

## BAB I

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat memberikan peluang bagi perusahaan dalam memulai suatu bisnis di bidang teknologi informasi. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), dalam lima tahun terakhir penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat. Beberapa diantaranya, penggunaan internet di rumah tangga (78,18%), penggunaan telepon seluler (62,84%), dan kepemilikan komputer di rumah tangga (18,83%), semuanya mengalami peningkatan. Penduduk yang menggunakan internet juga meningkat dari (25,37%) pada tahun 2016 menjadi (53,73%) pada tahun 2020. Adapun salah satu bisnis teknologi informasi yaitu tools yang berguna untuk meningkatkan *insight* Instagram menimbulkan persaingan yang ketat antara para pemilik perusahaan IT. Dalam menghadapi persaingan yang ketat perusahaan memerlukan strategi komunikasi pemasaran yang tepat terarah dan terencana yang dapat mempertahankan posisi perusahaan. Seiring berkembangnya IT maka pemilik bisnis lebih mudah lagi untuk mengiklankan produk mereka menggunakan media sosial. Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan berkomunikasi dengan orang lain secara *online*. Media sosial menyediakan berbagai fitur yang memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam berbagai aktivitas, seperti berbagi foto, video, status, komentar, dan pesan. Menurut (Nasrullah dalam Rafiq, A. 2020) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Beralaskan pada ideologi dan teknologi Web 2.0 sehingga memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten oleh penggunanya (Kaplan & Haenlein, dalam Anwar, F. 2017).

Level komunikasi melebur dalam satu wadah yang disebut media sosial, Menurut hasil riset oleh 'We Are Social' diantara banyaknya jenis media sosial tersebut, media sosial yang paling diminati orang Indonesia saat ini diantaranya Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter. Berdasarkan informasi yang dimuat dalam wartakota, Indonesia merupakan negara dimana pengguna Instagram terbesar di Asia Pasifik dengan jumlah pengguna aktifnya mencapai 45 juta orang dari total pengguna didunia yang berjumlah 700 juta orang. Jumlah populasi dinegara Indonesia sebanyak 256,4 juta orang dan sebanyak 130 juta orang atau sekitar 49% diantaranya merupakan pengguna aktif media sosial (Anggraeni, 2018). Menurut data *Digital 2022 Global Overview Report* melaporkan potensi jangkauan pelaku bisnis dalam melakukan pemasaran melalui Instagram mencapai 18,7% dari total pelaku bisnis, dan pemasaran diperkirakan mampu menjangkau sekitar 276,3 juta orang. Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia saat ini, dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan. Instagram digunakan untuk individu, bisnis, dan merek yang ingin meningkatkan *engagement* dengan pengikut mereka adalah kunci. Tingkat *engagement* instagram yang tinggi dapat menghasilkan lebih banyak interaksi, pertumbuhan pengikut, dampak positif pada visibilitas dan keberhasilan akun Instagram serta penggunaan tools yang membantu meningkatkan *engagement* sangat diperlukan.

Toba AI merupakan *tools* untuk mengukur, menganalisis, dan membantu membuat strategi untuk akun Instagram. Toba AI mempunyai tools yang sangat dibutuhkan khususnya bagi pengguna instagram yang ingin mengoptimalkan Instagramnya dengan baik dikarenakan Toba AI mempunyai fitur Cek Kompetitor yang berguna untuk mencari konten terbaik dari konten milik sendiri dan kompetitor untuk diaplikasikan lagi agar mendapatkan jangkauan yang luas, *Engagement* per hashtag merupakan fitur mengoptimalkan serta menemukan hashtag yang paling cocok dan berpengaruh untuk konten agar lebih mudah terhubung dengan target audiens, *monitoring Audiens* merupakan fitur Toba AI di mana Toba AI akan mencari tahu siapa saja yang menjadi *follower* di Instagram dengan mendetail agar konten yang ingin dibuat bisa lebih banyak disukai, Insight permedia merupakan fitur dari Toba AI yang membaca

secara penuh *like*, *comment*, *reach* dan *impression* dalam satu tampilan, dan yang terakhir dari fitur toba adalah Waktu *follower* aktif di mana Toba AI akan mengirimkan informasi tentang waktu kapan *follower* aktif agar tepat pada saat mempublikasikan konten di Instagram. Fitur yang ada di Toba Ai tersebut sangat membantu untuk pengguna Instagram seperti *Influencer*, UMKM, perusahaan serta individu yang ingin mengoptimalkan akun instagramnya dengan baik.

Toba Ai merupakan produk milik PT Widya Intelektual Bangsa yaitu sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *big data analytic* dan *artificial intelligence* yang bekerja memberikan solusi bagi pemerintah, swasta, perguruan tinggi serta UMKM. PT Widya Intelektual Bangsa berfokus pada pertumbuhan bisnis lewat transformasi *digital* berbasis data *driver* berguna untuk memudahkan suatu kelompok dalam pengambilan keputusan, meningkatkan produktivitas dan merancang strategi. Dalam dunia bisnis tentu tidak selamanya penjualan mengalami peningkatan, tentunya juga disaat tertentu mengalami penurunan penjualan seperti yang dialami oleh PT Widya Intelektual Bangsa dalam memasarkan produk Toba AI. Dari data penjualan Toba AI dapat dilihat bahwasanya masih kurang peminat untuk menggunakan tools Toba AI tersebut.

