

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Demi mencapai tujuan proses komunikasi dan informasi dalam tujuannya untuk menyampaikan pesan yang berupa pengetahuan atau informasi kepada orang lain yang berakhir dapat mempengaruhi pemikiran, perubahan sikap dan dapat mendorong orang lain untuk melakukan hal tertentu, maka proses komunikasi untuk menyampaikan informasi harus di dukung dengan media-media atau *tools* tertentu. Suatu pemahaman populer mengenai komunikasi manusia adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seorang (atau suatu Lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang) baik secara langsung (tatap muka) ataupun melalui media (Primarni, 2010: 2)

Media - media komunikasi harus mendapat perhatian khusus karena proses pemilihan media dengan informasi yang akan disampaikan harus sesuai sehingga tepat sasaran kepada orang yang menjadi target informasi.

Media komunikasi dan informasi bisa terbentuk karena terciptanya jaringan komputer. Adapun macam-macam media tersebut antara lain radio, telepon, televisi dan internet. Keempat jenis tersebut termaksud kedalam media komunikasi dan informasi yang modern. Namun menariknya, internet menjadi di gandrungi pada era masyarakat modern. Dengan internet orang bisa mengakses channel tv/radio dan melakukan komunikasi melalui media sosial.

Media komunikasi online saat ini sudah menjadi konsumen harian masyarakat. Dimana masyarakat dalam mencari informasi bisa melalui komputer/laptop, handphone dengan berbagi kemudahan. Di era sekarang ini masyarakat bukan hanya menggunakan media online untuk bersosialisasi namun juga menfungsikan media online tersebut sebagai sarana komunikasi dan informasi.

Mengutip dari wordstream.com media sosial sebagai bentuk pemasaran internet yang melibatkan pembuatan dan membagikan konten dalam rangka mencapai tujuan branding dan promosi.

Situs jejaring sosial yang sangat populer belakangan ini sangat banyak, misalnya Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, LinkedIn, dan masih banyak lainnya. Namun, LinkedIn cukup menjadi sarana media komunikasi promosi yang cukup menarik. LinkedIn berorientasi pada dunia bisnis dan professional. Pada LinkedIn kita tidak akan menemukan orang yang mengunggah gambar atau video yang diperuntukan untuk hiburan. Dikutip dalam laman resmi LinkedIn, LinkedIn adalah platform yang dapat memperkuat hubungan professional, melalui LinkedIn seseorang dapat mempelajari beragam keterampilan yang dibutuhkan untuk menunjang karir yang lebih sukses. LinkedIn menjadi sarana media komunikasi promosi yang tepat bagi perusahaan untuk menyebarkan informasi terkait apa yang perlu diketahui oleh masyarakat. Misalnya perusahaan bisa mengunggah dokumentasi/artikel proyek, event perusahaan, prestasi perusahaan, dan masih banyak lagi yang tujuannya untuk menambahkan *value* untuk perusahaan itu sendiri.

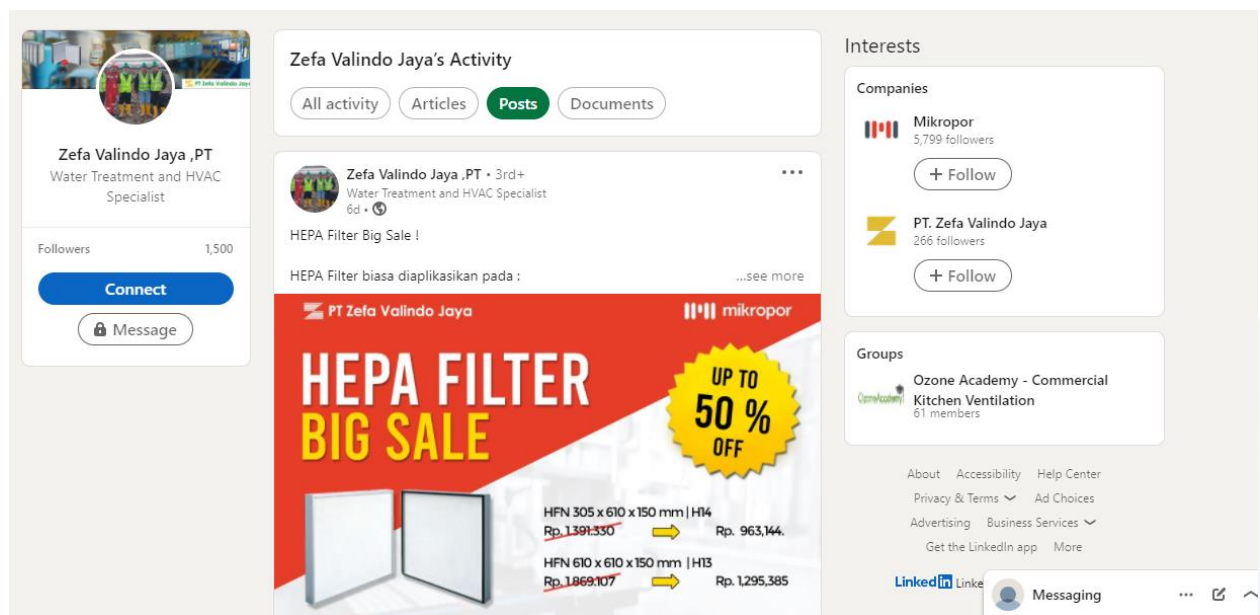
Pada LinkedIn perusahaan dapat menambah/menjaga koneksi, mendapat kabar baru terkait industri sejenis, sebagai media promosi dan bisa juga menjadi tempat riset bagi perusahaan. Dengan pengelolaan LinkedIn yang baik perusahaan bisa membangun *branding* yang bermanfaat untuk menunjukkan kemampuan dan kredibilitasnya.

