

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

PT Lombok Gandaria merupakan perusahaan yang bergerak di industri makanan. Perusahaan ini didirikan oleh Ibu Maria Ingrid pada tahun 1973 dikediamannya yang beralamat di Jl. Warung Miri, Surakarta. Produknya diberi nama dagang “Lombok Gandaria” yang menggambarkan adanya komposisi rempah-rempah yang digunakan dalam proses pembuatan kecap.

Produk utama yang diproduksi oleh PT Lombok Gandaria adalah kecap manis, selain itu juga memproduksi kecap asin, saus, dan cuka makan. PT Lombok Gandaria diawali dengan memproduksi kecap manis dan kecap asin. Rumah produksi berpindah di Jl. Sorogenen, Surakarta pada tahun 1977, karena produksinya semakin meningkat, hingga akhirnya tahun 1982 rumah produksi berpindah di Jaten, Karanganyar hingga saat ini dan terus berkembang dengan memproduksi saus, dan cuka makan.

Pada tahun 2008 sampai sekarang PT Lombok Gandaria diwariskan ke generasi berikutnya, yaitu Bapak Gunawan Pranoto dan tetap mempertahankan proses pembuatan kecapnya secara alami dan juga melakukan berbagai perbaikan untuk terus memajukan PT Lombok Gandaria. Tahun 2013 PT Lombok Gandaria menjadi pionir perusahaan kecap pertama yang memiliki SNI 3543 : 2013. Pada tahun 2015 PT Lombok Gandaria menerapkan sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2015 dan memiliki sertifikat Halal. PT Lombok Gandaria juga telah menembus pasar Internasional dengan memasarkan produknya ke beberapa negara, seperti Arab Saudi, Spanyol, dan Belanda. Di Indonesia sendiri produknya juga telah dipasarkan ke beberapa kota besar di Jawa Tengah, Jawa Timur, Daerah Istimewa Yogyakarta, dan di beberapa pulau di Indonesia.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi:

Menjadi perusahaan terdepan dalam industri makanan dan minuman yang berkualitas dengan keunggulan produk dan pelayanan yang berorientasi pada loyalitas pelanggan.

b. Misi:

1. Membangun totalitas terhadap kualitas produk dan pelayanan
2. Membangun sikap kerja dan komitmen terhadap kualitas
3. Memberikan nilai tambah terhadap proses dan produk

1.1.3 Logo dan Makna Logo



GAMBAR 1. 1

Logo PT Lombok Gandaria

Sumber: <https://www.loganfood.com> 2023

1.1.4 Produk Perusahaan

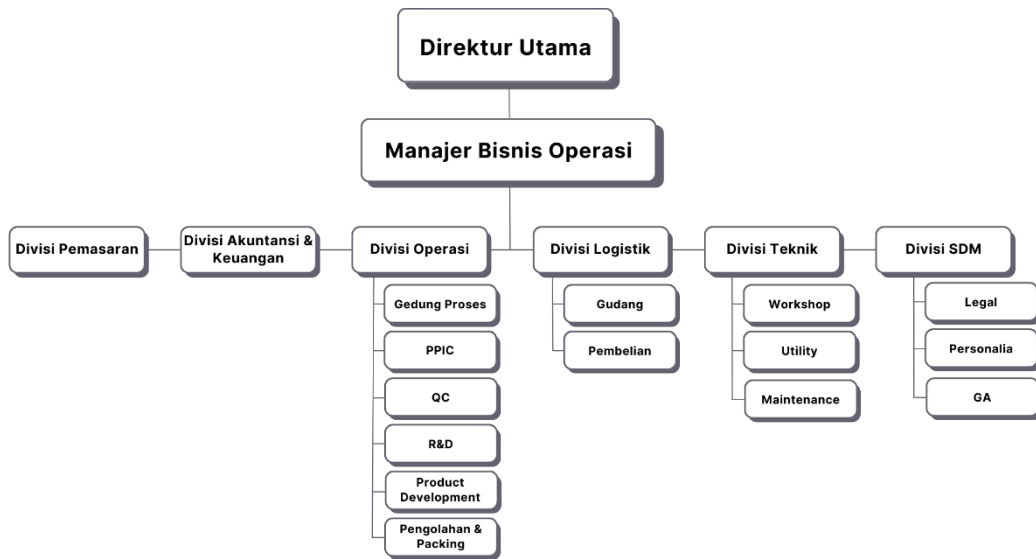
TABEL 1. 1

Produk PT Lombok Gandaria

No.	Nama Produk	Jenis Produk
1.	Kecap Manis	 Kecap Manis Merah  Kecap Manis Tosca

