

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

Pada tahun 2017, WS Farm Subang didirikan dengan pembelian kandang dari pihak lain yang berlokasi di jalan Margasari, Kecamatan Dawuan, Kabupaten Subang, Jawa Barat. Aset tanah dan kandang ini dimiliki bersama oleh Pak Werda dan Pak Sony dengan total luas tanah sekitar 3600 meter persegi. Setelah melakukan renovasi kandang pada tahun 2018, para pemilik memulai usaha dengan mengisi kandang tersebut untuk beternak ayam dengan kapasitas antara 5000-7000 ekor. Bapak Uun, seorang pengurus ternak yang telah bergabung sejak awal pendirian kandang dan berperan penting dalam operasional sehari-hari (Data Perusahaan, 2024).

Usaha peternakan ayam berlangsung hingga akhir tahun 2019. Namun, pada tahun 2020, operasional peternakan ayam dihentikan karena pandemi Covid-19. Kondisi ini mendorong para pemilik untuk mengevaluasi kembali fokus bisnis mereka. Pada tahun 2021, setelah mempertimbangkan berbagai faktor, pemilik memutuskan untuk mengubah fokus bisnis menjadi peternakan sapi. Penjualan sapi resmi dimulai pada tahun 2022 dan sejak saat itu, usaha ini terus berkembang dan berlanjut hingga saat ini. Sapi-sapi WS Farm Subang dirawat mulai dari usia muda hingga siap dijual setiap tahun untuk keperluan qurban maupun keperluan lainnya. WS Farm Subang saat ini memiliki 11 ekor sapi yang terdiri dari tiga jenis berbeda yaitu Sapi Perah *Friesian Holstein* (FH), Sapi Simental, dan Sapi Limousi Logo Perusahaan.

1.1.2 Logo Perusahaan

Adapun logo dari WS Farm Subang adalah sebagai berikut :



GAMBAR 1. 1
Logo WS Farm Subang
(Sumber : Dokumentasi Perusahaan, 2024)

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Adapun Visi dan Misi dari WS Farm Subang adalah sebagai berikut :

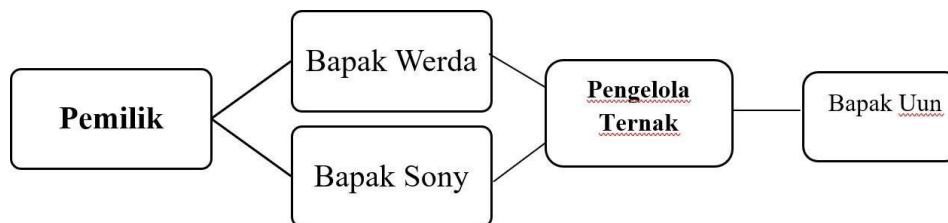
Visi

Menjadi peternakan sapi yang mengedepankan kualitas, inovasi, serta menjadi mitra terpercaya bagi komunitas lokal dan pelanggan.

Misi

1. Memastikan setiap aspek dari proses produksi memenuhi standar tertinggi dalam hal kesehatan, kebersihan, dan keamanan pangan.
2. Menjaga kesejahteraan hewan dengan memberikan perawatan kesehatan rutindan lingkungan yang bersih untuk setiap hewan
3. sapi di peternakan Membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui pelayanan yangramah. Struktur Organisasi

1.1.4 Struktur Organisasi



GAMBAR 1. 2
Struktur Organisasi WS Farm Subang
(Sumber: Data Perusahaan, 2024)

1.1.5 Jenis Produk WS Farm Subang

Produk utama dari WS Farm Subang berupa hewan sapi. Saat ini, WS Farm Subang memiliki 11 ekor sapi dengan beragam jenis yang tersedia seperti

- a. Sapi Perah *Friesian Holstein* (FH)



GAMBAR 1.3

Jenis Sapi Perah Friesian Holstein (FH)

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2024)