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Toba AI 2021-2023

NO	TAHUN	JUMLAH
1	2021	13 <i>User</i>
2	2022	64 <i>User</i>
3	2023	29 <i>User</i>

Sumber: PT Widya Intelektual Bangsa

Dari table 1.1 data penjualan produk Toba AI 2021-2023 dapat dilihat dari tiga tahun terakhir (2021-2023), data penjualan toba ai pada tahun 2021 menunjukkan bahwa terjual kepada 13 *User* Instagram, Lalu di tahun 2022 penjualan Toba AI mengalami peningkatan terjual 64 *User* Instagram dan pada tahun 2023 penjualan Toba AI

mengalami penurunan yaitu terjual 29 *User* Instagram. Dari banyaknya pengguna Instagram, Toba ai masih memiliki sedikit peminat. Seiring dengan ketatnya persaingan yang berusaha menawarkan produk yang sama seperti yang disebutkan di Glints.com *Icnsquare* berjumlah 100.000 pengguna, *Sprout Social* 100.000, *Hootsuite* berjumlah 5.000.000 pengguna, *Crowdfire* berjumlah 5.000.000 pengguna, Instagram Insight berikut adalah tools yang sering digunakan oleh pengguna instagram Selain itu penggunaan strategi komunikasi pemasaran yang masih tergolong kurang tepat dalam memasarkan produk. Maka dari itu perusahaan perlu membuat strategi dan menciptakan kiat alternatif yang lebih unggul dari pesaing lain untuk tetap meningkatkan penjualan dikondisi apapun.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Penelitian ini akan berfokus untuk menjawab pertanyaan tersebut sehingga peneliti dapat membuat kesimpulan dari jawaban yang didapatkan. Penelitian ini dilakukan oleh peneliti untuk dapat mengetahui kesalahan dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran yang menyebabkan sulitnya perusahaan dalam memasarkan Toba AI. Melihat dari data penjualan Toba AI yang menurun dan kurangnya peminat menjadi salah satu permasalahan komunikasi pemasaran yang dialami oleh PT Widya Intelektual Bangsa dalam memasarkan produk Toba AI

Kurangnya peminat masyarakat dalam menggunakan produk Toba AI untuk mengoptimalkan sosial media Instagram, sedangkan Instagram menjadi salah satu media yang dapat digunakan sebagai mata pencarian dan media pemasaran. Akan tetapi produk Toba AI mengalami penurunan pada penjualan dan kurang peminat. Kemudian, komunikasi pemasaran yang dilakukan PT Widya Intelektual Bangsa kurang optimal dan masih belum tersebar secara luas, dikarenakan masih terdapat masyarakat yang belum mengenal produk Toba AI.

Berdasarkan latar belakang rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian dalam skripsi ini adalah Strategi Komunikasi Pemasaran PT Widya Intelektual Bangsa Dalam Memasarkan Produk Toba AI?

### **1.3 Batasan Masalah**

Penelitian ini berfokus pada “Strategi Komunikasi Pemasaran PT Widya Intelektual Bangsa Dalam Memasarkan Produk Toba AI”. Penelitian ini dibatasi dengan cakupan yang ada pada PT Widya Intelektual Bangsa dan strategi komunikasi pemasaran yang digunakan untuk memasarkan produk Toba AI dari tahun 2021 sampai dengan 2023.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara lengkap tentang bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran PT Widya Intelektual Bangsa Dalam Memasarkan Produk Toba AI.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat pada penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Pt Widya Intelektual Bangsa Dalam Memasarkan Produk Toba AI”, adalah sebagai berikut:

1. **Manfaat Teoritis**  
Peneliti mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan ilmu khususnya terkait komunikasi pemasaran dalam upaya memasarkan produk Toba Ai dan dapat dijadikan acuan atau referensi untuk melakukan penelitian berikutnya.
2. **Manfaat Praktis**  
Secara praktis manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai masukan dan pertimbangan untuk PT Widya Intelektual Bangsa dalam melakukan komunikasi pemasaran untuk memasarkan produk Toba Ai, Memberikan informasi dan referensi mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT Widya Intelektual Bangsa dalam memasarkan produk Toba AI.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk menjelaskan bagian per-bab dalam penelitian skripsi yang bertujuan mempermudah pembaca dalam memahami hal yang pokok dari sebuah penelitian skripsi. Untuk penyajian dalam laporan penelitian atau skripsi ini meliputi hal-hal berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan skripsi

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

berisi tinjauan pustaka, dasar-dasar teori yang digunakan, studi literatur, dasar teori

### BAB III METODE PENELITIAN

Di dalamnya terdapat tinjauan umum tentang objek penelitian, analisis masalah, solusi yang ditawarkan, rancangan

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

bab ini berisi tentang pembahasan dan hasil dari penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif, bab ini merangkum tiga sub bab yaitu ada profil sebuah perusahaan, hasil penelitian dan pembahasan dari penelitian

### BAB V PENUTUP

berisi kesimpulan dan saran yang dapat peneliti rangkum selama proses penelitian,