

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

PT Teguh Murni Perdana adalah perusahaan sepatu. Bermula tahun 1958 dengan industri rumahan yang jumlah karyawan kurang lebih 5 orang. Di tahun 1960 perusahaan mulai masuk pasar dengan menggunakan merek *Eny Shoes* karena persaingan cukup tinggi maka perusahaan tidak menggunakan merek tersebut kembali dan mengganti merek, Tahun 1980 perusahaan meluncurkan kembali produk baru dengan merek *Grado*. Akhirnya pada tahun 1990 perusahaan meluncurkan produk baru sandal dan sepatu dengan merek *Pakalolo* yang sampai sekarang masih di produksi. Berikut gambar perkembangan PT. Teguh Murni Perdana :



GAMBAR 1.1

Sejarah PT. Teguh Murni Perdana

(Sumber : PT. Teguh Murni Perdana)

PT. Teguh Murni Perdana dimulai dengan memasok Sepatu Umum, kepada pasar umum yang perkembangannya manajemen mengembangkan usaha dengan pembuat Sepatu Pengaman (*Safety Shoes*). Dengan Ditunjang mesin mesin berteknologi memadai dari berbagai Negara, PT. Teguh Murni Perdana yakin dituntut untuk senantiasa mengacu kepada profesionalisme dan pengalaman dalam industri persepatuan

1.1.2 Visi & Misi Perusahaan

Visi

Sebuah perusahaan dengan lingkungan kerja tingkat standar tinggi untuk produk standar kualitas tinggi

Misi

Membawa semua hubungan kita menjadi pesona yang baik menuju produk berkualitas tinggi

1.1.3 Logo dan Makna Logo



GAMBAR 1.2

Logo PT. Teguh Murni Perdana

(Sumber : Data Perusahaan PT .Teguh Murni Perdana)

Filosofi

Keteguhan yang menaungi kemurnian PT. Teguh Murni Perdana

Makna Logo

Warna kuning : memberikan energi dan kecerahan.

Warna huruf hitam : kekuatan

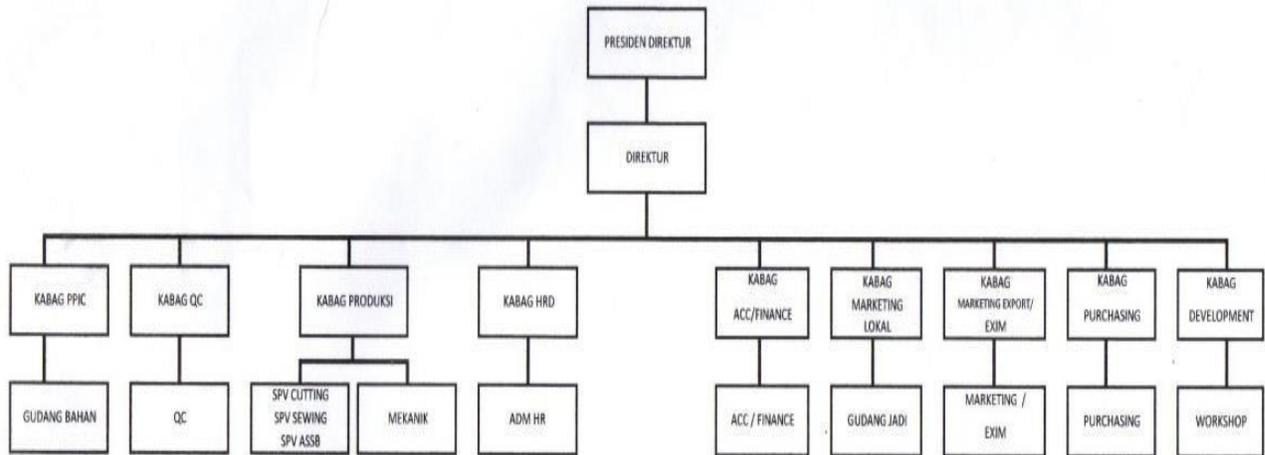
Abu - abu : keseriusan, kestabilan dan kemandirian

1.1.4 Struktur Organisasi



PT. Teguh Murni Perdana
Jl. Farmasi No. 66 Kel. Pasar Baru Kec. Karawang
Tangnung Barben

STRUKTUR ORGANISASI PT.TEGUH MURNI PERDANA



GAMBAR 1.3

Struktur Organisasi Perusahaan

(Sumber: Data perusahaan,2022)