Sumber: Data Perusahaan, 2023

1.1.5 Struktur Organisasi

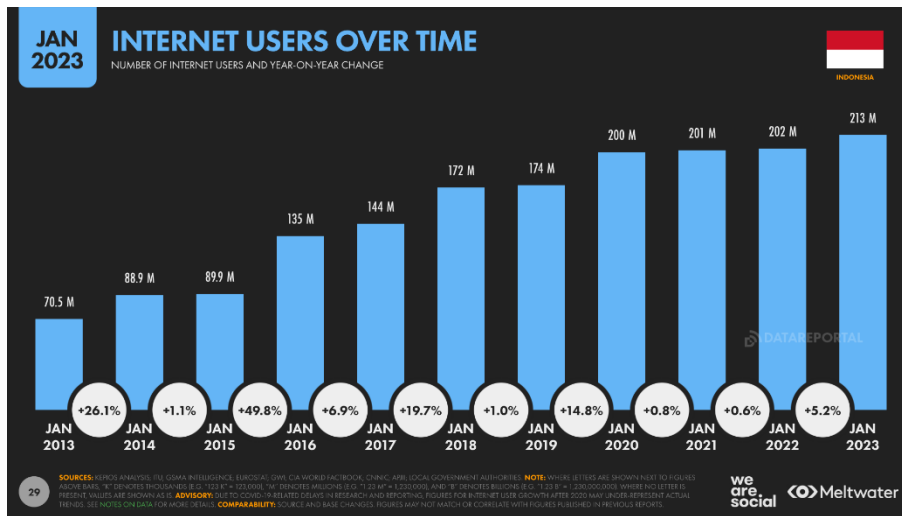


GAMBAR 1. 2
Struktur Organisasi PT Lombok Gandaria

Sumber: Data Perusahaan, 2023

1.2 Latar Belakang

Setiap harinya teknologi terus mengalami perubahan dan terus berkembang dengan menghasilkan teknologi-teknologi baru yang dapat membantu jalannya kehidupan manusia sekarang ini. Sejalan dengan berkembangnya teknologi, muncul internet sebagai salah satu hasil dari perkembangan teknologi dalam jejaring sosial. Internet sudah menjadi kebutuhan primer di zaman perkembangan teknologi yang pesat ini. Menurut *We Are Social*, pengguna internet di Indonesia per Januari 2023 sebanyak 213 juta orang. Jika dibandingkan dengan tahun 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia naik sebanyak 5,2% (didukung oleh <https://datareportal.com/> 2023).

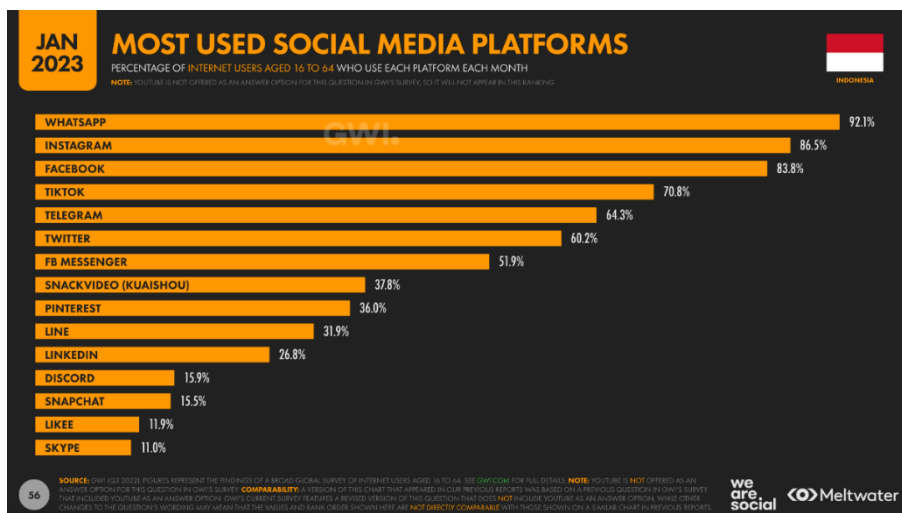


GAMBAR 1.3

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2012-2023

Sumber: <https://datareportal.com/> 2023

Teknologi dalam komunikasi pun juga berkembang dengan pesat, salah satu teknologi komunikasi yang ada yaitu *social media*. *Social media* adalah suatu platform dengan fasilitas yang membuat penggunaanya dalam hal ini masyarakat dapat melakukan aktivitas sosial. Aktivitas sosial ini bisa seperti komunikasi sebagai interaksi sosial dengan mengirim atau memberi informasi, berbagi foto dan video dan lain sebagainya sesuai dengan fasilitas yang dimiliki (<https://www.sampoernauniversity.ac.id/> 2023).



