

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

PT. *Coin* Jaya Sentosa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Perusahaan ini didirikan oleh Indra Surya dan Susana. Berdiri sejak 1 Januari 2008 di Kota Wisata. Diwilayah Cibubur Jawa Barat. Dan didirikan oleh Bapak Indra Surya yang memiliki pengalaman dibidang properti sejak 2000. Dimulai sebagai *marketing* perumahan Kota Wisata. Selanjutnya juga pernah bergabung sebagai pemegang saham di perusahaan *Property agent* yang bergerak dibidang yang sama sejak 2004 hingga 2008. Pada akhirnya di tahun 2008 mendirikan perusahaan sendiri.

1.1.2 Logo Dan Makna Logo Perusahaan

Berikut merupakan Logo PT. *Coin* Jaya Sentosa



Gambar 1. 1
Logo PT. Coin Jaya Sentosa

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2024

Coin diambil dari kata mata uang logam yang memiliki filosofi bahwa dari uang kecil akan menjadi uang besar. Melakukan pelayanan tidak memilih dan memilah jenis *customer*.

1.1.3 Visi , Misi, dan Nilai Utama Perusahaan

a. Visi :

- 1) Menjadikan PT. Coin Jaya Sentosa sebagai partner yang terpercaya untuk mendapatkan penawaran terbaik dan proses transaksi yang aman dan nyaman untuk properti pelanggan
- 2) Mencapai kesejahteraan bagi seluruh partner PT. *Coin* Jaya Sentosa.

b. Misi

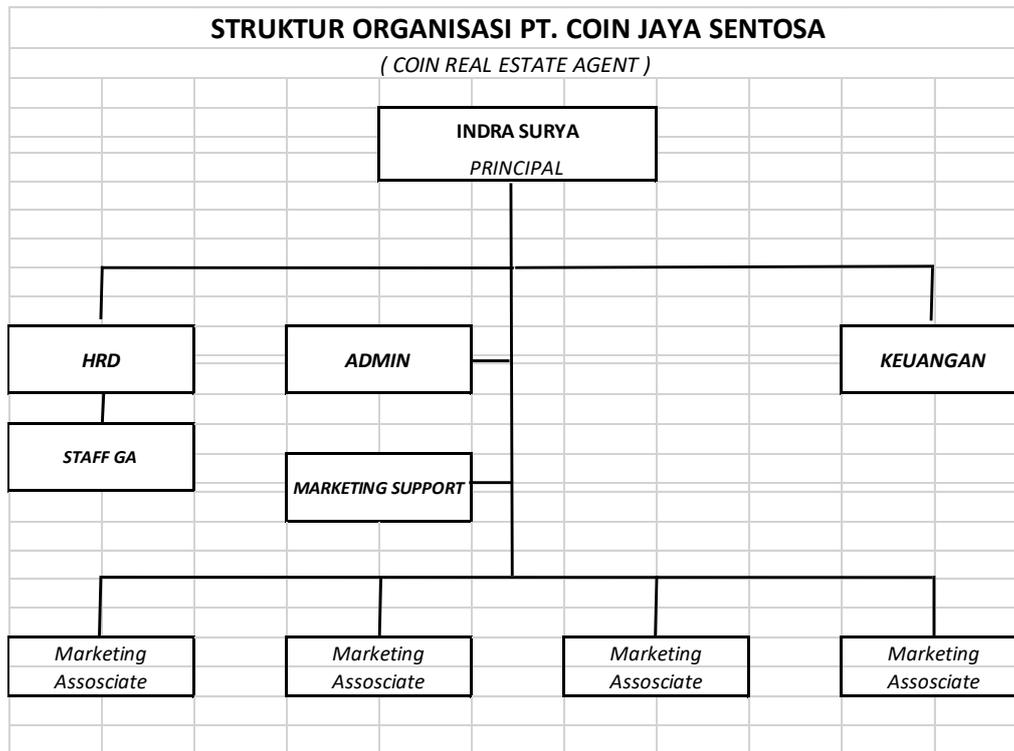
- 1) Menciptakan partner properti agensi yang profesional, ramah, bertanggung jawab, dan berintegritas.
- 2) Memberikan pelayanan terpercaya dan pilihan properti-properti dengan penawaran terbaik.
- 3) Memberikan solusi terbaik untuk mendapatkan penawaran terbaik untuk properti konsumen.

c. Nilai Utama Perusahaan.

