menggunakan mobil tangki
  - a. Pemohon adalah pelanggan Perumdam Tirta Wijaya.
  - b. Pembayaran harus tunai, dengan harga yang sudah diklasifikasikan menjadi 4 (empat) golongan, yaitu : Rumah Tangga, Niaga, Industri dan Kapal serta disesuaikan dengan jarak tempuh.

## 1.2 Latar Belakang

Perkembangan dunia dewasa ini tidak dapat dipisahkan dari teknologi dan internet. Teknologi dan internet telah maju lebih cepat daripada inovasi apa pun dalam sejarah, menjangkau sekitar 50 persen populasi dunia hanya dalam dua dekade dan mengubah tatanan masyarakat. Dengan meningkatkan konektivitas, inklusi keuangan, akses ke perdagangan dan pelayanan publik, teknologi memiliki pengaruh yang sangat besar dalam perkembangannya yang pesat (PBB, 2020).

Perkembangan pesat teknologi, internet, dan media sosial juga terjadi di Indonesia. Dengan jumlah penduduk sebanyak 277,7 juta jiwa per Februari 2022, angka penetrasi pengguna internet di Indonesia menyentuh (204,7 juta) dengan pengguna media sosial sebanyak 191.4 juta (93,5 % dari pengguna internet). Terlebih di masa pandemi, di mana Indonesia mengalami peningkatan pengguna internet sebesar 14,9% dari tahun 2020 (176 juta) ke 2021 sebesar 1,1%. Peningkatan pengguna media sosial di Indonesia juga terus mengalami tren naik. Dari beberapa media sosial yang sekarang tersedia, WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, dan Telegram secara berturut-turut menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh pengguna media sosial Indonesia (Data Reportal, 2022).



Gambar 1.3

*Essential Digital Headlines: Indonesia*

*Sumber:* Hootsuite, 2022

Salah satu media sosial yang paling sering dimanfaatkan sebagai media promosi dan peningkatan interaksi dengan konsumen adalah Instagram.

Potensial jangkauan periklanan pada media sosial Instagram mencapai angka 1,48 miliar pengguna, di mana angka ini mencakup 29,9% dari total pengguna internet. Dengan demikian, memiliki akun media sosial Instagram dapat menjadi cara bagi suatu perusahaan/bisnis untuk menjangkau audiens/pasar yang lebih luas, meningkatkan angka penjualan, mengoptimalkan visibilitas online, membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, serta dapat mengenali pelanggan dengan baik (Data Reportal, 2022).

Gcabashe (2020) mengungkapkan jika organisasi saluran distribusi produk yang lebih efektif, perlu secara aktif menerapkan teknologi pemasaran digital modern dalam proses distribusi produk, yang akan membantu membentuk basis pelanggan dan mengembangkan komunikasi jangka panjang dengan pelanggan potensial. Pada penelatan yang dilakukan Salazar (2018) menunjukkan penggunaan konten *marketing* membantu meningkatkan volume penjualan.

Pasar Perumdam Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap termasuk dalam struktur pasar monopoli. Nadi, Utami, dan Sari (2021) mengemukakan bahwa monopoli adalah suatu bentuk pasar di mana hanya terdapat satu perusahaan saja, tidak adanya substitusi produk yang mirip, dan terdapat hambatan untuk masuk ke pasar. Suatu pasar monopoli dapat timbul karena perusahaan monopoli mempunyai suatu sumber daya tertentu yang unik dan tidak dimiliki perusahaan lain, dapat menikmati skala ekonomi hingga ke tingkat produksi yang sangat tinggi, dan terwujud serta berkembang melalui undang-undang dimana pemerintah memberikan hak monopoli kepada perusahaan tersebut. Pasar monopoli adalah industri satu perusahaan, dimana tidak terdapat barang pengganti yang mirip dan tidak terdapat kemungkinan bagi perusahaan lain untuk masuk ke dalam industri tersebut karena adanya suatu hambatan yang sangat tangguh. Oleh karenanya, suatu perusahaan monopoli dapat menjadi penentu harga (*price setter*) dan tidak memerlukan iklan sebagai media promosi produknya, melainkan hanya untuk menjaga hubungan baik dengan para pelanggannya.