GAMBAR 1.4

Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan

Sumber: <https://datareportal.com/> diakses pada 17 April 2023

Mengutip dari data *We Are Social*, WhatsApp menjadi media sosial yang paling sering digunakan mencapai 92,1% per Januari 2023. Kemudian posisi kedua ada Instagram yang mencapai 86,5%, yang seterusnya disusul oleh media sosial seperti Facebook, TikTok, Telegram, Twitter, dan lainnya. (<https://datareportal.com/> 2023).

Manfaat yang diberikan media sosial dalam kehidupan masih banyak lagi, antara lain:

a. Komunikasi

Fungsi utama dengan adanya media sosial yaitu untuk membangun ekosistem komunikasi bagi para pengguna di seluruh dunia tanpa harus bertemu secara langsung. Media sosial berhasil dalam membangun komunikasi tanpa batasan waktu dan geografis.

b. Branding

Pengguna media sosial dapat membangu citra diri mereka di mata masyarakat melalui media sosial.

c. Tempat usaha

Media sosial dapat digunakan sebagai tempat bisnis yang dapat berlaku dan berjalan selama 24 jam, oleh karena itu media sosial sangat memudahkan pengguna untuk memangun bisnis atau usaha mereka secara nyata.

d. *Marketing*

Media sosial dapat sangat efektif digunakan sebagai platform layanan untuk mempermudah suatu usaha atau bisnis untuk memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keuntungan dan mempermudah pengguna dalam mendapatkan kebutuhan.

(<https://www.sampoernauniversity.ac.id/> 2023).

Berdasarkan data Napoleon Cat, pengguna aktif instagram di Indonesia ada 106,72 juta hingga Februari 2023 dan jumlah tersebut meningkat 12,9%

dibandingkan bulan sebelumnya. Jumlah tersebut meningkat sebanyak 4,9% dari tahun sebelumnya yang sebelumnya sebanyak 101,76 juta pengguna (<https://dataindonesia.id/> 2023).



GAMBAR 1.5
Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia

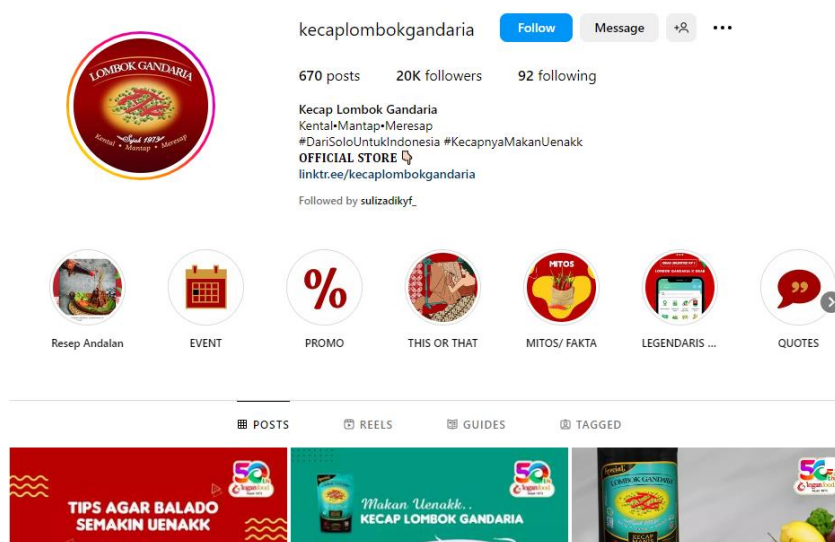
Sumber: <https://dataindonesia.id/> 2023

Pada zaman sekarang Instagram tidak hanya digunakan sebagai jejaring sosial untuk berbagi foto dan video kepada teman saja, tetapi sekarang Instagram juga dapat digunakan sebagai media pemasaran atau *marketing*. Hal tersebut membuat Instagram untuk terus berkembang, salah satunya yaitu dengan munculnya fitur Instagram bisnis yang dapat membantu para pelaku usaha untuk memasarkan produknya secara lebih efektif. Banyak perusahaan yang juga memanfaatkan Instagram bisnis untuk membantu memasarkan produknya, salah satunya yaitu PT. Lombok Gandaria (<https://dataindonesia.id/> 2023)

PT Lombok Gandaria merupakan perusahaan yang bergerak di industri makanan, dimana produk utama yang diproduksi adalah kecap manis. Selain itu PT Lombok Gandaria juga memproduksi kecap asin, saus, dan cuka makan. PT Lombok Gandaria sendiri sudah berdiri sejak tahun 1973 di Solo yang dimulai dari produksi rumahan (<https://loganfood.com/> 2023).

