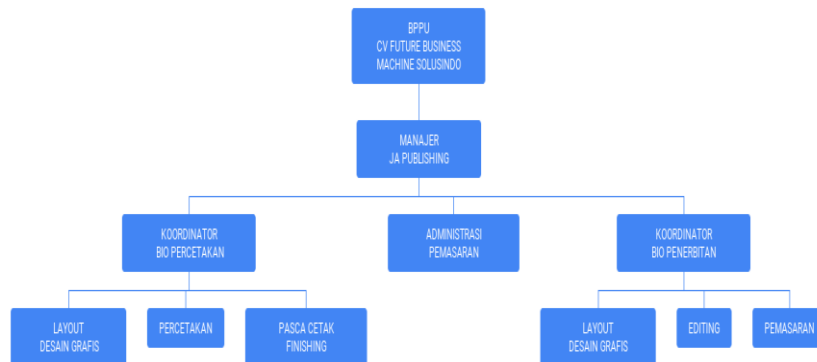


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Joeragan Artikel

Joeragan Artikel merupakan agensi artikel dan penyelenggara *training online* di bidang kepenulisan buku. Joeragan Artikel lahir dari keinginan Ummi Aleeya selaku *founder*, untuk memberikan keterampilan menulis pada peserta dan mengajak untuk berpenghasilan dari kemampuan menulis tersebut. Berdiri pada bulan Februari 2016 diawali dengan 10 peserta, kini sudah memiliki lebih dari 200 peserta *training* yang tersebar di dalam dan luar negeri.



Gambar 1. 1 Struktur Organisasi

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi:

Menjadi perusahaan yang fokus pada pemberdayaan dan kemandirian Wanita agar mampu berkarya dengan potensi yang dimilikinya dengan melatih berfikir inovatif, bersikap adaptif dan bertindak kolaboratif

Misi:

1. Mencetak SDM Wanita handal yang akan berkontribusi di perusahaan melalui aneka pelatihan.
2. Menyediakan platform digital komersil yang menjadi ruang para Wanita untuk mempromosikan keahlian yang dimilikinya
3. Memberikan kesempatan magang dan bekerja paruh waktu pada para wanita agar dapat produktif dan bekerja dari rumah,

1.1.3 Logo dan Makna Logo



Gambar 1. 2 Logo Joeragan Artikel

Sumber: instagram Joeragan Artikel

Makna dari logo Joeragan Artikel yaitu gambar seorang ibu rumah tangga yang dapat berpenghasilan meskipun hanya dirumah saja.

1.1.4 Produk

Joeragan Artikel merupakan perusahaan penyelenggara jasa *training online* di bidang kepenulisan buku dan juga merupakan bisnis yang bergerak di bidang penerbitan buku. Informasi layanan kegiatan *training online* dan buku yang terbit ditampilkan di akun instagram @Joeragan_Artikel.