- 1) Membangun hubungan yang didasari kepercayaan dengan pelanggan dan mitra.
- 2) Berkomitmen untuk memberikan solusi properti terbaik bagi pelanggan.
- 3) Terus berinovasi untuk menghadirkan produk dan layanan properti yang kreatif dan solutif.
- 4) Membangun kerja sama yang saling menguntungkan dengan penjual dan pembeli.
- 5) Bertanggung jawab atas semua tindakan dan keputusan yang diambil oleh pelanggan.

1.1.4 Struktur Perusahaan

Adapun struktur PT. *Coin* Jaya Sentosa sebagai berikut :



Gambar 1. 2
Struktur PT. Coin Jaya Sentosa

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2024

1.1.5 Jenis Jasa Yang Di Tawarkan

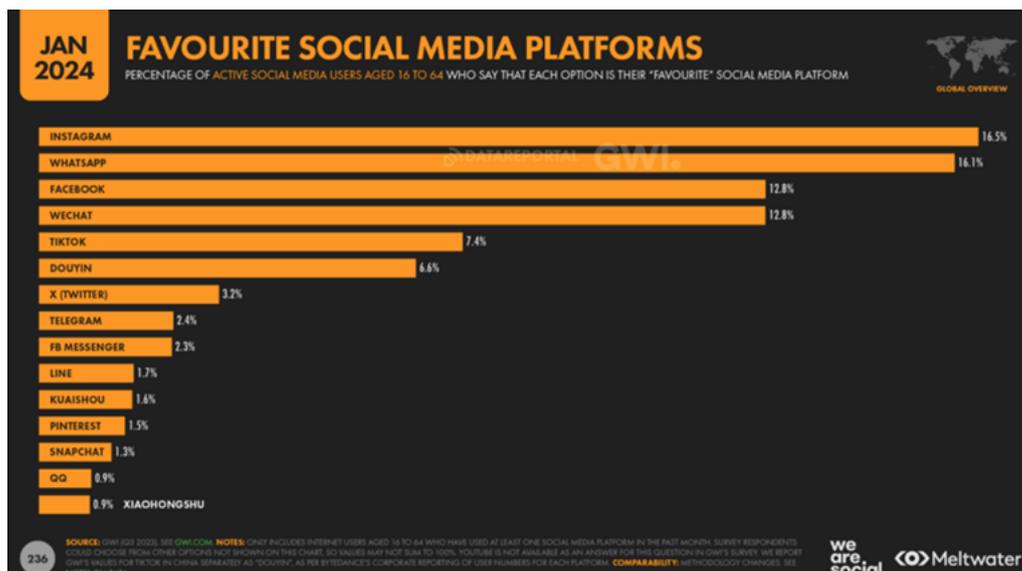
Perusahaan ini bergerak dibidang jasa perantara jual, beli, sewa rumah ruko yang pengembangan jasa dengan memfasilitasi pembangunan kawasan-kawasan daerah Kota Wisata Cibubur yang terpadu dan dinamis.

1.2 Latar Belakang

Perkembangan pesat teknologi pada era globalisasi telah mengubah lanskap komunikasi dan interaksi sosial. Penggunaan gadget dan internet yang semakin meluas telah memungkinkan individu untuk terhubung secara global dan mengakses informasi secara *real-time*. Media sosial, sebagai salah satu manifestasi dari perkembangan teknologi informasi, telah memainkan peran sentral dalam membentuk pola komunikasi masyarakat modern. Ketergantungan masyarakat terhadap internet untuk memenuhi berbagai kebutuhan, mulai dari informasi hingga hiburan, semakin menguatkan posisi teknologi sebagai pilar penting dalam kehidupan sehari-hari Wiranata, et al. (2022).

Kehidupan masyarakat modern sangat bergantung pada media sosial. Media sosial adalah platform digital yang, menurut para ahli, memungkinkan orang berinteraksi, berbagi, dan membangun komunitas secara Online. Motivasi utama pengguna media sosial adalah untuk terhubung dengan orang lain melalui berbagai pengalaman, seperti yang ditekankan oleh Wiranata, et al., (2022). Media sosial telah menjadi salah satu bentuk komunikasi yang paling populer saat ini karena berbagai jenis konten yang dapat didistribusikan, mulai dari teks hingga video.

