

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

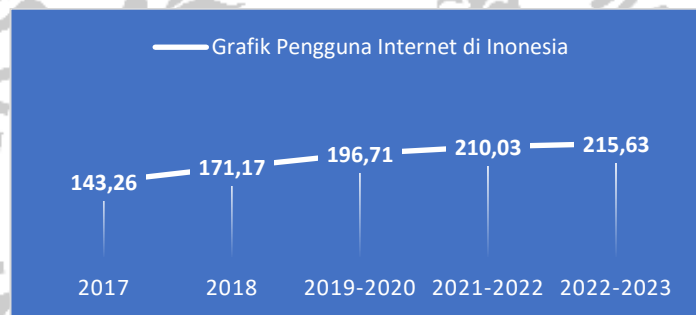
Perkembangan era memberikan dorongan dalam berbagai aspek, termasuk dalam pemasaran. Pemasaran menggunakan media digital merupakan salah satu bentuk dorongan dari perkembangan era. Pemasaran bertujuan untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan dan memberikan tawaran yang bernilai. Pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran merupakan fenomena baru dampak dari perkembangan teknologi, utamanya internet. Pemasaran digital dinilai lebih dapat meningkatkan nilai dan jauh lebih efektif. Dari segi keuntungan pemasaran digital memiliki potensi besar untuk meningkatkan keuntungan, oleh karena itu banyak yang beralih dari pemasaran tradisional ke pemasaran digital. Pemasaran digital sendiri merupakan promosi atau mempromosikan suatu brand, produk atau jasa melalui dunia digital atau internet.

Era digital merupakan bentuk dari perkembangan teknologi dan komunikasi yang pesat dan masih terus berkembang ke arah yang baik atau ke arah otomatisasi. Hampir semua masyarakat mengenal dan mengetahui handphone sebagai salah satu bentuk perkembangan teknologi yang berupa perangkat praktis yang diciptakan sebagai alat komunikasi. Pada awalnya handphone hanyalah kebutuhan sekunder atau tersier dimana fungsi utamanya sebagai alat komunikasi. Namun dengan perkembangan teknologi dan komunikasi yang pesat, handphone bergeser menjadi kebutuhan primer yang tidak hanya menjadi alat komunikasi. Memasuki era digital, handphone bersamaan dengan internet menghadirkan berbagai fitur canggih.

Pemasaran digital atau digital marketing akhir-akhir ini menjadi fenomena yang banyak dilakukan baik oleh pebisnis, penyedia jasa atau penyelenggara acara (*event organizer*) untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas secara efisien dan dapat menjangkau masyarakat yang berpotensi dari berbagai wilayah. Ditulis oleh Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan dalam Nasir et al., 2023, Pemasaran

digital adalah jenis pemasaran di mana merek dipromosikan dengan menggunakan berbagai media web, seperti blog, situs web, email, iklan, dan jejaring sosial.

Penggunaan media digital sebagai teknologi pemasaran digital tidak terbatas pada kelas-kelas tertentu. Berbagai strategi dilakukan guna meraih kesuksesan jangka panjang melalui media digital. Berdasarkan asumsi, dunia digital akan menjadi titik balik dalam segala aktivitas manusia. Banyak keuntungan dalam penggunaan media digital, seperti biaya promosi atau iklan, serta peningkatan kepemilikan handphone yang memiliki akses internet mudah dan peluncuran layanan 5G. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada periode 2022-2023 pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang. Jumlah tersebut meningkat sebanyak 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang hanya sebanyak 210,03 juta pengguna.



Grafik 1.1 Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Pemasaran telah beralih dari dunia nyata ke dunia maya, dan pergeseran ini mendorong perkembangan internet yang berbasis perangkat dan perilaku masyarakat yang semakin maju. Karena peran besar para profesional TI dalam industri pemasaran dalam mengubah teknologi menjadi lingkungan pemasaran yang efektif, Kemas menyatakan bahwa "kegiatan pemasaran di era pemasaran digital saat ini antara lain: periklanan situs web, situs web dan halaman mikro, spanduk web, media sosial, dan pemimpin utama dalam ide." Menurut data saat ini, semua orang sekarang hidup di ruang internet, yang berarti semua aktivitas mereka bergantung pada internet atau aktivitas online.

