

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil CV. Arsana Swastika Prima**

CV. Arsana Swastika Prima atau yang lebih dikenal dengan nama Arswama Media merupakan badan usaha yang bergerak di bidang penerbitan dan percetakan buku. Arswama Media telah berdiri sejak tahun 2016. Latar belakang berdirinya Arswama Media berangkat dari keinginan pendirinya sebagai pecinta buku untuk membantu para penulis dan penerbit buku indie agar dapat menciptakan buku yang berkualitas dan memiliki standar yang baik dari sisi konten serta tampilan sehingga sanggup bersaing dengan penerbit major baik dari dalam maupun luar negeri. Arswama Media tidak saja mendampingi penerbitan buku saja, namun ikut terlibat dalam proses penulisan dan pengeditan karya ilmiah, seperti: makalah, tesis, dan disertasi.

Jenis buku yang telah didampingi penerbitan dan percetakannya oleh Arswama Media tidak sebatas buku teks, termasuk buku cerita anak bergambar dengan aneka konsep, seperti: *flip a flap book*, *sensoric book*, *board game*, *soft book*, *board book*, dll. Jenis buku di atas memerlukan riset serta uji coba yang cukup rumit dan memakan waktu cukup lama agar hasil akhirnya sesuai dengan rencana.

#### **1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan**

Arswama Media memiliki visi untuk menjadi penyedia solusi penerbitan dan percetakan yang inovatif dan solutif bagi para penulis dan penerbitan. Sedangkan misi Arswama Media adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pelayanan yang menyeluruh seputar dunia penerbitan dan percetakan.
2. Memahami kebutuhan setiap pelanggan dalam menerbitkan dan mencetak buku.
3. Mengutamakan kepuasan pelayanan dengan menerapkan *personal services*

### 1.1.3 Logo dan Makna Logo

Kata Arswama dari Arswama Media merupakan singkatan dari Arsana Swastika Prima yang bahasa Sansekerta yang bermakna profesionalisme melalui layanan prima yang menyenangkan. Kata Arswama sendiri terbagi menjadi tiga komponen, yaitu: profesionalitas, layanan prima, dan menyenangkan digambarkan dalam logo berbentuk segitiga yang sekaligus merefleksikan huruf pertama dari Arswama yaitu “A”. Warna biru logo Arswama dipilih mewakili makna persahabatan.

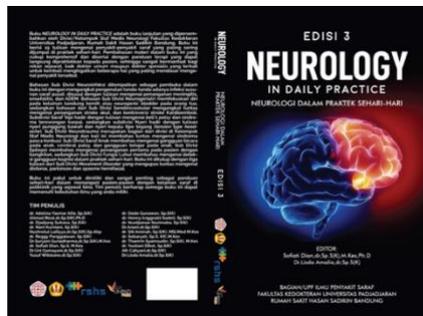


**Gambar 1. 1**  
Logo CV. Arsana Swastika Prima  
(Sumber: Data CV. Arsana Swastika Prima)

### 1.1.4 Produk

Arswama media menyediakan jasa layanan berupa:

1. Riset pengembangan produk buku
2. *Editing, ghost writing, dan proofreading* naskah buku
3. Desain muka buku dan tata letak isi naskah buku
4. Riset dan pembuatan *dummy* buku anak
5. Penerbitan buku, baik buku fisik maupun *e-book*
6. Percetakan buku fisik

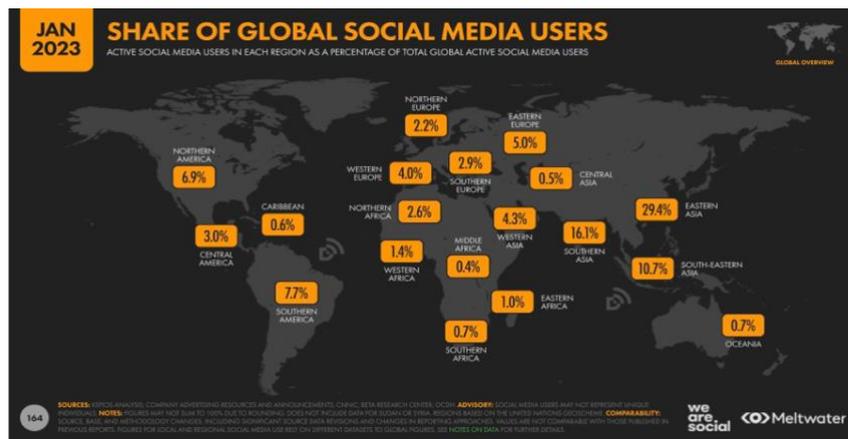


**Gambar 1. 2**  
Desain Muka Buku Neurologi Fakultas Kedokteran Universitas Padjadjaran Bandung  
(Sumber: Data CV. Arsana Swastika Prima)