Gambar 1. 3 Produk Joeragan Artikel

Sumber: Instagram Joeragan Artikel



Gambar 1. 4 Produk Joeragan Artikel

Sumber: Instagram Joeragan Artikel



Gambar 1. 5 Produk Joeragan Artikel

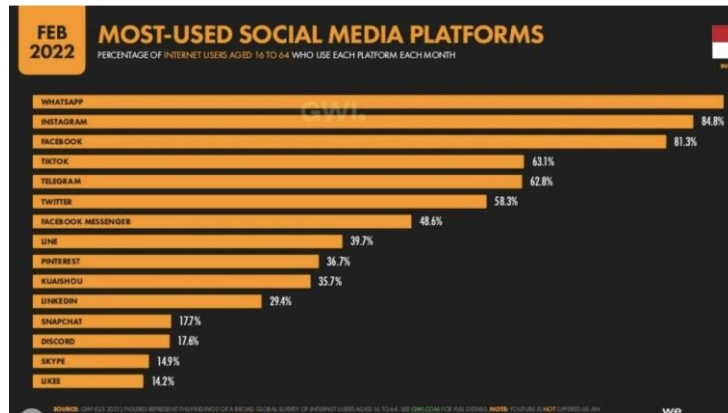
Sumber: Instagram Joeragan Artikel

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pada era sekarang ini teknologi merupakan hal yang tidak dapat di hindari. Teknologi itu sendiri yaitu suatu inovasi yang berkaitan dengan alat bantu untuk memudahkan manusia dalam menyelesaikan kebutuhan dan masalahnya. Pada awalnya teknologi diciptakan dalam bentuk benda seperti televisi, radio, telepon dan sebagainya. Namun seiring perkembangan zaman, teknologi berubah menjadi wabah yang bisa membantu manusia dalam menyelesaikan kebutuhan dan masalahnya. Maka dari itu kehidupan manusia tidak bisa lepas dari teknologi, bahkan saat ini teknologi menjadi kebutuhan dasar bagi manusia. Pada era globalisasi sekarang ini banyak manusia yang memanfaatkan teknologi untuk mempermudah segalanya. Dengan manusia menguasai teknologi informasi maka bisa menjadi modal yang cukup untuk menjadi pemenang dalam persaingan global. Salah satu bagian dari teknologi informasi yaitu media sosial.

Media sosial merupakan bagian dari *new media* yaitu media yang sudah dipengaruhi oleh teknologi. *New media* (media baru) adalah suatu istilah yang digunakan untuk peleburan media tradisional (film, musik, gambar, dan tulisan) dengan kekuatan interaktif komputer dan teknologi komunikasi. *Instagram* adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital dan aktivitas berjejaring lainnya. Nama *Instagram* sendiri berasal dari “instan” dan “telegram” kata instan yang mendasari penamaan “insta” dimaksudkan seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan foto instan. Instagram menjadi Media Sosial yang paling paling banyak juga diminati setelah youtube dikarenakan dari angka penggunaannya mencapai 84,8% Juta pengguna di Indonesia pencapaian itu merupakan peningkatan bulan ke bulan atas penggunaan platform berbagi foto ini.

Media sosial sudah menjadi salah satu kebutuhan utama setiap orang, karena kebutuhan informasi, hiburan, pendidikan dan pengetahuan semakin luas. Artikel kompas menyatakan bahwa total populasi Indonesia sebanyak 274,9 juta jiwa pengguna aktif media sosialnya mencapai 170 juta, artinya jumlah pengguna Media Sosial di Indonesia setara dengan 61,8% dari total populasi pada Januari 2021. Angka ini juga meningkat 10 juta atau sekitar 6,3% dibandingkan tahun lalu. Indonesia tercatat dalam daftar 10 besar negara yang kecanduan media sosial. Posisi Indonesia berada di peringkat 9 dari 47 negara yang di analisis.



Gambar 1. 6 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2022

Sumber : wearesosial.com

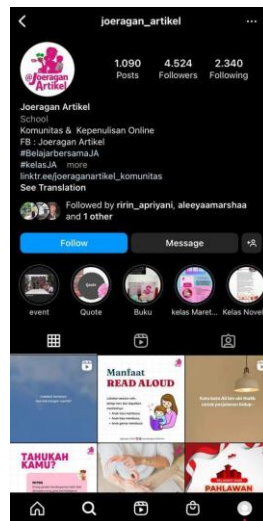
Hasil survei dari *We Are Social* menyatakan bahwa di Indonesia, Instagram merupakan Media Sosial yang dengan urutan terbanyak kedua. Indonesia juga menduduki peringkat ketiga dalam jumlah *reach* atau besarnya Khalayak yang bisa di jangkau dengan jumlah sebesar 99,15 juta orang. Selain itu, tiga dari sepuluh pengguna internet Indonesia dapat dijangkau melalui aplikasi Instagram.