Sapi perah FH memiliki bulu berwarna hitam dan corak putih di beberapa bagian tubuhnya seperti pada ujung ekor, dada, kepala, maupun perut bagian bawah. Sapi FH dikenal dengan karakternya yang tenang, jinak dan mudah dikendalikan. Bobot sapi FH jantan dewasa bisa mencapai kurang lebih 1.000 kilogram, sedangkan sapi FH betina dewasa bisa mencapai kurang lebih 650 kilogram.

b. Sapi Simental



GAMBAR 1. 4
Jenis Sapi Simental
(*Sumber* : Dokumentasi Pribadi, 2024)

Sapi Simental atau dikenal dengan julukan sapi metal merupakan jenis sapi pedaging yang terkenal karena pertumbuhan dan penambahan berat badannya yang cepat. Ciri khas sapi Simental meliputi warna bulu coklat kemerahan, tubuh yang panjang serta pada bagian muka sampai ke bawah lutut dan ujung ekor berwarna putih. Sapi Simental jantan dewasa bisa mencapai berat badan hingga 1.400 kilogram, sedangkan sapi betina dewasa bisa mencapai antara 600 hingga 800 kilogram.

c. Sapi Limousin



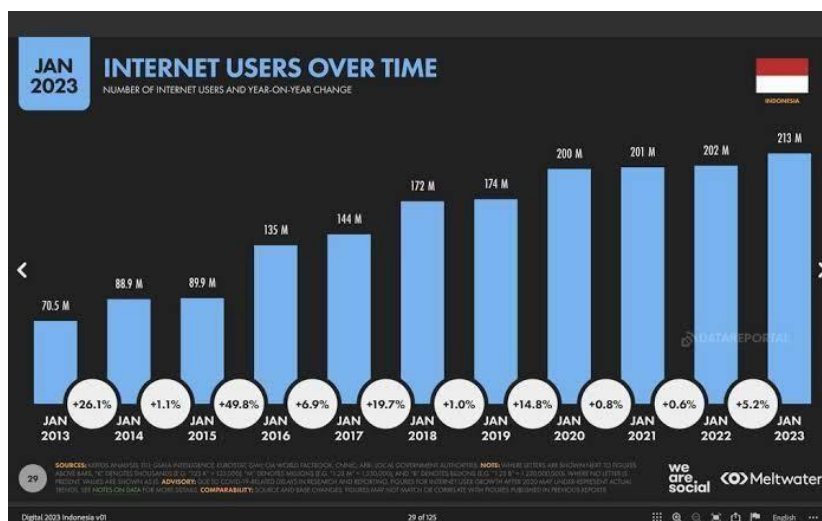
GAMBAR 1.5
Jenis Sapi Limousin
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

Sapi Limousin adalah jenis sapi pedaging berukuran besar yang memiliki volume rumen yang besar. Keunggulan utama sapi Limousin terletak pada pertumbuhan badannya yang sangat cepat. Di Indonesia, sapi Limousin yang dipelihara umumnya merupakan hasil persilangan dengan sapi lokal. Sapi Limousin memiliki ciri-ciri yaitu warna bulunya biasanya merah keemasan, dengan warna yang lebih terang di bagian bawah perut, di dalam paha, di sekitar mata anus dan ujung ekor. Berat sapi Limousin betina dewasa dapat mencapai 650 kilogram, sementara jantan dewasanya bisa mencapai 1000 kilogram. Kualitas daging sapi Limousin juga dianggap lebih bagus dan lebih lezat. Oleh karena itu, sapi limousin memiliki nilai jual lebih tinggi dan mahal.