1. Kepala bagian PPIC

Mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

- a. Bertanggungjawab penuh atas pembuatan rencana produksi yang berpedoman pada rencana *sales marketing*
- b. Memonitor dan memastikan kedatangan sesuai *schedule*
- c. Menghitung target / kapasitas produksi secara rutin
- d. Memonitor / mengontrol / mengawasi target / kapasitas produksi sesuai dengan yang di tentukan

- e. Memonitor / mengawasi produksi sampai pengiriman (tutup *container*)
 - f. Menghitung dan mengecek semua kebutuhan *tooling*
 - g. Mengundang suplier anyaman */border/printing/sticching (sewing)* secara rutin untuk *meeting* koordinasi
 - h. Mengadakan *meeting* koordinasi tim produksi dan tim *purchasing* secara rutin dan berkala
2. Kepala bagian *quality control*
- Mempunyai tugas dan tanggungjawab sebagai berikut :
- a. Bertanggung jawab penuh atas semua mutu hasil produksi disetiap bagian kepada direktur
 - b. Mengkoordinir pelaksanaan pengawasan dan pemeriksaan mutu terhadap bahan baku, bahan penolong, produk jasa
 - c. Bertanggung jawab terhadap hasil pelaksanaan pengawasan dan pemeriksaan mutu
 - d. Bertanggung jawab terhadap kualitas produksi yang sedang berjalan maupun yang sudah terkirim yang masih terkait dalam proses produksi
 - e. Memastikan kualitas hasil produksi sesuai dengan standar perusahaan
 - f. Memberikan laporan kepada direktur, mutu produk yang tercapai
3. Kepala bagian produksi
- Mempunyai tugas dan tanggungjawab sebagai berikut :
- a. Membantu direktur dalam hal : pemantauan bagian produksi yang meliputi karyawan, mesin, dan sistem produksi, agar dapat melaksanakan proses produksi dengan baik dan lancar sehingga mencapai target produksi
 - b. Bertanggungjawab terhadap kelancaran proses produksi guna pencapaian target produksi
 - c. Merencanakan dan memantau pelaksanaan operasional proses produksi, mulai dari bahan baku sampai dengan produk sepatu yang dihasilkan
 - d. Melakukan koordinasi dengan semua kepala bagian dalam hal melaksanakan proses produksi serta membantu menyelesaikan masalah yang timbul dengan cepat dan tuntas
 - e. Mengeluarkan perintah kerja kepada semua karyawan yang berada dibawahnya sesuai dengan fungsi dan tanggung jawab yang di tetapkan

- f. Memantau pemakaian *main power* di setiap bagian sesuai kebutuhan proses produksi
- g. Memberikan pengarahan dan pembinaan serta memberi motivasi kepada bawahan sesuai fungsi dan tanggung jawabnya
- h. Membantu dan memantau pelaksanaan operasional proses produksi mulai dari bahan baku sampai dengan produk jadi
- i. Mengadakan koordinasi dan kerjasama dengan seluruh bagian yang terkait lainnya
- j. Membantu menyelesaikan masalah yang terjadi, membuat, memberikan solusi terhadap semua masalah yang terjadi di lingkungan produksi
- k. Memastikan semua unit produksi dapat berfungsi dengan baik dan sesuai dengan rencana yang ditetapkan

4. Kepala bagian HRD

Mempunyai tugas dan tanggungjawab sebagai berikut :

- a. Membantu direktur dalam perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan dan memantau jalannya regulasi dan kebijakan serta membantu bagian lain dalam menyediakan sumber daya dan meningkatkan kemampuan / kompetensi sumber daya manusia
- b. Membantu direktur dalam membuat perencanaan pengadaan sumber daya manusia yang memadai serta memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan untuk kemudian ditempatkan pada setiap bagian yang diperlukan
- c. Membantu direktur dalam pengorganisasian sumber daya manusia perusahaan
- d. Melakukan koordinasi dengan seluruh kepala bagian yang terkait dalam program penyediaan sumber daya manusia
- e. Melakukan penerimaan dan seleksi karyawan
- f. Menyelenggarakan administrasi kepegawaian untuk menilai prestasi kerja karyawan
- g. Memberi laporan kepada direktur tentang kondisi tenaga kerja di dalam perusahaan
- h. Membuat dan melaporkan perhitungan upah, tunjangan hari raya karyawan
- i. Mengantisipasi dan menangani permasalahan lingkungan
- j. Mengawasi kebersihan dan ketertiban lingkungan perusahaan baik di dalam maupun di luar lingkungan kerja
- k. Mengadakan bimbingan dan pembinaan terhadap karyawan
- l. Melakukan pengawasan terhadap keselamatan dan keamanan kerja