Instagram juga telah mengalami beberapa peralihan fungsi dari aplikasi yang hanya berfokus pada konten eksistensi diri baik berupa foto ataupun video mengenai kehidupan sehari-hari penggunanya, kini Instagram telah dimanfaatkan sebagai media promosi oleh berbagai perusahaan maupun pelaku bisnis untuk menjangkau konsumen dengan cara yang efektif. Dengan berbagai alasan tersebut, maka tidak heran mengapa aplikasi ini dianggap efektif bagi para pelaku bisnis untuk melakukan berbagai kegiatan promosi, khususnya pada masa pandemi seperti sekarang karena berdasarkan data dari penelitian yang dilakukan oleh *World Economic Forum* menyebutkan bahwa sekitar 70 ribu anak muda pada usia 16- 35 tahun, 87% diantaranya mengaku bahwa terdapat peningkatan dalam Penggunaan satu digital device selama pandemi berlangsung dan sekitar 42% diantaranya mula menggunakan aplikasi digital yang tidak pernah mereka gunakan sebelumnya.

Joeragan Artikel adalah suatu lembaga usaha yang menjual jasa dalam pelatihan menulis yang fokus pada pemberdayaan masyarakat. Member komunitas mendapat pelatihan bahasa menulis dan digital bisnis. Selepas mengikuti pelatihan para peserta pelatihan tersebut dapat berkontribusi

menulis diplatform digital Joeragan Artikel, serta magang dan bekerja paruh waktu di perusahaan untuk mengasah ilmu dan berpenghasilan dari skill yang telah diperoleh setelah mengikuti pelatihan.

Alasan peneliti memilih Joeragan Artikel karena saat ini Joeragan Artikel masih mengalami beberapa kendala dalam mempromosikan produk. Menurut hasil wawancara dengan *founder* Joeragan Artikel Ibu Sri Kuswayati, yang sering menjadi kendala di perusahaan saat ini adalah masalah promosi pada platform instagram yang belum efektif.



Gambar 1. 7 Instagram Joeragan Artikel

Sumber : Instagram Perusahaan 2022

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti implementasi dari komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh pihak Joeragan Artikel melalui konten instagramnya dengan judul penelitian " Efektifitas Media Sosial Instagram @Joeragan_Artikel Dalam Meningkatkan Promosi Pada Tahun 2024"

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pengelolaan Media Sosial Instagram pada akun @Joeragan_artikel sebagai media promosi. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat, khususnya untuk industri Joeragan Artikel dalam kegiatan pemasaran *online*. Melalui penelitian ini juga diharapkan dapat membuka celah bagi peneliti lain dalam menemukan fenomena baru untuk dikaji lebih lanjut, sehingga menghasilkan penelitian yang lebih mendalam dari penelitian sebelumnya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu, Bagaimana efektifitas media sosial instagram Joeragan Artikel dalam mempromosikan produknya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui efektifitas media sosial instagram Joeragan Artikel dalam mempromosikan produknya.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah ilmu dan wawasan bagi penulis, serta penulis dapat mengaplikasikan teori-teori yang telah dikemukakan, penulis juga dapat belajar menganalisa permasalahan disuatu perusahaan dan dikorelasikan dengan teori yang sudah di pelajari selama proses pembelajaran.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini merupakan bahan masukan bagi perusahaan khususnya menyangkut permasalahan yang mempengaruhi kegiatan pemasaran pada Joeragan Artikel.

3. Bagi Peneliti lain

Merupakan perbendaharaan keilmuan serta masukan-masukan yang berguna, juga merupakan bahan acuan bagi penulis lain maupun pembaca yang tertarik dengan bidang penelitian yang sama, khususnya pada bidang manajemen pemasaran

1.6 Batasan Penelitian

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Fokus penelitian adalah pengukuran efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Joeragan Artikel.
2. Objek penelitian adalah akun Media Sosial Instagram Joeragan Artikel.
3. Responden penelitian adalah owner dan staff Joeragan Artikel.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir

Adapun sistematika penulisan laporan proyek akhir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Sistematika pada penelitian ini dibuat untuk memberikan gambaran yang dilakukan dan memberikan penjelasan hasil pada penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang penjelasan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan laporan proyek akhir

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tinjauan Pustaka, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi metode, teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjelaskan masalah penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi hasil penelitian dan pembahasan yang sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dan saran untuk objek penelitian diatas.