

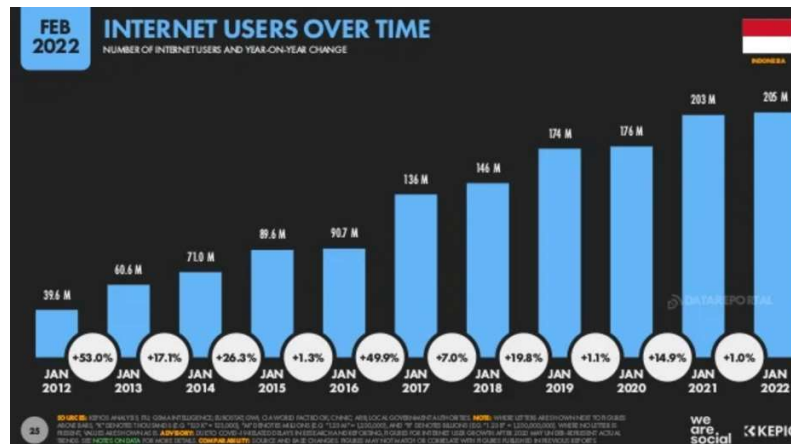
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang semakin pesat berdampak pada angka penggunaan internet yang kian tinggi setiap tahunnya. Teknologi menjadi bagian besar dalam perkembangan kehidupan manusia secara menyeluruh. Teknologi berpengaruh pada inovasi-inovasi baru yang memudahkan manusia dalam menjalankan aktivitasnya, baik dari transportasi, transaksi jual beli, kehidupan bersosial, politik, dan juga ekonomi. Teknologi bersifat interaktif dalam berbagai tingkat seperti, organisasi, teknis dan budaya (Pacey, 1983). Teknologi selalu hadir dalam kehidupan manusia tetapi setelah melalui proses panjang, teknologi hadir sebagai aplikasi ilmu yang terorganisir. Adanya teknologi ini maka secara tidak langsung menciptakan budaya teknologi (*culture of technology*) dalam kehidupan masyarakat (Bijker et al., 1987).

Berdasarkan data dari *we are social* di dapat pengguna internet di Indonesia telah mencapai 205 juta pada Januari 2022, hal ini berarti 73,7% dari populasi Indonesia menggunakan internet.

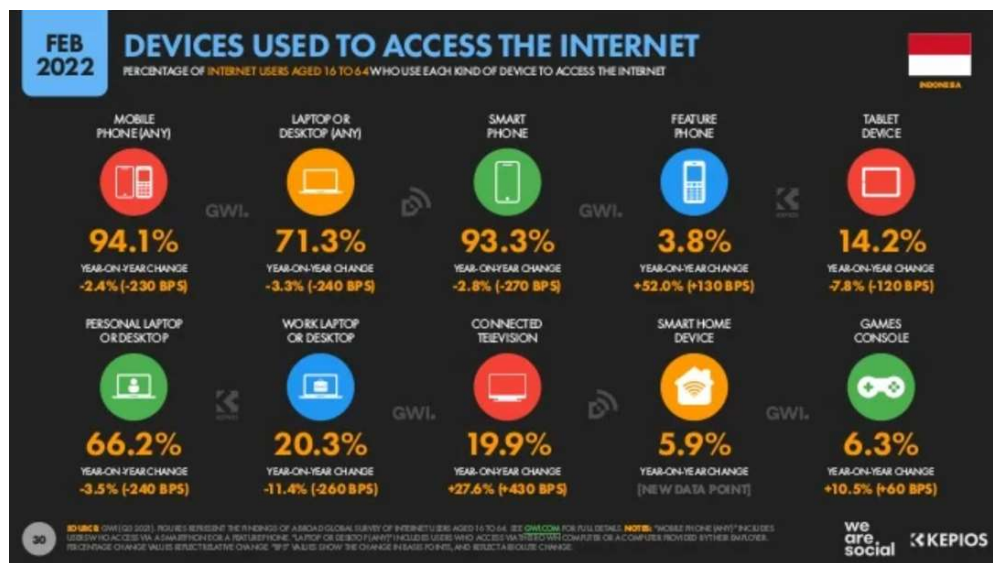


Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: We Are Social, 2022.

Dapat dilihat dari grafik diatas bahwa pada Januari 2012, jumlah pengguna internet di Indonesia hanya berjumlah 39,6 juta jiwa. Jika melihat trennya, maka

jumlah pengguna internet di Indonesia terus tumbuh setiap tahunnya. Pada tahun ini, jumlah pengguna internet di dalam negeri telah meningkat lima kali lipat dibandingkan pada satu dekade lalu. Pada survei yang dilakukan oleh *we are social* pula didapati penggunaan internet di Indonesia lebih banyak diakses melalui telepon genggam.



Gambar 1.2 Penggunaan perangkat pengakses internet di Indonesia

Sumber: We Are Social, 2022.

Sebanyak 94,1% pengguna internet di Indonesia menggunakan telepon genggam sebagai alat akses internetnya, selain itu 71,3% pengguna menggunakan laptop maupun desktop. Penggunaan internet yang semakin tinggi mendorong beberapa sektor di Indonesia, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, salah satunya adalah sektor perekonomian dengan ditandai pemanfaatan internet pada industri bisnis dan perdagangan (Faruqi, 2019).

