

BAB I

Pendahuluan

1.1 Gambaran Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

berawal dari segerombolan anak-anak muda tongkrongan yang gemar membantu orang yang kesusahan dan memiliki keresahan terhadap kondisi pendidikan di Indonesia dan juga kurangnya aktivitas anak muda dalam langkah ikut andil memajukan Pendidikan, Pringga Fitriadi Triputa memutuskan untuk membangun sebuah NGO atau *non-government organization* yang berfokus pada Pendidikan karakter dan juga aktivitas anak muda yang diberi nama Pemuda Peduli. Yayasan Pemuda Peduli dibangun pada 7 November 2016 dan telah berbadan hukum pada tahun 2017. Pringga selaku Foudrer dari Yayasan Pemuda Peduli, berharap dengan berdirinya Yayasan ini bisa melahirkan anak bangsa yang berbasis “KITA PEKA”.

KITA PEKA merupakan akronim yang dirancang oleh tim pemuda peduli sendiri yaitu Kreatif, Ingin tahu, Tangggung jawab, Aktif, Percaya diri, Empati, dan Kerjasama. Yayasan Pemuda Peduli beralamatkan di Jalan Sukawarna Nomor 12 Kec. Cicendo, Pasteur, Bandung. Yayasan Pemuda Peduli memiliki 4 program utama, yaitu Bina Desa, *Social Travelling*, *Social Navigation*, dan *Youth Scholarship*, yang dimana tujuan dari adanya program-program tersebut dapat mengurangi kesenjangan antara masyarakat di berbagai sektor, termasuk sosial, ekonomi, kesehatan dan pendidikan secara efektif dan efisien.

1.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 1.1

Logo Pemuda Peduli

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Yayasan Pemuda Peduli memiliki visi dan juga misi sebagai berikut :

A. Visi

Meningkatkan efektifitas pembangunan dan pengembangan karkter bangsa yang merata

B. Misi

1. Meningkatkan sarana dan infrastruktur yang menunjang proses dan program pengembangan.
2. Menanamkan nilai – nilai keagamaan dan kenegaraan.
3. Meningkatkan kualitas Pendidikan (akademik dan non-akademik)
4. Memaksimalkan pemberdayaan sumber daya alam dan sumber daya manusia.
5. Mencetak masyarakat yang peduli dan berani beraksi.

1.1.4 Program

Yayasan Pemuda Peduli memiliki bebrapa program utama, seperti:

1. Bina Desa

Bina Desa merupakan program yang ditunjukkan untuk peningkatan pendidikan dan potensi masyarakat desa di Indonesia. Saat ini, Bina Desa sudah memiliki 3 desa binaan yang terletak di Kabupaten Subang dan Kabupaten Bandung Barat. Semenjak 2016, secara rutin setiap minggunya Pemuda Peduli mengirimkan relawan ke desa-desa binaan untuk melakukan pengajaran pada anak-anak serta pelatihan pada anak-anak muda di desa binaan.

2. *Social Travelling*

Social Traveling merupakan kolaborasi aktivitas kerelawanan dengan aktivitas *traveling*. Program ini diluncurkan untuk menepis tanggapan bahwa aktivitas kerelawanan cenderung membosankan. Melalui program Social Traveling, Pemuda Peduli berusaha mengajak anak muda untuk mengenal kegiatan sosial yang dapat dilakukan dengan cara yang menyenangkan. Saat ini, sudah + 300 peserta yang pernah menjadi bagian dari program Social Traveling dengan 8 lokasi pelaksanaan

program yang berbeda mulai dari Pantai Sawarna Banten, hingga Garut Selatan.

3. *Social Navigation*

Social Navigation adalah program yang dimunculkan sebagai respon Pemuda Peduli terhadap pendidikan dan potensi masyarakat di daerah 3T (Tertinggal, Terpencil, Terdepan). Pemuda Peduli mengirimkan relawan Pemuda Agrapana, sebutan untuk relawan yang dikirimkan, selama 6 bulan untuk melakukan pendampingan masyarakat dalam aspek pendidikan dan juga pemberdayaan potensi masyarakat

4. *Youth Scholarship*

Program ini merupakan program beasiswa untuk anak-anak muda yang berkemauan tinggi untuk melanjutkan studinya ke jenjang perkuliahan. *Youth scholarship* merupakan program baru yang dibuat pada tahun 2022.