Wiranata, et al (2022) menjelaskan bahwa Instagram adalah sebuah platform digital yang dirancang untuk memfasilitasi proses kreatif dan sosial melalui fitur-fitur seperti pengambilan foto dan video, serta penambahan filter digital. Platform ini juga memungkinkan pengguna untuk berbagi konten mereka dengan komunitas Online yang lebih luas.



Gambar 1. 3
Favorite Social Media Platforms

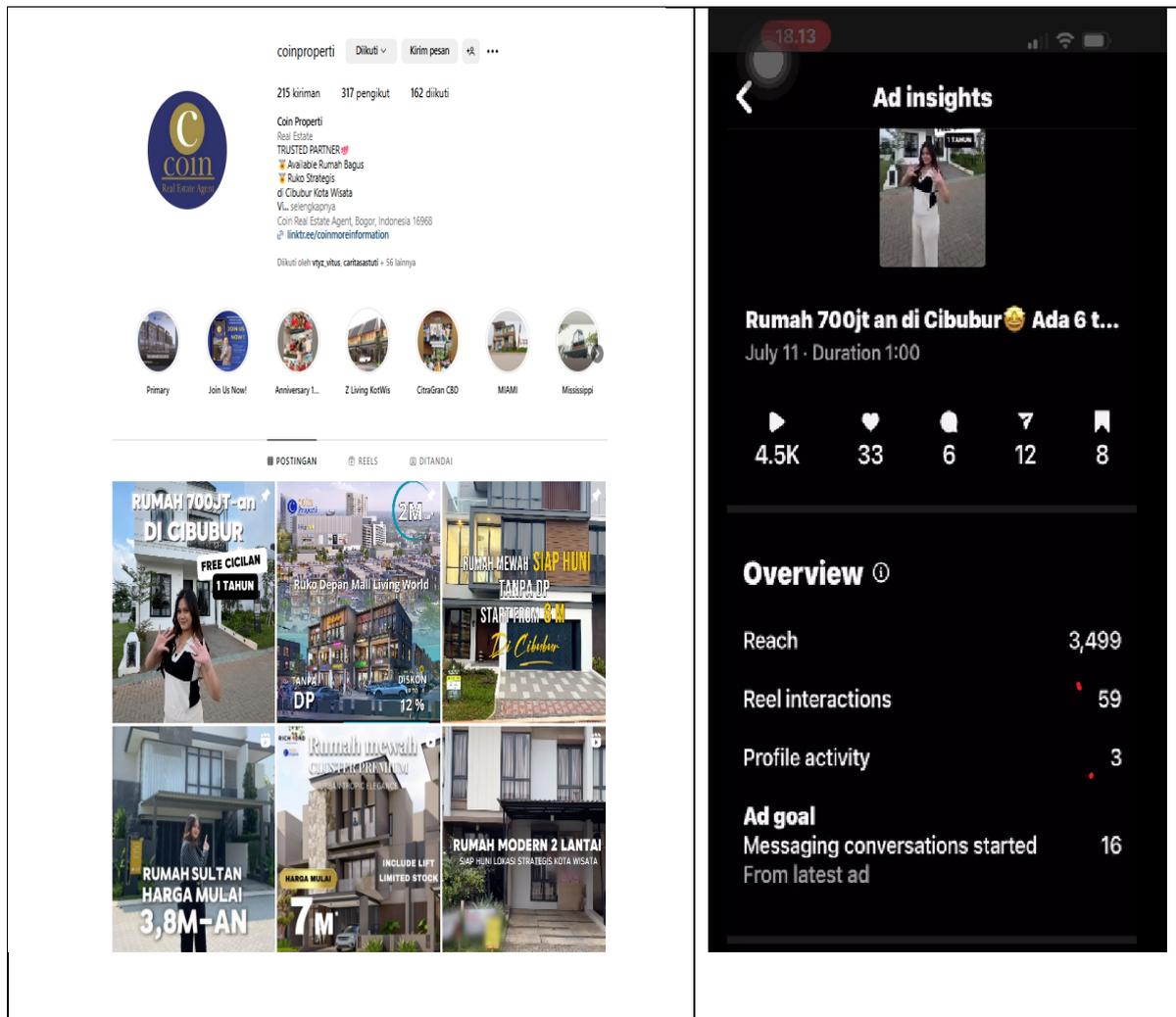
Sumber : We Are Social, 2024

Studi yang dilakukan oleh *We Are Social* pada awal tahun 2024 menunjukkan bahwa Instagram menjadi pilihan utama bagi pengguna media sosial di seluruh dunia, dengan pangsa pasar sebesar 16,5%. Hal ini dapat dikaitkan dengan sejumlah faktor, seperti antarmuka pengguna yang intuitif, fitur-fitur kreatif yang kaya, serta kemampuan platform dalam memfasilitasi ekspresi diri dan interaksi sosial.

Salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan pesat Instagram adalah beragam fitur kreatif yang ditawarkannya. Fitur seperti *Reels*, *Stories*, dan IGTV memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri dengan cara yang unik dan menarik. Bagi bisnis, fitur-fitur ini dapat dimanfaatkan untuk menciptakan konten yang lebih interaktif dan *engaging*, sehingga dapat meningkatkan keterlibatan audiens. Selain itu, fitur Instagram Shopping juga memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan transaksi secara langsung melalui platform, sehingga dapat meningkatkan konversi penjualan.

PT. Coin Jaya Sentosa adalah perusahaan jasa pemasaran properti yang telah beroperasi sejak tahun 2008. Perusahaan telah menguasai pasar properti di kawasan Kota Wisata Cibubur dan telah membantu ribuan konsumen menemukan properti yang sesuai dengan kebutuhan mereka. PT. Coin Jaya Sentosa tidak hanya menyediakan informasi yang akurat dan terkini, tetapi juga memberikan pendampingan penuh kepada konsumen, mulai dari proses pencarian properti hingga serah terima. Kemitraan strategis dengan Sinarmas Land dan penghargaan yang diraih dari *One Smile Club* menjadi bukti kredibilitas dan kinerja perusahaan. Selain itu, sertifikasi kompetensi dan keanggotaan di AREBI (Asosiasi Real Estate Broker Indonesia) menunjukkan komitmen perusahaan terhadap profesionalisme dan kepatuhan terhadap standar industri.

Meskipun PT. Coin Jaya Sentosa (@coinproperti) telah membangun reputasi yang kuat sebagai perusahaan jasa pemasaran properti, akun Instagram resmi perusahaan, @coinproperti, belum mampu menghasilkan *engagement* yang optimal. Rendahnya tingkat interaksi pengguna dengan konten yang diunggah mengindikasikan adanya peluang untuk meningkatkan strategi pemasaran digital perusahaan. Penelitian lebih lanjut perlu dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya *engagement* dan merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan visibilitas dan kredibilitas merek di platform Instagram.



Gambar 1. 4
Profil Instagram @coinproperti

Sumber : Instagram @coinproperti, 2024

Analisis terhadap akun Instagram @coinproperti Gambar 1.4 menunjukkan tingkat keterlibatan audiens yang rendah. Meskipun memiliki 317 pengikut, rata-rata pada salah satu postingan Instagram @coinproperti terdapat 59 akun berinteraksi berupa 33 *likes* dan 6 komentar yang ada di dalam postingan tersebut. Kemudian terdapat aktivitas profil berupa kunjungan profil dari 3,499 akun. Kemudian berdasarkan *share* postingan sebanyak 12 orang pada postingan Instagram @coinproperti, Kemudian kunjungan profil pada salah satu postingan sebanyak 16 , pada akun @coinproperti mempunyai profil aktivitas sebanyak 3 orang , dan mampu menarik minat audiens secara signifikan. Hasil ini sejalan dengan hasil wawancara sebelumnya yang menyoroti kurangnya daya tarik konten pemasaran perusahaan.

Di sisi lain, pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran memiliki potensi yang sangat besar untuk meningkatkan kesadaran merek (*Brand awareness*) dan jangkauan pasar Patel (2022). Namun, keberhasilan strategi pemasaran melalui media sosial sangat bergantung

pada relevansi dan kualitas konten yang dihasilkan. Dalam kasus @coinproperti, rendahnya tingkat keterlibatan audiensi mengindikasikan adanya kesenjangan antara konten yang dihasilkan dengan ekspektasi dan minat audiens.