Aktivitas online di dunia maya kian ramai, berdasarkan Data Reportal 2023 jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167 juta pengguna, jumlah

tersebut menunjukkan presentase yang tinggi, yakni 60% jumlah penduduk dan 78% dari pengguna internet. Salah satu media sosial yang memiliki tingkat pertumbuhan yang cepat di Indonesia adalah Instagram. Data Reportal menunjukkan pengguna aktif instagram di Indonesia berjumlah 89 juta, sekitar 32,2% penduduk (<https://www.blog.slice.id/blog/edisi-2023-statistik-pengguna-media-sosial-terbaru>).

Srawung seduh vol.2 merupakan proyek independent berupa acara yang digagas oleh 6ig Production. Acara ini berkaitan dengan kopi, dengan rangkain acara lomba manual brew dan tenant UMKM. Pemilihan acara ini didasarkan pada kopi yang di masa kini sudah bisa dinikmati berbagai kalangan. Tidak hanya dikonsumsi para elit, kopi kini menjadi bagian dari gaya hidup. Melalui kopi interaksi dan relasi dapat terjalin, hal tersebutlah yang menjadi faktor yang mendorong semakin banyak orang yang menaruh perhatian terhadap kopi. Salah satu yang mendorong diselenggarakan acara ini adalah penikmat kopi di Jember yang meluas diseluruh kalangan, serta usaha untuk membantu barista atau pelaku usaha di bidang kopi dalam menampilkan kemampuan dalam menyajikan kopi. 6ig Production juga mempertimbangkan keberadaan dan perkembangan kompetisi seduh kopi yang dimasa ini menjadi perbincangan hangat.

Dalam penyelenggaraan acara ini, 6ig Production sebagai penyelenggara acara memanfaatkan media digital, yaitu media sosial Instagram sebagai media pemasaran. Instagram dipilih untuk menekan biaya pemasaran, selain itu berdasarkan data di atas Instagram menawarkan potensi yang besar untuk memasarkan atau mempromosikan *event* atau acara secara efektif. Pemasaran digital menggunakan Instagram memiliki beberapa keuntungan seperti, Instagram merupakan platform visual yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video dengan mudah. Hal ini memungkinkan pemasaran menampilkan gambar-gambar menarik yang dapat menarik perhatian pengguna dan memperkenalkan acara dengan cara yang kreatif. Instagram juga memiliki fitur-fitur interaktif yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, seperti fitur komentar, menyukai postingan dan mengirim pesan langsung. Fitur-fitur tersebut dapat dimanfaatkan untuk membangun keterlibatan pengguna dan meningkatkan kesadaran terkait keberadaan acara tersebut.

Pemasaran menjadi bagian penting dalam penyelenggaraan acara karna berdasar pada faktor 6ig Production sebagai peyelenggara acara yang baru serta nama Srawung Seduh yang masi minim dikenal masyarakat. Dengan pemasaran yang dilakukan diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat, mengundang partisipan, mencapai target partisipan, membangun citra, meningkatkan sponsor dan mitra, memberikan peluang evaluasi dan pembelajaran. Untuk mencapai apa yang diharapkan dalam kegiatan pemasaran digital maka dalam penggunaan dan pengelolaan akun Instagram Srawung Seduh Vol.2, 6ig Production melakukan beberapa strategi untuk dapat mengarahkan upaya secara efektif.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis ingin menulis tugas akhir dengan judul: **“Strategi Pemasaran Srawung Seduh Vol.2 Melalui Instagram”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dilakukan agar pembahasan tugas akhir tersusun secara sistematis. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Cara atau strategi pemasaran yang dilakukan 6ig Production dalam mengelola dan memanfaatkan Instagram untuk mengenalkan Srawung Seduh *Vol 2*?
2. Kendala yang dialami 6ig Production saat memasarkan Srawung Seduh Vol.2 melalui Instagram?

## **1.3 Tujuan**

Berdasarkan batasan laporan kegiatan yang diuraikan di atas, maka penulisan ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui cara atau strategi pemasaran yang digunakan 6ig Production dalam mengenalkan Srawung Seduh Vol.2 terhadap khlayak melalui Instagram.
2. Mengetahui kendala yang dialami 6ig Production dalam pelaksanaan pemasaran Srawung Seduh Vol.2 melalui Instagram.

#### 1.4 Manfaat

Manfaat dari penulisan ini dibedakan menjadi berdasarkan aspek teoritis dan aspek praktis.

##### 1. Manfaat teoritis

- a. Diharapkan dapat memberikan sumbangsih dalam penulisan terkait pemasaran digital.
- b. Diharapkan dapat memberikan manfaat dalam strategi penggunaan Instagram.

##### 2. Manfaat praktis

- a. Diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis dalam pemasaran digital.
- b. Diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pemasaran menggunakan Instagram.