## 1.2 Latar Belakang

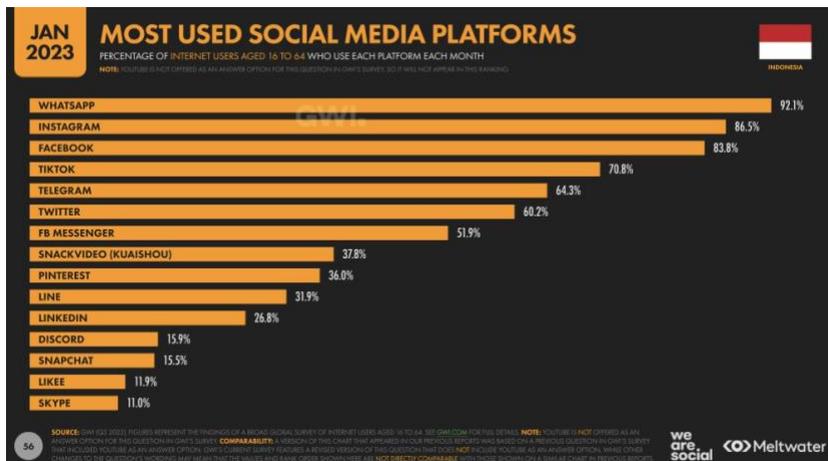
Perkembangan teknologi yang pesat saat ini memiliki dampak positif bagi seluruh dunia dan memicu inovasi di berbagai bidang, salah satunya bentuk interaksi antar manusia. teknologi yang ada saat ini memungkinkan manusia untuk berkomunikasi lebih cepat secara global. Perkembangan teknologi sudah menyebar luas di berbagai dunia, termasuk Indonesia.

Perkembangan teknologi yang cukup pesat juga berdampak pada penggunaan media sosial yang ikut melesat. Saat ini sosial media sudah menjadi kebutuhan bagi setiap individu. Menurut hasil data *We Are Social*, saat ini pengguna jsosial media di seluruh dunia telah mencampainya. Angka ini setara dengan 59,9% dari total populasi global.



**Gambar 1.3**  
Jumlah Pengguna Sosial Media Secara Global  
(Sumber: <https://wearesocial.com/us/>)

Pengguna sosial media di Indonesia saat ini terbilang sangat tinggi berdasarkan data *We Are Social* tercatat jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167 juta orang. Whatsapp dan Instagram merupakan media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia.



**Gambar 1. 4**  
 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia  
 (Sumber: <https://wearesocial.com/us/>)

Pertumbuhan media sosial yang sangat pesat dapat dimanfaatkan bagi para pebisnis dalam membangun usahanya, terlebih lagi dengan media sosial memudahkan melakukan promosi dan tidak membutuhkan dana yang besar. Namun tidak banyak juga perusahaan yang terkena dampak negatif dari perkembangan sosial media dan teknologi saat ini, Contohnya penerbitan dan percetakan. Penerbitan dan percetakan banyak mengalami penurunan saat ini. Teknologi banyak mengambil alih fungsi-fungsi yang ada sebelumnya. Contohnya *gadget* yang telah mengambil peran buku fisik sebagai sumber informasi dan hiburan masyarakat.

Saat ini masyarakat lebih memilih mendapatkan informasi dan hiburan dalam bentuk narasi film dari internet dan sosial media meski validitas informasinya belum tentu dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini terjadi karena informasi dari internet dan media sosial mudah, murah, menarik, dan dapat diakses di mana serta kapan saja.

Data Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) menunjukkan sedikitnya 58,2% penerbit mengalami penurunan penjualan lebih dari 50% akibat pandemi covid-19. Selain itu, sebanyak 63,3% penerbit mengalami penurunan permintaan buku lebih dari 50%. (<https://www.kompas.id>, diakses pada 3 Oktober 2023).

Banyak perusahaan penerbitan dan percetakan buku gulung tikar, bahkan penerbitan dan percetakan buku major sekelas Gramedia dan Mizan mengalami penurunan omset penjualan, apalagi penerbitan dan percetakan buku indie yang pasarnya khusus di kalangan terbatas atau komunitas tertentu (Sumber: wawancara pemilik perusahaan).

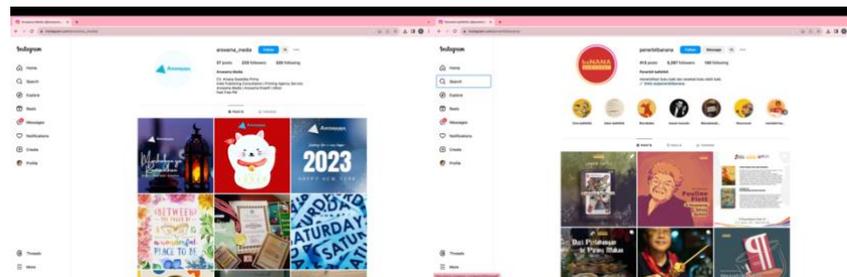
Meski dalam keadaan tidak baik-baik saja, banyak penerbit dan percetakan buku indie masih yang bertahan sampai saat ini, salah satunya CV. Arsana Swastika Prima. CV. Arsana Swastika Prima adalah penerbitan dan percetakan buku indie asal Bandung dengan merek dagang Arswama Media.