1.2 Latar Belakang

Seiring dengan berjalannya waktu, di era digitalisasi saat ini, perkembangan teknologi semakin berkembang pesat memudahkan segala kegiatan dan memberikan dampak yang sangat signifikan bagi kehidupan manusia terutama perkembangan teknologi di bidang informasi dan komunikasi yang dapat tersebar luas dengan sangat mudah. Namun, dalam hal tersebut, perkembangan teknologi tidak terlepas dari internet, keduanya saling berkaitan erat dan menopang satu sama lain. Internet tumbuh menjadi pilar utama dalam memfasilitasi dan mempercepat perkembangan teknologi di berbagai bidang seperti pendidikan, kesehatan, komunikasi, pemasaran dan bidang-bidang lainnya (www.kompasiana.com, 2021).

Dikutip dari CNBC Indonesia “Internet adalah singkatan dari *Interconnected Network* sebagai jaringan komunikasi global yang menghubungkan komputer dan jaringan komputer di seluruh dunia, internet memungkinkan untuk berbagi informasi dan komunikasi dari mana saja dan kapan saja”. Oleh karena itu, internet memegang peran sangat penting dalam mendukung penyebaran informasi yang cepat dan tidak terbatas, karena internet dapat diakses oleh semua kalangan secara global.

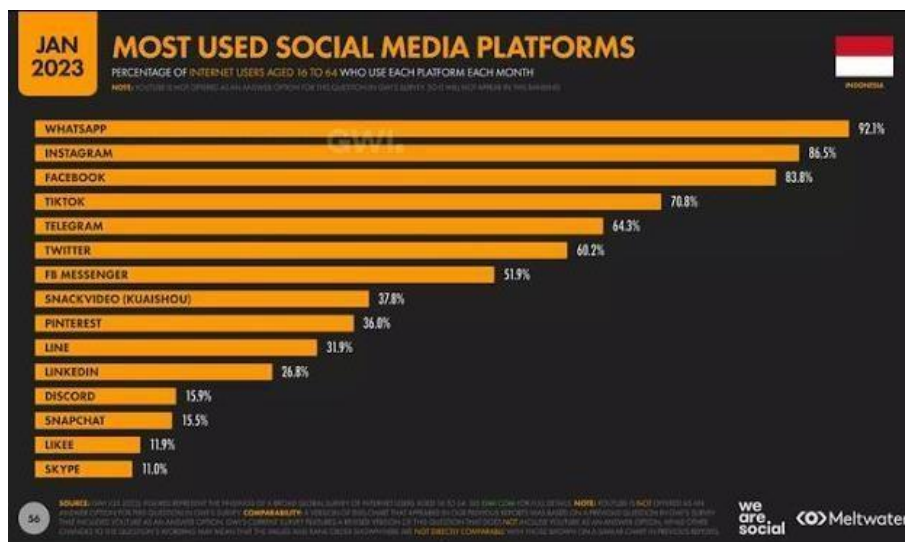


GAMBAR 1. 6

Data Pengguna Internet di Indonesia 2012-2023

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

Berdasarkan data yang dirilis oleh *We Are Social*, pada bulan Januari 2023, tercatat sebanyak 213 juta orang yang mengakses internet di Indonesia. Apabila dibandingkan dengan data yang diperoleh pada tahun 2022, terlihat bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, yakni peningkatan sebanyak 10 juta individu atau meningkat sebesar 5,2 %. Hal ini mencerminkan perkembangan yang pesat dalam penggunaan internet. Dengan pertumbuhan internet yang terus meningkat, didukung oleh perkembangan teknologi dan konektivitas yang pesat, internet akan terus memegang peranan yang semakin penting dalam mengubah dinamika sosial dan ekonomi Indonesia di masa depan, ditunjukkan bahwa peran internet dalam masyarakat Indonesia semakin tidak terhindarkan (Riyanto, 2023).