Munculnya berbagai *e-commerce* dalam bentuk aplikasi sapa-cyallah satu tanda bahwa penggunaan internet dapat menjadi pengaruh pada dunia bisnis dan dapat menyebabkan pengaruh budaya (kultur) dalam berbisnis. Lebih jauh dari itu mulai muncul aplikasi yang memudahkan pelaku usaha dalam pendistribusian

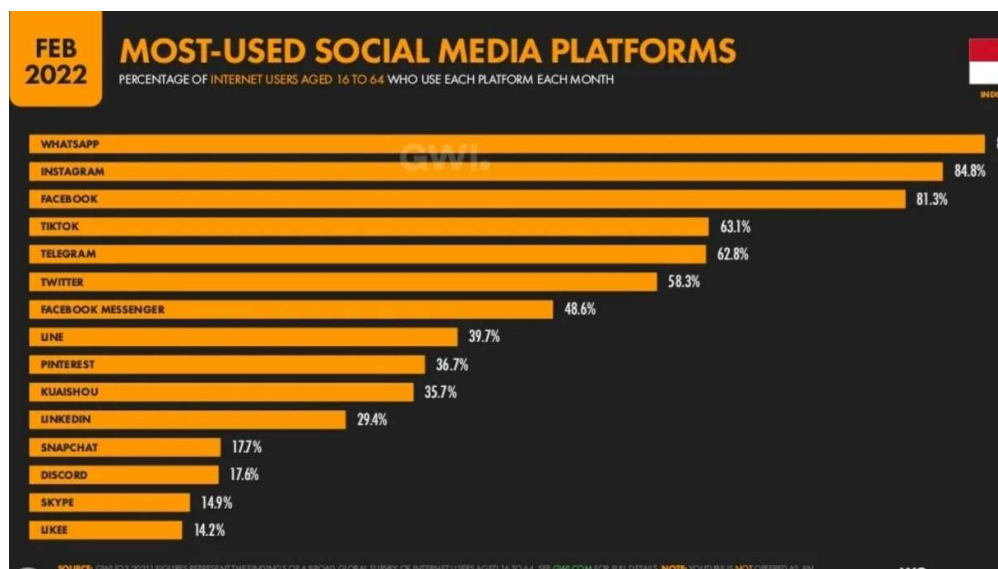
barang dagang, sehingga transaksi dapat dilakukan secara *end-to-end* sebelum barang disalurkan pada pembeli terakhir.

Salah satu aplikasi yang memiliki fitur jasa tersebut adalah Logee.id. Berdasarkan portal resmi logee.id dijelaskan bahwa Logee Order adalah aplikasi *order management system* (OMS) logistik dari PT Telkom yang memberikan kemudahan dalam hal pendistribusian bagi para pelaku usaha pangan. Aplikasi ini membantu pendistribusian produk pangan, bahan pokok, bahan penting (bapokting), serta *fast moving consumer good* (FMCG) ke warung-warung kecil dengan bantuan teknologi. Aplikasi ini memberikan efisiensi waktu, biaya dan usaha, aplikasi Logee Order sendiri memberi kemudahan dalam sistem pelaporan dan penyederhanaan dokumen. Saat ini Logee telah bekerjasama dengan 43.077 Outlet dan 600 distributor dari berbagai kota di Indonesia (Logee.id, 2022).

Logee Order sebagai salah satu wajah baru dalam perkembangan teknologi informasi serta media baru di dunia bisnis saat ini dapat melakukan berbagai kerja sama dengan beberapa pihak yang dapat menunjang perusahaannya dan mempermudah usaha dalam bidang retail menggunakan aplikasi digital. Peneliti ingin mengetahui lebih lanjut mengenai bagaimana Logee.id dapat meningkatkan penggunaannya melalui brand awareness yang didapatkan melalui media sosial Instagram. Alasan peneliti memilih Logee.id sebagai bahan penelitian karena Logee.id mampu menghubungkan outlet dengan distributor dengan jangkauan mitra yang luas. Selain itu aplikasi *Logee* mampu menghubungkan jaringan ekosistem logistik dan memberikan efisiensi usaha, waktu dan biaya sehingga mampu menjadi kunci keberhasilan retail di Indonesia. Sebagai aplikasi yang dibilang baru, Logee.id mampu memiliki ribuan pengguna. Berkaitan dengan hal tersebut, Logee.id tentunya melakukan berbagai cara untuk mendapatkan pengguna aplikasi yang salah satunya adalah dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media memperkenalkan serta mempromosikan produknya. Media sosial Instagram dipilih peneliti karena media Instagram hingga saat ini memiliki pengguna dengan berbagai usia, sehingga pemilihan media sosial.