Fitur Instagram sangat membantu PT Lombok Gandaria untuk membagikan informasi mengenai produk perusahaan serta membantu branding perusahaan kepada *followers* dan masyarakat umum. Beberapa fitur Instagram yang telah dimanfaatkan oleh PT Lombok Gandaria seperti *IGTV*, *Live*, *Reels*, *Story*, *Highlight*, dan *feeds* untuk menampilkan konten yang menarik. PT Lombok Gandaria juga telah memanfaatkan fitur *direct message* untuk berkomunikasi secara dua arah dengan *followers* atau dengan calon konsumen perusahaan. Ada pula fitur *insight* yang dapat menunjukkan data aktivitas pada Instagram perusahaan dengan melihat chart kenaikan jumlah *followers*, konten yang paling disukai *followers*, dan juga skala interaksi. Melalui fitur *insight* ini perusahaan dapat melakukan evaluasi terhadap konten yang diunggah guna meningkatkan *engagement* sehingga dapat menjangkau lebih banyak orang (Data Perusahaan, 2023).

Dibawah ini merupakan profil instagram dari Kecap Lombok Gandaria, Kecap Bango, dan Kecap Sedaap:



GAMBAR 1. 6

Instagram Official Kecap Lombok Gandaria

Sumber: Instagram @kecaplombokgandaria, diakses 20 Mei 2023



GAMBAR 1. 7

Instagram Official Kecap Bango

Sumber: Instagram @bangowarisankuliner, diakses 20 Mei 2023



GAMBAR 1. 8

Instagram Official Kecap Sedaap

Sumber: Instagram @kecapsedaapid, diakses 20 Mei 2023

PT Lombok Gandaria memiliki beberapa pesaing dipasaran yang diambil berdasarkan dari survei *brand positioning* yang telah dilakukan oleh pihak

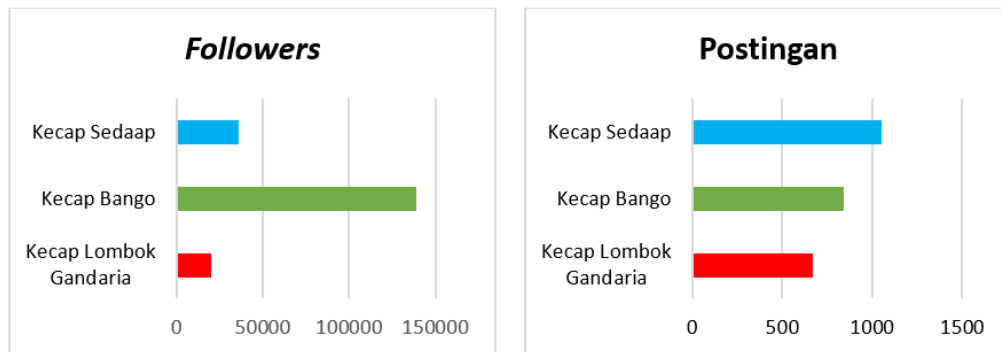
perusahaan dengan melakukan survei lapangan ke beberapa pasar di Kota Surakarta. Melalui survei yang telah dilakukan oleh pihak perusahaan didapatkan 2 pesaing utama yaitu Kecap Bango dan Kecap Sedaap (Data Perusahaan, 2023).