- m. Menjalin hubungan dengan seluruh lembaga di luar perusahaan
 - n. Melaksanakan instruksi direktur secara cepat dan tepat
 - o. Mengadakan pengarahan / edukasi, pembinaan serta memberi motivasi kepada bawahan
5. Kepala bagian *finance*
- Mempunyai tugas dan tanggungjawab sebagai berikut :
- a. Bertanggung jawab atas semua kelancaran tugas di bagian keuangan/ *accounting* kepada direktur
 - b. Membantu direktur dalam mencatat, menghitung dan menyajikan semua laporan keuangan perusahaan meliputi :
 - 1) Membuat jurnal
 - 2) Posting besar
 - 3) Membuat buku kas
 - 4) Membuat buku penjualan
 - 5) Membuat buku pembelian
 - 6) Membuat kartu hutang – piutang
 - 7) Membuat laporan perpajakan
 - c. Membantu direktur dalam merencanakan dan memantau catatan keluar dan masuk keuangan perusahaan
 - d. Membantu direktur dalam menghitung harga pokok produksi
 - e. Melakukan koordinasi kepada seluruh bagian yang terkait lainnya
 - f. Melakukan pengawasan dan pengarahan kepada bawahan dibawah departemennya
 - g. Membantu menyelesaikan semua masalah yang terjadi pada bagian yang bersangkutan
 - h. Membuat laporan keuangan ke direktur
6. Kepala bagian *marketing*
- Mempunyai tugas dan tanggungjawab sebagai berikut :
- a. Bertanggung jawab penuh atas semua kelancaran tugas dibagian marketing kepada direktur
 - b. Membantu direktur merencanakan pemasaran produk kepada pelanggan
 - c. Mencari mencari media promosi untuk memperkenalkan produk perusahaan
 - d. Mencari pelanggan baru

- e. Membuat surat penawaran kepada pelanggan
 - f. Menerima order pesanan dari pelanggan
 - g. Membuat laporan ke direktur
 - h. Melakukan koordinasi dengan kepala bagian produksi dan *finish good*
 - i. Membuat order permintaan produksi kepada bagian produksi
 - j. Mengeluarkan *delivery order* (DO)
 - k. Menjalankan rencana atau instruksi direktur / perusahaan secara cepat dan tepat
 - l. Melakukan pencatatan / *record* terhadap seluruh kegiatan marketing
 - m. Melakukan tugas - tugas lainnya yang diberikan oleh direktur
7. Kepala bagian *purchasing* / pembelian
- Mempunyai tugas dan tanggungjawab sebagai berikut :
- a. Bertanggungjawab penuh atas semua kelancaran kegiatan di bagian pembelian serta ketersediaan semua material (bahan baku dan penolong) yang dibutuhkan dengan tepat waktu
 - b. Memantau setiap perkembangan harga, baik pasaran lokal maupun pasaran luar negeri
 - c. Bertanggung jawab terhadap mutu barang yang sesuai di beli dan pemasukan bahan baku tidak boleh terputus
 - d. Mencari dan menemukan lebih banyak *supplier* sebagai pembanding dan cadangan
8. Kepala bagian *development*
- Mempunyai tugas dan tanggungjawab sebagai berikut :
- a. Bertanggung jawab penuh atas semua pembuatan dan pengembangan yang ada di perusahaan kepada direktur
 - b. Melaksanakan kualitas kinerja pengembangan sesuai standar yang telah ditetapkan perusahaan
 - c. Melakukan *test* dan pengembangan teknologi baru untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan perusahaan
 - d. Mengobservasi kinerja *project* yang selama ini telah ada
 - e. Melihat potensi untuk melakukan efisiensi dari berbagai lini
 - f. Melihat peluang untuk meraih *profit* yang lebih besar dari bisnis yang ada
 - g. Mempersiapkan *sample* untuk standar kerja di produksi
 - h. Menghitung *cost* unit per unit

- i. Memonitor pengembangan perencanaan dan kualitas produk agar dapat mencapai hasil sesuai jadwal, target dan mutu yang ditetapkan dan berusaha mencari inovasi baru dalam industri sepatu.