Walaupun demikian, Perumdam Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap telah memiliki akun media sosial Instagram untuk melakukan pemasaran serta menjaga hubungan baik dengan para pelanggan melalui media sosial. Akun Instagram tersebut beralamatkan @perumdam.tirtawijaya yang dibuat pada tahun 2018. Penerapan yang dilakukan ini membantu Perumdam untuk menarik audiens, salah satunya dengan pembuatan konten. Berikut beberapa konten pertama pada akun Instagram @perumdam.tirtawijaya:



Gambar 1.4

Konten Pertama Instagram Perumdam

Sumber: <https://instagram.com/perumdam.tirtawijaya>, 2022

Pada gambar 1.4 merupakan konten pertama yang telah dibuat oleh Perumdam. Namun berdasarkan dari hasil implementasi tersebut konten tersebut kurang menarik. Oleh karena itu, penulis memilih akun Instagram @perumdam.tirtawijaya milik Perumdam Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap sebagai objek penelitian dengan judul “Pengembangan Konten *Social Media Marketing* Menggunakan Instagram @perumdam.tirtawijaya Pada Perumdam Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap”.

Selama melaksanakan penelitian, peneliti menjumpai beberapa kendala. Perumdam Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap masih memiliki rantai birokrasi yang panjang serta kaku, sehingga hal ini membatasi keleluasaan dalam pengembangan konten *social media marketing* pada akun Instagram

@perumdam.tirtawijaya. Pegawai yang bertugas untuk mengelola akun Instagram milik Perumdam Tirta Wijaya juga belum menguasai teknologi secara baik, terkhusus lagi fitur-fitur pada media sosial Instagram yang dapat dimanfaatkan untuk memaksimalkan pemasaran, seperti Insight yang dapat menjadi alat analisa dan evaluasi terhadap performa suatu akun Instagram Business.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dan penjelasan yang telah dikemukakan dalam latar belakang di atas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan konten *social media marketing* pada Instagram @perumdam.tirtawijaya Perumdam Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap?
2. Bagaimana penerapan konten *social media marketing* pada Instagram @perumdam.tirtawijaya Perumdam Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap?
3. Bagaimana evaluasi konten *social media marketing* dengan platform yang lain pada Instagram @perumdam.tirtawijaya Perumdam Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui perencanaan pembuatan konten *social media marketing* pada Instagram @perumdam.tirtawijaya Perumdam Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap.
2. Untuk mengetahui penerapan konten *social media marketing* pada Instagram @perumdam.tirtawijaya Perumdam Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap.
3. Untuk mengetahui evaluasi konten *social media marketing* pada Instagram @perumdam.tirtawijaya Perumdam Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap.

## 1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan, baik untuk aspek teoritis maupun aspek praktis. Adapun kegunaan yang diharapkan dapat diperoleh dari analisis ini adalah sebagai berikut:

### 1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan pemahaman dalam bidang Manajemen Pemasaran. Khususnya mengenai penerapan strategi pemasaran menggunakan promosi sosial media untuk melakukan komunikasi dalam hal promosi apakah sudah tepat atau belum. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat untuk mengetahui bagaimana proses kegiatan promosi melalui sosial media, bukan hanya melalui teori saja, serta dapat digunakan sebagai bahan referensi dan tambahan pengetahuan bagi penelitian selanjutnya.

### 2. Aspek Praktik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pandangan terhadap keberhasilan atau kegagalan dalam melakukan komunikasi dan promosi untuk mencapai target yang ditetapkan. Selain itu hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan untuk Perumdam Tirta Wijaya dalam mempertahankan kelangsungan usaha agar dapat semakin berkembang di masa yang akan datang.

## 1.6 Batasan Masalah

Beberapa batasan yang diterapkan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel yang menjadi fokus pembahasan pada penelitian ini adalah perancangan, penerapan, dan evaluasi konten *social media marketing* pada media sosial Instagram.
2. Objek penelitian ini adalah Akun Instagram @perumdam.tirtawijaya milik Perumdam Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap
3. Periode pelaksanaan penelitian ini dimulai dari bulan Januari hingga April tahun 2022.

## **1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir**

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

### **a. Bab I Pendahuluan**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

### **b. Bab II Tinjauan Pustaka**

Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan.

### **c. Bab III Metode Penelitian**

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

### **d. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada bab ini hasil penelitian dan pembahasannya diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sistematika pembahasan ini jelas luas cakupan, batas dan benang merahnya dengan menjelaskan sub – judul tersendiri seperti hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

### **e. Bab V Kesimpulan dan Saran**

Dalam bab ini menjelaskan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti serta keseluruhan bab yang berada dalam penelitian ini dalam bentuk kesimpulan. Kesimpulan tersebut merupakan jawaban dari perumusan masalah dan adanya saran atau solusi.