TABEL 1. 2

Perbandingan Instagram PT Lombok Gandaria Dengan Instagram Pesaing

KECAP LOMBOK GANDARIA	KECAP BANGO	KECAP SEDAAP
Terdapat sebanyak 672 postingan dengan jumlah <i>followers</i> sebanyak 20.038	Terdapat sebanyak 842 postingan dengan jumlah <i>followers</i> sebanyak 139.237	Terdapat sebanyak 1.051 postingan dengan jumlah <i>followers</i> sebanyak 36.113
Sudah menggunakan fitur <i>highlight</i> atau sorotan	Sudah menggunakan fitur <i>highlight</i> atau sorotan	Sudah menggunakan fitur <i>highlight</i> atau sorotan
Rata-rata jumlah <i>like</i> pada setiap postingan lumayan banyak	Rata-rata jumlah <i>like</i> pada setiap postingan banyak	Rata-rata jumlah <i>like</i> pada setiap postingan lumayan banyak
Terdapat tautan <i>linktree</i> yang menghubungkan ke layanan konsumen, sosial media lain, <i>ecommerce</i> dan <i>website</i> perusahaan dan terlihat simple	Terdapat tautan <i>linktree</i> yang menghubungkan ke <i>ecommerce</i> , <i>website</i> , serta <i>google drive</i> syarat dan ketentuan lomba yang diadakan oleh perusahaan	Terdapat tautan <i>linktree</i> yang menghubungkan ke <i>ecommerce</i> dan <i>website</i> perusahaan dan terlihat simple
<i>Feeds</i> konten terlihat terstruktur dan menarik	<i>Feeds</i> konten terlihat menarik dan rapih	<i>Feeds</i> konten terlihat menarik dengan warna tema yang senada

Sumber: Olah Data Penulis, 2023



GAMBAR 1. 9

Perbandingan Instagram PT Lombok Gandaria Dengan Pesaing

Sumber: Instagram Kecap Lombok Gandaria, Kecap Bango, Kecap Sedaap

PT Lombok Gandaria baru mulai memasarkan produknya melalui media sosial Instagram pada tahun 2020 dan perusahaan PT Lombok Gandaria ingin meningkatkan branding produk Kecap Lombok Gandaria lebih luas lagi. Berdasarkan data diatas didapatkan bahwa jumlah postingan dari PT Lombok Gandaria masih jauh dibawah kompetitor, maka hal tersebut menjadi permasalahan yang ada pada Instagram Perusahaan PT Lombok Gandaria.

Instagram merupakan sarana perusahaan PT Lombok Gandaria untuk berkomunikasi dan menjadi lebih dekat dengan *followers* ataupun masyarakat umum, sehingga dapat juga membangun branding perusahaan. Oleh karena itu, untuk membangun branding yang baik maka diperlukan *content marketing* yang menarik pada akun Instagram PT Lombok Gandaria. Sebagaimana yang telah dipaparkan pada latar belakang, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menuangkannya dalam penelitian yang berjudul **“Perancangan *Content Marketing* Di Media Sosial Instagram PT Lombok Gandaria Tahun 2023”**

1.3 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana perencanaan *content marketing* di media sosial Instagram PT Lombok Gandaria 2023?
- b. Bagaimana pelaksanaan *content marketing* di media sosial Instagram PT Lombok Gandaria 2023?

- c. Bagaimana evaluasi *content marketing* di media sosial Instagram PT Lombok Gandaria 2023?

1.4 Tujuan Masalah

- a. Untuk mengetahui perencanaan *content marketing* di media sosial Instagram PT Lombok Gandaria 2023
- b. Untuk mengetahui pelaksanaan *content marketing* di media sosial Instagram PT Lombok Gandaria 2023
- c. Untuk mengetahui evaluasi *content marketing* di media sosial Instagram PT Lombok Gandaria 2023

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna, baik secara teoritis maupun secara praktis bagi segenap pihak yang berkepentingan yang berkaitan dengan *social media marketing* Instagram. Kegunaan dari penelitian ini yaitu:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

- a. Kegunaan akademis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan dalam *media sosial marketing* Instagram terhadap PT. Lombok Gandaria.
- b. Diharapkan hasil penelitian ini digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai *media sosial marketing* Instagram terhadap PT. Lombok Gandaria.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan digital marketing khususnya dalam hal analisis *social media marketing* Instagram dan sebagai menyelesaikan tugas akhir.

1.6 Batasan Masalah

Adapun Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari - Juni
- b. Objek dari penelitian ini adalah PT. Lombok Gandaria
- c. Menganalisis elemen *social media marketing* Instagram sebagai variabel bebas

- d. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini terdiri dari lima bab, yaitu 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 observasi, kegunaan observasi, sistematika penulisan, dan batasan penelitian.

- b. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis (bila ada).

- 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**

Hasil penelitian dan pembahasannya harus diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sistematika pembahasan ini akan lebih tampak jelas luas cakupan, batas dan benang merahnya apabila disajikan dalam sub-judul tersendiri.

- e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.