GAMBAR 1.7
Media Sosial yang sering digunakan di Indonesia
(Sumber : <https://datareportal.com/2023>)

Kemajuan yang cepat internet membawa berbagai dampak transformasi yang signifikan pada media sosial. Hal tersebut mengubah cara manusia berinteraksi, berkomunikasi dan terlibat dalam kehidupan sosial di era digital. Selain itu, media sosial telah mengubah bisnis, dimana media sosial menjadi sarana utama yang digunakan untuk melaksanakan strategi pemasaran, promosi, maupun

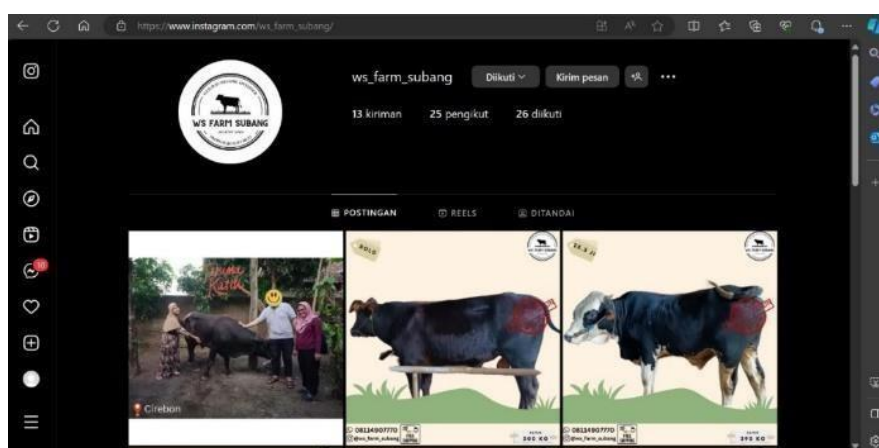
komunikasi dalam bisnis. Media sosial memberikan platform bagi bisnis untuk terlibat secara langsung dengan konsumen, membangun hubungan yang lebih kuat dan personal dengan *audiens*, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan tren dan kebutuhan pasar yang terus menerus dalam lingkungan digital. Berdasarkan data yang dirilis oleh *We Are Social*, pada bulan Januari 2023, menunjukkan bahwa platform media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia adalah WhatsApp menduduki posisi pertama dengan *presentase* pengguna mencapai 92,1%, kemudian Instagram yang menduduki posisi kedua dengan *presentase* pengguna mencapai 86,5% dan seterusnya disusul oleh platform media sosial seperti Facebook, Tiktok, Telegram, Twitter dan lainnya yang digunakan oleh masyarakat Indonesia (wearesocial.com, 2023).

Melihat tren pada saat ini, bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai platform media sosial untuk berkomunikasi, melainkan telah berkembang menjadi wadah dalam berbisnis karena Instagram merupakan platform yang sangat populer di kalangan masyarakat karena menyajikan berbagai fitur menarik seperti *feeds*, *reels*, *instagram story*, maupun *instagram live* yang memungkinkan pengguna untuk menampilkan konten berupa gambar menarik dan video berdurasi pendek hingga panjang. Selain itu, instagram memiliki *fitur Insight* yang berfungsi sebagai alat evaluasi konten, membantu dalam meningkatkan jangkauan *audiens* di platform tersebut. Dengan *Insight*, pengguna dapat memantau data aktivitas, pertumbuhan jumlah pengikut, dan jam favorit pengunjung untuk strategi pemasaran dan pertumbuhan akun. Instagram menjadi media promosi yang efektif untuk memperkenalkan produk kepada target konsumen. Melalui platform media sosial instagram, perusahaan ataupun individu dapat dengan mudah menjangkau dan memberikan informasi kepada *audiens* potensial, sehingga memungkinkan produk yang dijual dapat lebih dikenal dan terlihat oleh masyarakat secara luas.