Hal ini menggarisbawahi pentingnya melakukan analisis mendalam terhadap perilaku audiens dan tren pasar dalam merumuskan strategi konten yang efektif. Dengan memahami preferensi audiens, perusahaan dapat menciptakan konten yang relevan, menarik, dan mampu mendorong *engagement* yang lebih tinggi. Selain itu, pemantauan metrik kinerja secara berkala juga diperlukan untuk mengukur efektivitas strategi pemasaran yang telah diterapkan dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, peneliti memutuskan untuk meneliti permasalahan tersebut dengan judul “**Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Marketing Pada PT. Coin Jaya Sentosa Tahun 2024**”

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas adapun identifikasi atau rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi dari Strategi *context* yang dilakukan oleh PT. Coin Jaya Sentosa ?
2. Bagaimana implementasi dari Strategi *communication* yang dilakukan oleh PT. Coin Jaya Sentosa ?
3. Bagaimana implementasi dari Strategi *collaboration*, yang dilakukan oleh PT. Coin Jaya Sentosa ?
4. Bagaimana implementasi dari Strategi *connection* yang dilakukan oleh PT. Coin Jaya Sentosa ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut maka perancangan karya ini bertujuan untuk: Melakukan analisis terhadap penggunaan sosial media Instagram sebagai strategi *marketing* pada PT. *Coin Jaya Sentosa*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan dan tujuan penelitian. Penulis berharap karya yang sudah dibuat dapat bermanfaat bagi penulis, pihak properti dan masyarakat sekitar. Berikut manfaat karya secara teoritis dan praktis:

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Kegunaan secara teoritis dari penelitian ini bagi penulis yaitu penulis dapat mengaplikasikan pengetahuan yang sudah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik ketika membuat sebuah karya. Penulis juga mendapatkan pengalaman yang menambah wawasan dan bekal praktis mengenai strategi pemasaran pada media sosial dari mulai perencanaan, pelaksanaan, hingga hasil melalui platform media sosial Instagram.
- b. Bagi perusahaan PT. *Coin* Jaya Sentosa, diharapkan dari hasil karya ini dapat memberikan tambahan pemikiran serta saran-saran khususnya bagi divisi konten kreator dan media sosial. Penulis juga berharap hasil karya-karya yang sudah dibuat berguna bagi pihak *Real Estate* Agen tersebut.

1.5.2 Manfaat Praktis

Bagi instansi, diharapkan karya ini dapat memberikan pemikiran, informasi, dan pengetahuan dalam pendistribusian konten ataupun manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan strategi konten pemasaran pada media sosial Instagram dalam program penjualan di media sosial.

1.6 Batasan Masalah

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

- a. Variabel penelitian adalah strategi *marketing* di sosial media Instagram pada PT. *Coin* Jaya Sentosa
- b. Periode penelitian mulai berlangsung sejak Juli 2024 sampai Oktober 2024
- c. Penelitian ini dilaksanakan pada perusahaan PT. *Coin* Jaya Sentosa.
- d. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah kualitatif deskriptif.

1.7 Sistematika Penulisan Proyek Akhir

Sistematika penulisan menjelaskan isi dari setiap bab untuk mempermudah dan memahami isi dari tugas akhir perancangan karya. Berikut sistematika penulisan tugas akhir perancangan karya, yaitu :

- a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang penjelasan mengenai latar belakang karya strategi *marketing*. Pada perusahaan PT. *Coin* Jaya Sentosa menggunakan platform media sosial

Instagram, rumusan masalah perancangan karya, fokus perancangan, tujuan karya, manfaat karya, dan sistematika penulisan.

b. BAB II LANDASAN KONSEPTUAL

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan teori penulis untuk memperkuat dan membantu penulis dalam pembuatan karya penggunaan media sosial Instagram sebagai strategi *marketing* Pada Perusahaan PT. *Coin* Jaya Sentosa yaitu manajemen pemasaran, media sosial, Instagram, dan lain sebagainya.

c. BAB III METODE DAN KONSEP

Bab ini membahas tentang gambaran subjek dan objek, metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif, analisis permasalahan karya, konsep komunikasi, konsep kreatif, dan skema perancangan dalam pembuatan perancangan karya strategi *marketing* pada Perusahaan PT. *Coin* Jaya Sentosa.

d. BAB IV HASIL KARYA

Bab ini membahas mengenai proses perancangan karya dan pembahasan hasil karya mengenai kesesuaian antara teori terhadap hasil karya strategi *marketing* pada perusahaan PT.COIN JAYA SENTOSA yang sudah dibuat oleh penulis.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir membahas tentang kesimpulan hasil karya, serta saran-saran yang ingin disampaikan oleh penulis terhadap akademis dan perusahaan.