9. Gudang bahan / material

Mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

- a. Bertanggungjawab penuh atas semua kelancaran kegiatan dibagian gudang bahan dan keberadaan material dengan baik.
- b. Menempatkan semua barang di gudang bahan dengan sistem *FIFO* dengan baik dan benar
- c. Menyediakan dan melayani permintaan barang dari bagian produksi sesuai spesifikasi dan kebutuhan yang diminta
- d. *Mengkoordinir* dan mengatur pembagian tugas terhadap bawahan
- e. Melakukan pengawasan terhadap pengecekan material yang masuk dari supplier (*incoming materials*)
- f. Melakukan koordinasi kepada kepala bagian produksi dan tim produksi terhadap ketidaksesuaian material yang datang
- g. Membuang laporan atas pemakaian / pengambilan material perhari

10. Gudang jadi

Mempunyai tugas dan tanggungjawab sebagai berikut :

- a. Bertanggung jawab penuh atas semua kelancaran kegiatan di bagian gudang jadi dengan baik
- b. Melakukan pengaturan pengiriman barang berdasarkan PO / sesuai permintaan *marketing*
- c. Melakukan pengawasan terhadap barang keluar dari gudang jadi
- d. Melakukan pengaturan / instruksi kerja terhadap bawahan
- e. Melakukan pengawasan terhadap kegiatan kerja seluruh bawahan dan memastikan semua bawahan bekerja sesuai tugas dan fungsinya
- f. Melakukan penetapan target perhari terhadap kegiatan seluruh bawahan
- g. Melakukan laporan pertanggungjawaban atas kegiatan / kerja tambahan

11. Ekspor dan impor

Mempunyai tugas dan tanggungjawab sebagai berikut :

- a. Bertanggung jawab penuh atas semua ekspor impor
- b. Menerima *order* dari semua *brand* yang *ekspor*
- c. Menerima *order* dari semua *Brand Lokal* yang *shipment* nya di Indonesia (*brand* tertentu)
- d. Menindaklanjuti *order* ke semua departemen yang *export*
- e. Mengkomunikasikan ke semua departemen apa yang *concerns customer* untuk semua *brand*
- f. Bekerjasama dengan *development* tim untuk model baru yang *export*
- g. Memastikan pembayaran masuk untuk masing – masing *brand*

12. *Maintenance*

Mempunyai tugas dan tanggungjawab sebagai berikut :

- a. Bertanggung jawab atas semua kelancaran kegiatan pemeliharaan alat / mesin terhadap bagian produksi
- b. Melakukan pemantauan kelayakan pengoperasian alat / mesin produksi secara rutin
- c. Membuat dan merencanakan jadwal pemeliharaan
- d. Memastikan semua unit alat mesin dapat berfungsi dengan baik saat dioperasikan
- e. Melaksanakan instruksi direktur dan kepala bagian produksi secara cepat dan tepat
- f. Mengatur pembagian tugas bawahan dan melakukan koordinasi
- g. Melakukan pemantauan genset, *accu*, solar
- h. Melakukan pemantau aur sanitasi
- i. Melakukan pemantauan serta memastikan tingkat keamanan penggunaan / perbaikan instalasi listrik
- j. Melakukan *service* ringan kendaraan operasional
- k. Memperhatikan lingkungan kerja, perlengkapan kerja yang sekiranya dapat menghambat proses produksi atau dapat menimbulkan bahaya terhadap karyawan maupun perusahaan
- l. Menerapkan serta membina bawahan untuk menjalankan *safety first*
- j. Memonitor pengembangan perencanaan dan kualitas produk agar dapat mencapai hasil sesuai jadwal, target dan mutu yang di tetapkan dan berusaha mencari inovasi baru dalam industri sepatu.

13. Sistem manajemen mutu

Mempunyai tugas dan tanggungjawab sebagai berikut :

- a. Bertanggung jawab atas semua kelancaran pendistribusian dokumentasi Sistem Manajemen Mutu kepada semua bagian dan memantau penerapannya
- b. Mengelola, melaksanakan dan memverifikasi seluruh dokumen yang tercakup dalam sistem mutu
- c. Bertanggung jawab dalam fungsi penyimpanan, pendistribusian, dan pembuatan sistem
- d. Melaporkan kepada direktur perkembangan penerapan sistem mutu
- e. Sebagian penghubung dengan pihak luar terkait dengan Sistem Manajemen Mutu SNI ISO 9001 2015

1.1.5 Produk PT. Teguh Murni perdana

Pakalolo Boots berdiri sejak tahun 1990. Setelah beberapa tahun di pasar, Pakalolo menjadi salah satu merek lokal terkemuka di Indonesia. Pakalolo terkenal dengan spesialisasinya dalam memproduksi sepatu kulit berkualitas untuk semua pria. Tujuan utama Pakalolo adalah menghasilkan sepatu yang mencerminkan anatomi kaki yang baik dengan kenyamanan, kualitas dan harga yang terjangkau. Pada awal tahun 1990, Pakalolo hanya memiliki satu jenis kategori yaitu sepatu kerja. Namun seiring dengan perkembangan zaman, Pakalolo kini menyediakan dua kategori lagi, sepatu kulit kasual dan sandal kulit.