Pada dasarnya, masyarakat aktif berperan sebagai konsumen yang turut terlibat dalam berbagai aspek ekonomi, termasuk konsumsi produk-produk dari sektor peternakan. Dalam era digitalisasi yang didominasi oleh media sosial, terjadi pergeseran signifikan dalam perilaku konsumen yang berdampak langsung pada

cara pelaku usaha peternakan merespons dan beradaptasi untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan yang semakin berubah saat ini. Perubahan tersebut mendorong para pelaku usaha peternakan untuk mengadopsi strategi baru dalam menjalankan usahanya dan memastikan konsumen memiliki akses yang lebih mudah untuk mendapatkan informasi tentang produk. Saat ini, telah banyak sektor peternakan yang menggunakan platform media sosial Instagram sebagai sarana pemasaran online untuk mengembangkan usaha mereka, seperti contohnya WS Farm Subang.

WS Farm Subang merupakan sebuah usaha yang bergerak pada sektor industri peternakan sapi yang berlokasi di daerah Subang, Jawa Barat. Dimana produk utama yang mereka jual adalah hewan sapi dengan tujuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat, termasuk digunakan sebagai hewan qurban untuk Idul Adha maupun untuk berbagai keperluan lainnya. Dalam mengelola bisnisnya, WS Farm Subang berkomitmen untuk menyediakan hewan sapi yang sehat dan berkualitas, menjaga aspek kesejahteraan hewan, serta memastikan layanan yang diberikan dapat responsif terhadap kebutuhan konsumen.



GAMBAR 1.8

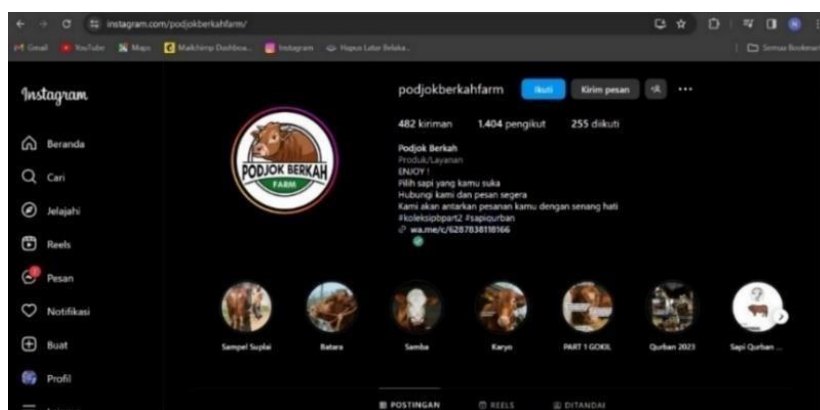
Tampilan Instagram WS Farm Subang

(Sumber : Instagram @ws_farm_subang, diakses 20 Oktober 2023)

WS Farm Subang memanfaatkan platform sosial media Instagram untuk memasarkan dan mempromosikan produknya kepada konsumen. Instagram juga

digunakan oleh WS Farm Subang untuk memahami pelanggan dan melakukan riset terhadap platform yang dimiliki oleh pesaing dalam bisnis yang sama. Namun setelah penulis melakukan analisis, diketahui bahwa terdapat beberapa masalah yang dihadapi pada akun Instagram WS Farm Subang, seperti aktivitas yang terjadi saat ini pada Instagram WS Farm Subang masih sangat minim. Bahkan, hal ini terlihat sangat jelas dari jumlah pengikut yang relatif masih rendah dan postingan terakhir yang diunggah pada bulan Juni 2023, menunjukkan kurangnya dalam memperbarui konten. Selain itu, pada tampilan profil Instagram WS Farm Subang, informasi perusahaan seperti alamat, No. telepon, situs *website*, dan rincian lainnya tidak disertakan. Karena ketersediaan informasi sangat penting sebagai saluran akses cepat bagi *audiens* untuk menghubungi atau memperoleh informasi lebih lanjut tentang perusahaan terutama saat hendak melakukan pembelian. Mengindikasikan bahwa akun Instagram WS Farm Subang belum mengalami perkembangan yang signifikan dalam hal daya tarik dan keterlibatan dalam berinteraksi dengan *audiens*. Hal ini perlu diperhatikan karena dalam lingkungan digital yang kompetitif seperti saat ini, aktivitas bisnis yang kurang di platform media sosial dapat menghambat potensi bisnis.