Berdasarkan data dari *we are social* (2022) media sosial Instagram merupakan aplikasi dengan urutan kedua yang sering digunakan di Indonesia

dengan perbedaan 3,5% dengan aplikasi di atasnya yaitu whatsapp. Instagram dengan fiturnya yang dapat membantu perkembangan bisnis, menjadikan media ini salah satu media yang banyak digunakan oleh banyak pengusaha atau pemilik bisnis. Eksistensi Instagram mampu meningkatkan efektifitas dalam bisnis seperti adanya fitur ads, Instagram shop, dan penyajian konten berupa foto dan video dalam satu aplikasi sekaligus.



Gambar 1.3 Aplikasi yang Sering digunakan di Indonesia

Sumber: We Are Social (2022)

Instagram ini dianggap sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Karena meskipun Logee.id memiliki dua platform untuk meningkatkan brand awareness yaitu website dan Instagram, aplikasi Instagram ini lebih *user-friendly* dan mudah digunakan oleh mitra dan pengguna (Hasil Wawancara Logee.id, 2023).

Uraian diatas membantu peneliti untuk merumuskan judul penelitian yaitu **“Strategi Logee.id untuk Meningkatkan Brand Awareness melalui Media Instagram”** penelitian ini akan dilakukan dengan menelaah lebih lanjut mengenai strategi yang dilakukan oleh tim marketing Logee.id dalam pembuatan konten di media sosial Instagram, serta menelaah lebih lanjut bagaimana Logee.id memanfaatkan media sosial Instagram untuk meningkatkan brand awareness

Logee.id. Penelitian ini akan dikaji dengan menggunakan metode kualitatif dan teori strategi komunikasi pemasaran sebagai acuannya. Penelitian akan sajikan secara deskriptif dimana data yang didapatkan akan diuraikan hasilnya melalui deskripsi.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi yang digunakan oleh Logee.id dalam memanfaatkan platform Instagram untuk meningkatkan brand awareness perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi yang digunakan oleh Logee.id dalam memanfaatkan platform Instagram untuk meningkatkan brand awareness perusahaan. Penelitian akan difokuskan pada langkah-langkah konkret yang diambil oleh Logee.id dalam meningkatkan brand awareness. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai penggunaan Instagram sebagai media untuk memperkuat brand awareness perusahaan.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan tim marketing Logee.id untuk mendapatkan informasi mengenai strategi yang mereka gunakan dalam memanfaatkan Instagram sebagai media untuk meningkatkan brand awareness. Selain itu, peneliti juga melakukan studi pustaka untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep brand awareness dan bagaimana media sosial, khususnya Instagram, dapat digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Setelah data terkumpul, peneliti melakukan analisis triangulasi dengan membandingkan dan mengonfirmasi data dari wawancara, studi pustaka, dan juga data yang diperoleh dari observasi terhadap akun Instagram Logee.id. Dengan cara ini, peneliti dapat memastikan keakuratan dan validitas data yang diperoleh. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai upaya yang dilakukan oleh Logee.id dalam memanfaatkan Instagram untuk meningkatkan brand awareness mereka. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran melalui media sosial, khususnya Instagram, bagi perusahaan lain yang juga ingin meningkatkan brand awareness mereka.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dirumuskan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi Logee.id dalam meningkatkan brand awareness melalui media sosial instagram.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam langkah-langkah konkret yang diambil oleh Logee.id dalam meningkatkan brand awareness, Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi penggunaan Instagram sebagai media untuk memperkuat brand awareness perusahaan.

1.5 Kegunaan Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini memiliki manfaat secara akademis dan praktis.

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan dapat dijadikan referensi dalam kajian penelitian Ilmu Komunikasi khususnya pada perkembangan teknologi informasi di dunia bisnis. Terutama pada pemanfaatan aplikasi digital.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pembaca khususnya mengenai pemanfaatan media sosial Instagram dalam bisnis, sehingga pembaca dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai strategi yang efektif dalam memanfaatkan platform Instagram untuk meningkatkan brand awareness. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat membantu pengguna dalam memahami aplikasi Logee, serta masyarakat lainnya agar lebih mengenal Logee.id, sehingga dapat memberikan manfaat praktis bagi pengguna dalam memanfaatkan platform tersebut untuk keperluan bisnis dan pemasaran.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama periode empat bulan, dimulai dari bulan agustus hingga bulan desember 2023 dengan tujuan untuk dapat melaksanakan sidang pada bulan januari 2024. Pemilihan waktu ini telah disesuaikan dengan periode akademik dan didasari oleh pertimbangan untuk mengamati fenomena - fenomena tertentu.

Tabel 1.1 Waktu dan Periode Penelitian

Tahapan Penelitian	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
Pengajuan ide dan judul kepada dosen pembimbing	■								
Pengumpulan data dan referensi penelitian	■	■							
Pengolahan Bab 1 Proposal Skripsi	■	■	■						
Pengolahan Bab 2 Proposal Skripsi		■	■						
Pengolahan Bab 3 Proposal Skripsi			■	■	■				
Desk Evaluation						■			

Revisi Desk Evaluation									
Pengolahan data Bab 4 Skripsi									
Pengolahan Bab 5 Skripsi									
Pendaftaran Sidang									
Pelaksanaan Sidang									
Sidang Akademik									

Sumber: Olah data peneliti, 2023.