Pakalolo selalu menggunakan bahan berkualitas baik untuk memproduksi semua sepatu dan sandal untuk menjaga kualitas yang baik. Selain menggunakan bahan yang bagus, Pakalolo juga memiliki *quality control* yang sangat ketat untuk semua produknya. Dengan begitu, Pakalolo dapat selalu menjaga kualitasnya. Beberapa jenis produk yang di buat oleh PT.Teguh Murni Perdana dengan pemegang *brand* Pakalolo sebagai berikut.

TABEL 1.0
Produk Pakalolo

NO	Nama Produk	Foto Produk
1	PAKALOLO BOOTS SEPATU ANP01 BLACK PANTOFEL	
2	PAKALOLO BOOTS SEPATU ANP03NSB BLACK WORKING	
3	PAKALOLO BOOTS AOP 03 BLACK MOCCASIN	
4	PAKALOLO BOOTS SANDAL BIMA01NSA BROWN ORIGINAL	
5	PAKALOLO BOOTS SEPATU HOPKIN MO CHIOCO01B BLACK	
6	PAKALOLO BOOTS SEPATU HORACE BT CHICCO21A BROWN	

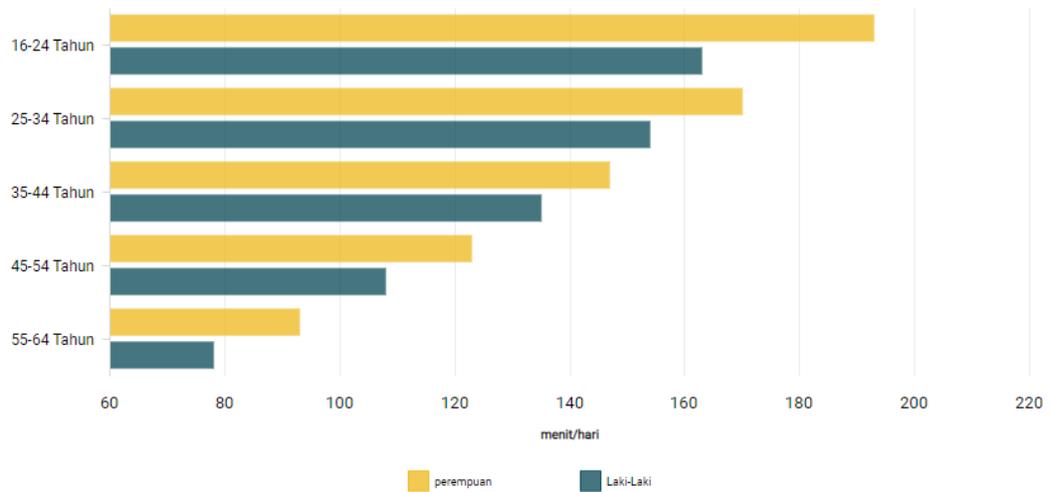
Sambungan

7	PAKALOLO BOOTS SEPATU HUMBA91 NATURAL SNEAKERS	
8	PAKALOLO BOOTS SEPATU HUMBA12 NATURAL SNEAKERS	
10	PAKALOLO BOOTS SAFETY FOOTWEAR SFR89901 BLACK	
11	PAKALOLO BOOTS SANDAL AAD01NSB BLACK ORIGINAL	

(Sumber : Data Perusahaan, 2022)