Di tengah limbungnya bisnis penerbitan dan percetakan buku indie Arswama Media masih bertahan meski nilai penjualannya mengalami kemunduran yang sangat signifikan. Arswama Media mempertahankan bisnisnya dikarenakan memiliki komitmen untuk membantu para penulis indie untuk merealisasikan karyanya menjadi buku yang layak dibaca dan kualitasnya setara dengan buku-buku dari penerbit major. Klien Arswama Media antara lain: Penerbit Mind Media, Penerbit Salman ITB, Penerbit Samahita Wirotama, dll. Selain itu Arswama juga menerbitkan buku atas nama perorangan (Sumber: wawancara pemilik perusahaan).

Selama ini bisnis Arswama Media berjalan secara konvensional, mengandalkan promosi menggunakan komunikasi antarpribadi dengan para kliennya tanpa strategi, rencana, dan program pemasaran tertentu. Dengan kondisi yang ada Arswama Media tidak banyak melakukan ekspansi yang berarti, hanya menjaga dan melayani klien yang sudah ada. Disisi lain Arswama Media memiliki komitmen yang cukup baik dan ideal untuk sebuah perusahaan penerbitan dan percetakan, memberikan pelayanan terbaik, dan profesional (Sumber: wawancara pemilik perusahaan).

Hasil pengamatan dan wawancara penulis, Arswama Media butuh untuk memiliki perencanaan promosi dalam pemasaran yang baik agar dapat bertahan, mengembangkan bisnis, dan memasarkan produknya. Hal yang sangat mungkin dilakukan adalah memiliki program pemasaran dengan memanfaatkan sosial media secara intensif. Saat ini Arswama Media sudah memiliki akun Instagram, hanya saja belum dikelola dengan baik dan hanya mengandalkan *word of mouth*. Sosial

media Instagram Arswama Media memiliki potensi yang menjanjikan, tetapi masih harus dioptimasi jika dibandingkan dengan penerbit indie lainnya yang kontennya lebih tertata.



**Gambar 1.5**  
Konten Instagram Arswama Media VS Penerbit Kompetitor  
(Sumber: <https://www.instagram.com>)

Terlebih lagi berdasarkan data di atas pengguna sosial media Instagram di Indonesia kedua terbanyak setelah Whatsapp. Oleh karena itu Instagram dapat menjadi media promosi yang menjanjikan bagi Arswama Media. Namun karena keterbatasan SDM, tidak adanya perencanaan pemasaran, dan riset mengenai efektivitas media sosial maka optimasi media sosial belum dilakukan. Berdasarkan data di atas maka penulis tertarik untuk meneliti “Implementasi Manajemen Konten Pemasaran pada Media Sosial Instagram @arswama.media pada Tahun 2024”.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang rumusan masalah di penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana perencanaan konten pemasaran pada akun @arswama.media pada tahun 2024?
2. Bagaimana pengorganisasian konten pemasaran pada akun @arswama.media pada tahun 2024?
3. Bagaimana pengaktualisasian konten pemasaran pada akun @arswama.media pada tahun 2024?
4. Bagaimana *controlling content* pemasaran pada akun @arswama.media pada tahun 2024?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perencanaan konten pemasaran pada akun @arswama.media pada tahun 2024.
2. Untuk mengetahui pengorganisaian konten pemasaran pada akun @arswama.media pada tahun 2024.
3. Untuk mengetahui pengaktualisasian konten pemasaran pada akun @arswama.media pada tahun 2024.
4. Untuk mengetahui *controlling content* pemasaran pada akun @arswama.media pada tahun 2024.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terkait perancangan konten *marketing* media sosial Instagram bagi para pembaca.

### **1.5.2 Kegunaan Praktisi**

#### **a) Bagi Penulis**

Dapat memberikan pengetahuan dan wawasan terkait konten *marketing* yang efisien melalui Instagram dan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi tugas akhir.

#### **b) Bagi Arswama Media**

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan masukan terkait optimasi konten Instagram yang menarik untuk melakukan promosi jasa percetakan, sehingga tidak mengandalkan *word of mouth* saja untuk melakukan promosi layanan bagi @arswama.media.

#### **c) Bagi Pihak Lain**

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan referensi bagi pihak lain terkait manajemen konten marketing sosial media pada Instagram.

## **1.6 Batasan Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis memberikan batasan masalah yang akan yang akan dibahas agar pembahasan terukur dan memudahkan dalam pembahasannya.

Adapun batasan masalah masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Titik utama pembahasan dalam penelitian ini yaitu mengenai manajemen konten promosi melalui sosial media Instagram.
2. Objek penelitian ini adalah Arswama Media.

## **1.7 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan laporan tugas merupakan gambaran dari setiap bab yang diteliti secara singkat. Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjabarkan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan batasan penelitian. Namun manfaat penelitian di bagi menjadi dua, yaitu: manfaat teoritis dan praktisi.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab selanjutnya menjabarkan tentang teori yang melandasi penelitian dan yang menjadi alat analisa dalam penelitian ini.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjabarkan tentang pembahasan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini membahas hasil analisa yang telah dilakukan peneliti.

### **BAB V**

Merupakan bab terakhir merupakan jawaban dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dan saran terkait objek penelitian dan pihak lainnya