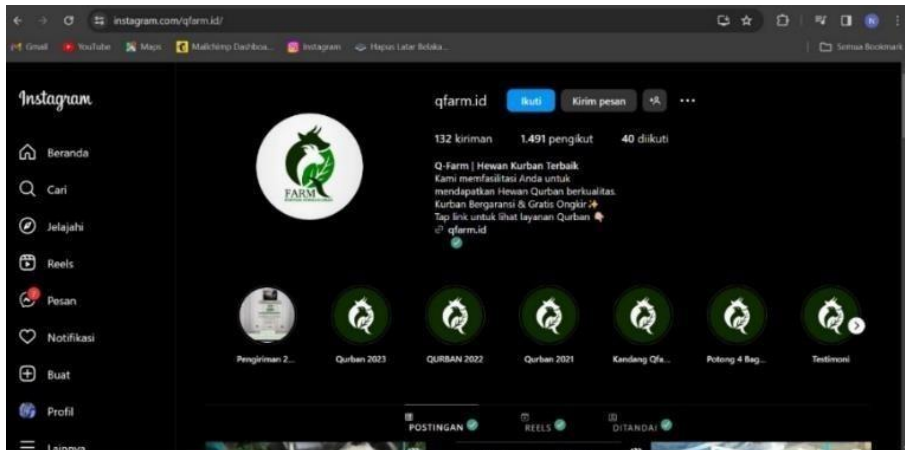
Berikut adalah beberapa tampilan Instagram dari pesaing WS Farm Subang pada sektor peternakan yang serupa :



GAMBAR 1. 9

Tampilan Instagram Podjok berkah farm

(Sumber : Instagram podjokberkahfarm, diakses 15 Desember 2023)



GAMBAR 1. 10

Tampilan Instagram gfarm.id

(Sumber : Instagram qfarm.id, diakses 15 Desember 2023)



GAMBAR 1. 11

Tampilan Instagram endefarm_id

(Sumber : Instagram endefarm_id, diakses 15 Desember 2023)

Adapun perbandingan instagram WS Farm Subang dengan instagram pesaing tertera pada tabel dibawah ini :

TABEL 1.1
Perbandingan Instagram WS Farm Subang dengan pesaing per bulan April 2024

WS Farm Subang (ws_farm_subang)	Podjok Berkah Farm (podjokberkahfarm)	Q-farm (Qfarm.id)	Ende Farm (endefarm_id)
<i>Followers</i> berjumlah 25 dan postingan berjumlah 13.	<i>Followers</i> berjumlah 2.538 dan postingan berjumlah 584.	<i>Followers</i> berjumlah 1.521 dan postingan berjumlah 132.	<i>Followers</i> berjumlah 1.368 dan postingan berjumlah 96.
Tidak ada tautan pada bio instagram.	Link pada bio menautkan WhatsApp.	Link pada bio menautkan Website perusahaan qfarm.	Link pada bio menautkan <i>Linktree</i> .
Belum menggunakan fitur sorotan (<i>story</i>)	Sudah menggunakan fitur sorotan (<i>story</i>)	Sudah menggunakan fitur sorotan (<i>story</i>)	Belum menggunakan fitur sorotan (<i>story</i>).
Jumlah like pada postingan sangat sedikit	Jumlah like pada postingan cukup banyak	Jumlah like pada postingan sangat sedikit	Jumlah like pada postingan cukup banyak.
Desain konten belum konsisten dan kurang menarik perhatian <i>followers</i> .	Desain konten sudah terstruktur dan menarik perhatian <i>followers</i> .	Desain konten sudah terstruktur dan menarik perhatian <i>followers</i>	Desain konten sudah terstruktur dan menarik perhatian <i>followers</i>