1.1.6 Latar Belakang

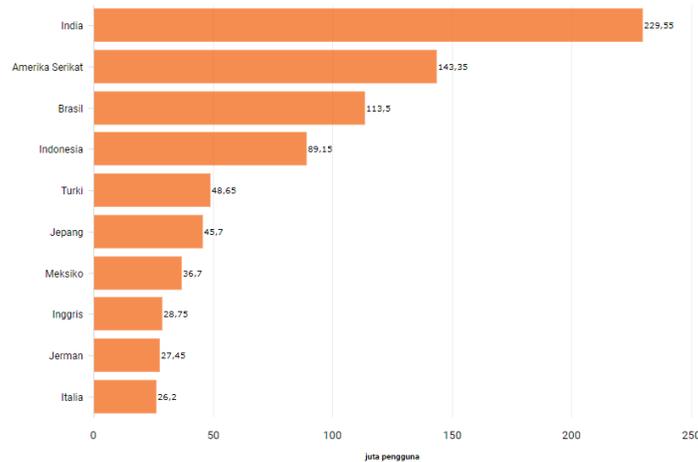
Media Sosial merupakan salah satu *platform* yang digandrungi para pengguna internet di dunia saat ini. Mereka bahkan bisa menghabiskan waktu berjam-jam dalam sehari untuk online dan mengakses berbagai informasi di jejaring sosial. Berdasarkan laporan *We Are Sosial*, rata-rata pengguna internet yang mengakses media sosial menghabiskan waktu antara 60 menit hingga 180 menit lebih dalam sehari untuk menggunakan media sosial. Laporan itu menunjukkan, semakin muda usia pengguna media sosial maka semakin lama durasi menggunakan media sosial. Dari semua kelompok usia, pengguna media sosial dengan durasi terlama yakni dari kategori perempuan. Rinciannya, yang memiliki durasi terlama yakni pada kelompok usia 16-24 tahun. Pada kategori perempuan di rentang usia ini yakni rata-rata menggunakan media sosial selama 193 menit/hari, sedangkan kategori laki-laki selama 163 menit/hari. Lalu, pada perempuan usia 25-34 tahun rata-rata menghabiskan waktu selama 170 menit/hari untuk menggunakan media sosial. Sedangkan, pada kategori laki-laki selama 154 menit/hari. Kemudian, pada perempuan usia 35-44 tahun rata-rata menghabiskan 147 menit/hari untuk menggunakan media sosial. Sedangkan, pada kategori laki-laki di kelompok usia tersebut rata-rata menghabiskan waktu 135 menit/hari. Berikutnya, pada perempuan di kelompok usia 45-54 tahun rata-rata menghabiskan waktu 123 menit/hari untuk mengakses media sosial. Sedangkan, pada laki-laki di kelompok usia ini rata-rata menghabiskan waktu 108 menit/hari. Sementara, kelompok usia 55-64 tahun menghabiskan waktu menggunakan media sosial paling sebentar dalam sehari. Para perempuan kelompok usia ini rata-rata habiskan waktu 93 menit/ hari, sedangkan laki-laki di kelompok usia ini rata-rata habiskan 78 menit/hari. Banyak manfaat yang sebenarnya bisa didapat dengan menggunakan media sosial selain bisa berinteraksi secara *online*. Di antaranya bisa untuk mengakses berbagai informasi terkini, melakukan penggalangan dana, hingga memasarkan bisnis dan berjualan secara *online* (sumber: <https://databoks.katadata.co.id> diakses pada 10 Oktober 2022).



GAMBAR 1.4

Usia Para Pengguna Media Sosial Di Indonesia

(Sumber : <https://databoks.katadata.co.id> 10 Oktober 2022)



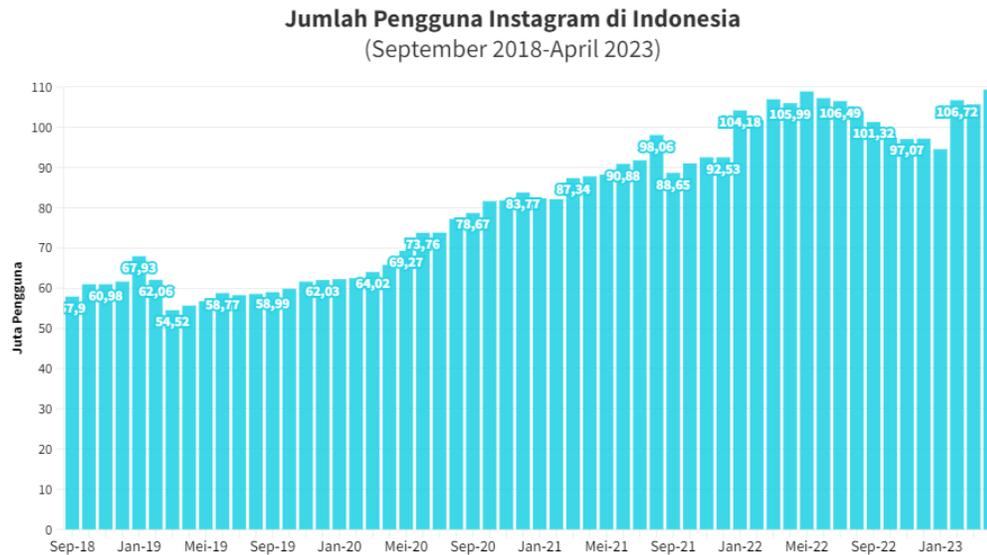
GAMBAR 1.5

Tingkat Pengguna Instagram Di Dunia

(Sumber: <https://datareportal.com/> diakses pada 8 July 2023)

Menurut laporan *We Are Social*, jumlah pengguna *instagram global* mencapai 1,32 miliar per Januari 2023. Jumlah tersebut menurun 10,8% dibanding Januari 2022. Pada awal tahun ini, Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna *instagram* terbanyak ke-4 di dunia, yakni 89,15 juta pengguna. Posisi puncaknya ditempati oleh India, dengan 229,55 juta pengguna

instagram, diikuti Amerika Serikat dengan 143,35 juta pengguna, dan Brasil 113,5 juta pengguna. Sementara, di bawah Indonesia ada Turki dengan 48,65 juta pengguna Instagram, kemudian Jepang 45,7 juta, Meksiko 36,7 juta, Inggris 28,76 juta, Jerman 27,45 juta, dan Italia 26,2 juta pengguna.