1.2 Latar Belakang Masalah

Internet merupakan salah satu hasil dari kecanggihan dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi buatan manusia. Akses ke internet adalah fenomena yang terus berkembang sehingga pengguna internet dari tahun ke tahun semakin meningkat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian internet adalah jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit. Sedangkan menurut Lani Sidharta, internet merupakan suatu interkoneksi sebuah jaringan komputer yang dapat memberikan layanan informasi secara lengkap, dan dapat dibuktikan bahwa hampir semua orang yang mencari informasi yang mereka butuhkan dengan cara mengakses internet.

Saat ini lebih dari jutaan manusia telah menggunakan internet, dapat kita lihat pada gambar dibawah ini.



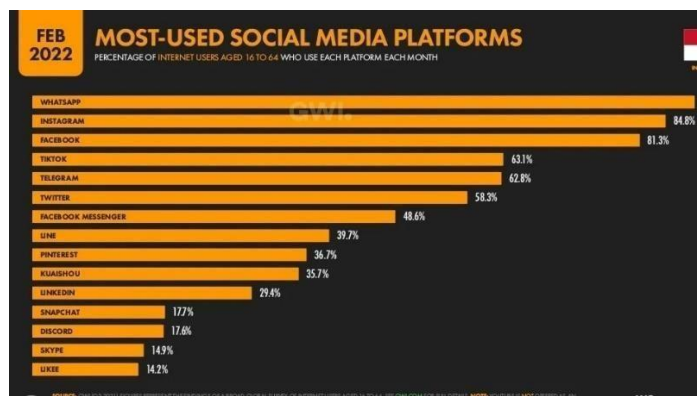
GAMBAR 1.2

Penggunaan Internet di Indonesia

(Sumber: www.kompasiana.com (tahun 2022))

Menurut kompasiana.com pada Febuari tahun 2022 dari 277,7 juta jiwa populasi di Indonesia, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta atau 73,7 persen. Penggunaan internet terbanyak digunakan untuk membuka media sosial. Secara keseluruhan, ada sekitar 191,4 juta atau 68,9 persen jiwa yang mengakses sosial media setiap harinya

Informasi dimedia sosial bersifat *real time* dan cukup besar pengaruhnya bagi masyarakat. Maka dari itu sosial media dinilai lebih efisien, murah, dan tepat sasaran. Peran internet pada saat ini bukan hanya sebagai sarana mencari informasi, tapi juga mempunyai potensi besar sebagai media pemasaran. Pemasaran yang memanfaatkan media internet disebut internet marketing atau *e-marketing*. Salah satu media atau aplikasi pendukung kegiatan *e-marketing* yang sedang berkembang adalah media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram.



GAMBAR 1.3

Media Sosial yang Paling Sering Digunakan

(Sumber : www.andi.link (tahun 2022))

Berdasarkan sumber dari andi.link, media sosial yang paling banyak digunakan pada bulan febuari 2022 ini adalah Whatsapp dengan angka penggunaan mencapai 88,7% Pada peringkat kedua bertengger Instagram dengan 84,8% diikuti Facebook pada posisi ketiga dengan presentase penggunaan mencapai 81,3% dan di posisis keempat ada TikTok dengan 63,1% dari jumlah populasi. 4 platforms media sosial yang memiliki selisih tingkat penggunaan tertinggi internet di Indonesia memiliki selisih yang kecil, Whatsapp, Instagram, Facebook, TikTok. berdasarkan data-data tersebut, perusahaan perlu memperhatikan penggunaan media sosial sebagai salah satu media promosi yang sangat penting.