(Sumber : Data Olahan Penulis, 2024)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 1.1 di atas, dari tiga pesaing WS Farm Subang dapat disimpulkan bahwa ketiganya aktif dalam pembaruan konten dengan merapkannya pada *feed*, *reels* dan dua pesaing sudah menggunakan fitur sorotan *story*. Selain itu, pada tampilan profil Instagram pesaing disajikan informasi dengan memberikan akses langsung pada WhatsApp untuk mempermudah pembelian dan menyertakan tautan *linktree* serta situs web untuk memberikan informasi lebih

lanjut tentang perusahaan. Pendekatan ini membantu menghindari kebingungan bagi target konsumen dan meningkatkan keterlibatan dengan *audiens*. Hal tersebut berbeda ketika dibandingkan dengan akun WS Farm Subang. Dengan demikian, perlu adanya tindakan yang lebih aktif dalam meningkatkan kualitas dan frekuensi konten yang diunggah, pemberian informasi pada profil Instagram, serta pengelolaan akun secara menyeluruh. Dengan memperbarui strategi media sosial, termasuk *copywriting* dan desain postingan yang lebih menarik, WS Farm Subang berpotensi meningkatkan keterlibatan dengan *audiens*, memperluas jangkauan merek, dan meningkatkan *insight* serta dampak positif dalam mengembangkan bisnis pada platform Instagram.

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah dipaparkan maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dan mengangkat masalah tersebut dengan judul **“Implementasi Manajemen Konten Pemasaran Pada Akun Media Sosial Instagram @ws_farm_subang Tahun 2024”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perencanaan konten pemasaran pada media sosial Instagram @ws_farm_subang tahun 2024?
2. Bagaimana pelaksanaan pembuatan konten pemasaran pada media sosial Instagram @ws_farm_subang tahun 2024?
3. Bagaimana evaluasi konten pemasaran pada media sosial Instagram @ws_farm_subang tahun 2024?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui perencanaan konten pemasaran pada media sosial Instagram @ws_farm_subang tahun 2024.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan pembuatan konten pemasaran pada media sosial Instagram @ws_farm_subang tahun 2024.
3. Untuk mengetahui evaluasi konten pemasaran pada media sosial Instagram @ws_farm_subang tahun 2024.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.5.1. Aspek Teoritis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan wawasan untuk menerapkan ilmu yang sudah dipelajari.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk dijadikan sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya terkait analisis dan pengembangan konten sosial media Instagram.

1.5.2. Aspek Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai manajemen pemasaran, khususnya pada strategi promosi untuk meningkatkan penjualan serta sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Diploma III di Telkom University.

- b. Bagi WS Farm Subang

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha WS Farm Subang dalam menentukan dan membuat konten *Digital Marketing* yang sesuai untuk media sosial Instagram @ws_farm_subang, sehingga semua interaksi pada media sosial Instagram dapat dilakukan dengan lebih efektif dan efisien.

c. Bagi Pihak Lain

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran atau referensi bagi perusahaan sejenis lainnya terkait analisis dan pengembangan konten media sosial pada Instagram.

1.6 Batasan Penelitian

Agar Penelitian lebih terarah dan fokus, maka penulis membatasi masalah yang diambil dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel penelitian adalah perencanaan konten pemasaran pada media sosial Instagram yang digunakan oleh peternakan Ws Farm Subang
2. Penelitian ini dilaksanakan pada perusahaan peternakan Ws Farm Subang
3. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah kualitatif
4. Periode penelitian mulai berlangsung sejak Oktober 2023 sampai proses penelitian ini masih berlangsung.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir

Sistematika pembahasan dalam penyusunan Laporan Proyek Akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, sejarah perusahaan, logo perusahaan, visi, misi dan nilai utama perusahaan, struktur organisasi, tugas dan tanggung jawab, jenis-jenis produk perusahaan, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan proyek akhir.

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).

BAB III METODOLOGI

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

BAB IV HASIL 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.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

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