GAMBAR 1.6

Jumlah Pengguna Instagram Di Indonesia

(Sumber: <https://dataindonesia.id/> diakses pada 8 July 2023)

Instagram masih menjadi salah satu sosial media yang populer di Indonesia. Ini terlihat dari jumlah pengguna *instagram* di Indonesia yang mencapai ratusan juta orang. Berdasarkan data *Napoleon Cat*, ada 109,33 juta pengguna *instagram* di Indonesia hingga April 2023. Jumlah tersebut meningkat 3,45% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebanyak 105,68 juta pengguna. Jika dibandingkan setahun sebelumnya, jumlah pengguna Instagram di Indonesia meningkat 3,15%. Pada April 2022, jumlah pengguna *instagram* di dalam negeri tercatat sebanyak 105,99 juta pengguna. Melihat trennya, pengguna *instagram* di Indonesia sempat mengalami penurunan sejak Juni 2022 hingga Januari 2023. Namun, jumlahnya kembali mengalami kenaikan sejak Februari 2023. Adapun, pengguna Instagram didominasi oleh perempuan dengan proporsi sebesar 53,1%. Sementara, persentase pengguna Instagram berjenis kelamin laki-laki di Indonesia sebesar 46,9%. Dari usianya, 38% pengguna Instagram di dalam negeri berada di kelompok umur

18-24 tahun. Sebanyak 30,1% pengguna media sosial tersebut dari kelompok usia 25-34 tahun. Sebanyak 12,7% pengguna Instagram di Indonesia berusia 35-44 tahun. Kemudian, 11,3% pengguna Instagram di Indonesia berada di kelompok umur 13-17 tahun.

PT.Teguh Murni Perdana merupakan perusahaan yang awalnya merupakan industri rumahan yang berdiri sejak tahun 1958 berkembang di industri sepatu, lebih khususnya sepatu kulit dan *safety shoes*, target pasar dari PT.Teguh Murni Perdana ini ialah seluruh Indonesia dan kini PT.Teguh Murni Perdana pemegang merek dagang “*Pakalolo*” dengan mengembangkan desain desain sepatu lainnya agar dapat terus berkompetisi dengan kompetitor lainnya (Sumber: Data Perusahaan,. 2022).

Brand Pakalolo menggunakan media sosial *instagram* “@pakalolobootsofficial” dengan jumlah followers 90.200 pertanggal 30 Desember 2022 pengikut *instagram* nya. Pakalolo menggunakan *instagram* sebagai media untuk memberikan informasi tentang produk produknya melalui konten yang dibuatnya dan juga untuk berkomunikasi dengan para customer *audience*. Konten yang dibuat oleh Pakalolo bertujuan untuk membuat *Feeds* dengan tujuan membuat *audience* lebih tertarik terhadap produk dari brand Pakalolo itu sendiri (sumber: Data Perusahaan, 2022)



GAMBAR 1.7

Media Sosial Instagram @Pakalolobootsofficial

(Sumber: Data Perusahaan,. 2022)

Instagram yang digunakan PT.Teguh Murni Perdana sebagai konten pemasaran dan juga untuk menarik perhatian *audience* masih tergolong rendah keterlibatan *audience* nya walaupun *followers* yang dimiliki banyak seperti *like* untuk tanda suka, *comment* untuk memberikan komentar masih tergolong rendah dengan demikian hal tersebut memerlukan adanya evaluasi konten dari @pakalolobootsofficial untuk divisi *marketing* yang mengelola *instagram* tersebut dan dapat dilihat dari jumlah *insight* dan *engagement* yang ada masih tergolong tidak stabil di setiap *post* nya (Sumber: Data Perusahaan. 2022). Perusahaan juga konsisten dalam pembuatan konten sehingga postingan yang ada pada *instagram* nya tergolong dalam kategori banyak, namun masih tidak stabil keterlibatan terhadap *audiens* nya. Oleh karena itu penulis memilih objek penelitian ini dan ingin mengevaluasi lebih lanjut terkait konten pemasaran yang dilihat berdasarkan *variable* konten pemasaran, sehingga mana yang perlu di evaluasi kembali terkait konten yang dibuat oleh perusahaan dan dapat di ketahui yang mana sekiranya nilai paling rendah dari dimensi yang dapat di jadikan aspek yang perlu di perhatikan dan pertimbangkan dalam pembuatan konten kedepannya dengan memperhatikan dari konten pemasaran itu sendiri.