Karna semakin berkembangnya media sosial menjadi salah satu tempat untuk berpromosi suatu usaha ataupun kegiatan dan yang lainnya. Salah satu media sosial yang digunakan sebagai media promosi adalah media sosial Instagram, yang pertama kali rilis pada tahun 2010 lalu. Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasara. Dengan melalui media sosial Instagram produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dengan cara meng-*upload* foto atau video singkat, sehingga para pelanggan dapat melihat informasi terbaru mengenai produk/jasa ataupun calon pelanggan menambah informasi mengenai produk/jasa sehingga bisa menambah keyakinan calon pelaggan.

Sama seperti yang lainnya Yayasan Pemuda Peduli juga memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media untuk mempromosikan dan melakukan branding untuk program – program yang mereka miliki, Yayasan Pemuda Peduli sendiri merupakan organisasi non-government atau NGO yang bergerak dalam ranah Pendidikan dan pengembangan karakter anak bangsa yang dibangun pada 7 November 2016 oleh Pringga Fritrandi T. Program yang mereka miliki adalah Bina desa, Social Traveling, Social Navigation, dan yang terbaru Ayokitapeduli. Namun tidak sedikit orang yang berdonasi mempertanyakan hasil penyaluran yang dilakukan oleh pemuda peduli yang mengakibatkan kurangnya kepercayaan kepada pemuda peduli. Yayasan Pemuda Peduli juga memiliki pesaing yaitu Rumah Yatim

dan Dompêt Dhuafa yang keduanya sama-sama berdiri di kota yang sama yaitu Bandung.



Gambar 1.4

Instagram dompetchhuafaorg

Sumber : <https://www.instagram.com/dompetchhuafaorg>



Gambar 1.5

Instagram Rumah Yatim

Sumber : <https://www.instagram.com/rumahyatim>

Hampir sama dengan pesaing lainnya Yayasan Pemuda Peduli memiliki beberapa konten seperti konten Edukasi, Branding Program, dan konten kolaborasi. Namun Yayasan Pemuda Peduli memiliki perbedaan konten yang tidak dimiliki yaitu konten entertain seperti mengangkat kisah dari para penerima manfaat dan kegiatan – kegiatan lainnya

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Perancangan Konten Pada Media Sosial Instagram Yayasan Pemuda Peduli Pada Bulan Januari – April Tahun 2022”

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah yang diangkat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengembangan konten media sosial pada Pemuda Peduli tahun 2022?
2. Bagaimana penerapan Konten media sosial pada Yayasan Pemuda Peduli tahun 2022?
3. Bagaimana hasil Evaluasi penerapan Konten Pada Media sosial Yayasan Pemuda Peduli tahun 2022?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana perancangan pada konten media sosial pemuda peduli tahun 2022.
2. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan pada konten media sosial pemuda peduli tahun 2022.
3. Untuk mengetahui bagaimana evaluasi pada konten media sosial pemuda peduli tahun 2022.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini dari aspek akademik sebagai berikut:

1. Kegunaan bagi perusahaan

Sebagai informasi mengenai pengaruh konten benef terhadap perusahaan dan juga diharapkan bisa menjadi salah satu masukan bagi Yayasan Pemuda Peduli.

2. Kegunaan bagi peneliti

sebagai salah satu sumber bagi peneliti lainnya yang ingin melakukan penelitian dengan objek yang sama.

1.6 Batasan Masalah

1. Periode waktu pelaksanaan penelitian ini mulai dari bulan Januari 2022 hingga April
2. variable yang menjadi focus pembahasan pada penelitian ini adalah Perancangan Konten Media Sosial Marketing Pada Instagram
3. Objek Penelitian ini adalah Yayasan Pemuda Peduli

1.7 Sistematika Penelitian

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini berisi tentang latar belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II Tinjauan Penelitian dan Lingkup Pustaka

Dalam bab ini berisi uraian landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari Analisis Penelitian, Penelitian Terdahulu, dan Kerangka Pemikiran.

BAB III Metode Penelitian

Dalam bab metode penelitian ini diuraikan tentang jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV Hasil Pembahasan

Bab ini menguraikan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V Kesimpulan dan Penutup

pada bab penutup ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran – saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak lain yang membutuhkan.