GAMBAR 1.8

Insight Dari Salah Satu Post Instagram @Pakalolobootsofficial

(Sumber: Data perusahaan 2022)



GAMBAR 1.9

Engament Dari Salah Satu Post Instagram @Pakalolbootsofficial

(Sumber: Data perusahaan 2022)

Penulis berharap dengan hasil analisis pengukuran ini, mendapatkan persepsi dari *followers* terhadap konten yang telah dibuat dan dijadikan bahan evaluasi kedepan nya bagi *instagram @pakalolbootsofficial* dalam pembuatan konten kedepan nya dilihat dari segi *variable* konten pemasaran (*reader cognition, sharing motivation, perssuasion, decission making, factor*). Oleh karena itu, penulis tertarik dan akan melakukan penelitian dengan judul: “Analisis Konten Pemasaran Pada Media Sosial Instagram @pakalolbootsofficial tahun 2023”

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang pada penelitian ini, maka permasalahan dari PT.Teguh Murni Perdana pemegang *brand* Pakalolo yang penulis ingin teliti sebagai berikut:

1. Bagaimana *Reader Cognition* konten pemasaran pada media sosial instagram @pakalolobootsofficial ?
2. Bagaimana *Sharing Motivation* konten pemasaran pada media sosial instagram @pakalolobootsofficial ?
3. Bagaimana *Perssuassion* konten pemasaran pada media sosial instagram @pakalolobootsofficial ?
4. Bagaimana *Decission Making* konten pemasaran pada media sosial instagram @pakalolobootsofficial ?
5. Bagaimana *Factor* konten pemasaran pada media sosial instagram @pakalolobootsofficial ?

1.3 Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, Adapun tujuan dari pelaksanaan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui *Reader Cognition* konten konten pemasaran pada media sosial instagram @pakalolobootsofficial
2. Mengetahui *Sharing Motivation* konten konten pemasaran pada media sosial instagram @pakalolobootsofficial
3. Mengetahui *Perssuassion* konten konten pemasaran pada media sosial instagram @pakalolobootsofficial
4. Mengetahui *Decission Making* konten pemasaran pada media sosial instagram @pakalolobootsofficial
5. Mengetahui *Factor* konten pemasaran pada media sosial instagram @pakalolobootsofficial

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat berguna bagi kepentingan perusahaan yang berkaitan evaluasi konten pemasaran *instagram* dengan kegunaan sebagai berikut:

- a. Kegunaan akademis dari penelitian ini diharapkan menambah wawasan di bidang pemasaran terkhusus pada sosial media
- b. Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan referensi penelitian selanjut nya

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Mendapatkan ilmu pengetahuan tentang pemasaran terhadap dengan konten di media sosial *Instagram*

b. Bagi PT.Teguh Murni Perdana

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan dan saran terhadap perusahaan agar dapat terus maju dan berkembang

c. Bagi Pihak Lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi terhadap perusahaan lain terkait dengan konten marketing pada sosial media *Instagram*

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi oleh beberapa aspek masalah yang akan di bahas agar tidak menjadi terlalu luas. Adapun Batasan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Objek dalam penelitian ini adalah Instagram @pakalolobootsofficial
2. Jenis penelitian kuantitatif
3. Narasumber yaitu karyawan perusahaan dan juga pelanggan dari *brand* Pakalolo
4. Periode Pelaksanaan dalam melakukan penelitian ini dimulai dari tanggal 10 Oktober 2022 s/d Selesai

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika adalah komponen komponen penjelasan dari setiap bab, yang berisikan gambaran tentang penelitian yang akan di bahas oleh penulis. Adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini penulis akan menjelaskan gambaran umum dari objek penelitian yang akan di bahas mulai dari latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan penelitian dan juga sistematika penulisan sebagai laporan akhir

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis akan menguraikan landasan landasan teori penelitian seperti teori pemasaran, teori manajemen pemasaran, teori buran pemasaran, teori bauran promosi, teori *digital marketing*, teori *instagram*, teori konten pemasaran

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas analisis jenis penelitian yang akan di gunakan

BAB IV HASIL PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas analisis dari hasil penelitian dengan metode yang di gunakan sebelumnya

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran terhadap objek penelitian dan pihak pihak yang terkait