PT Zefa Valindo Jaya adalah perusahaan yang didirikan pada tahun 1999 dengan bisnis utamanya yaitu *Water and Air Treatment* (Pegolahan sistem tata air dan tata udara). Seiring berjalannya waktu banyak media yang sudah dipergunakan oleh PT Zefa Valindo Jaya dalam melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi ke khalayak banyak. Dimulai dari media cetak sampai media online secara terus menerus selalu di kembangkan.

Di era modern ini PT Zefa Valindo Jaya sangat gencar dalam menyebarkan informasi melalui media sosial salah satunya LinkedIn. Dengan kompetensi tim Digital Marketing yang baik, PT Zefa Valindo Jaya dapat membentuk akun LinkedIn yang baik pula. Adapun tujuannya adalah untuk mempromosikan perusahaan baik produk maupun jasa, memperluas relasi, mensosialisasikan event dan menyebarkan pengetahuan seputar industri yang dijalani. Dari unggahan-unggahan tersebutlah PT Zefa Valindo Jaya bisa mendapatkan lebih banyak *client* ataupun kandidat pekerja yang professional.

Melalui LinkedIn, PT Zefa Valindo Jaya melakukan praktik marketing B2B dalam bersosial media. Dikutib dari laman mebiso.com, marketing B2B adalah istilah yang merujuk kepada prakti pemasaran *business to business* yakni perusahaan yang menjual produk atau jasa ke perusahaan lain. Banyak perusahaan yang mulai sadar akan potensi marketing B2B di LinkedIn ini, salah satunya PT Zefa Valindo Jaya. Karena dengan hal itu perusahaan dapat menjangkau target market sesuai dengan produk atau jasa yang di tawarkan atau di jual perusahaan.

Gambar 1.1 Halaman LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya



(Sumber: <https://www.linkedin.com/in/pt-zefa-valindo-jaya/recent-activity/shares/>)

LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya sampai saat ini telah memiliki 1.500 *followers*. Adapun yang di *posting* dalam *account* tersebut antara lain informasi seputar produk, *greeting card* hari raya atau hari besar, kegiatan eksternal ataupun internal perusahaan, lowongan pekerjaan dan masih banyak lainnya. Dalam praktik bersosial media melalui LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya selalu mendapatkan respon positif dari para *followers* hal ini dikarenakan Digital Marketing yang bertugas mengkontrol sosial media selalu dapat membaca situasi terkini dengan baik.

Misalnya saja pada era *pandemic covid-19* pada 1,5 tahun kebelakang. Digital Marketing mengamati bahwa artikel atau narasi seputar kesehatan dan kebersihan udara sangat diminati oleh para *followers*. Setidaknya ada 22 postingan terkait dengan hal tersebut di 1,5 tahun belakangan ini. Walaupun grafik *likes* tidak selalu stabil dan masih naik turun,

namun mayoritas *followers* memberikan respon atau komen yang baik. Dengan respon yang baik menandakan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang telah di ambil dapat di serap dengan baik oleh target sasaran sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima juga dengan baik.

.Pemanfaatan media komunikasi seperti LinkedIn membantu proses penyampaian informasi sehingga pesan yang ingin di sampaikan dapat cepat tersampaikan. Strategi komunikasi yang menarik dan kreatif selalu dilakukan oleh PT Zefa Valindo Jaya. Oleh karena itu, penelitian ini akan diberi judul “Pemanfaatan LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi”.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis merumuskan masalah yang berkaitan dengan penelitian yaitu :

1. Bagaimana pemanfaatan LinkedIn sebagai media komunikasi dan informasi di PT Zefa Valindo Jaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam Penelitian ini dengan melihat latar belakang di atas yaitu :

1. Untuk mengetahui manfaat LinkedIn sebagai media komunikasi dan informasi di PT Zefa Valindo Jaya

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk peneleti lainnya sebagai bahan untuk membuat penelitian terbaru. Mengembangkan keilmuan komunikasi dan memperluas pengetahuan.

- b. Menjadi referensi dalam menganalisis pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi dan komunikasi.
- c. Menjadi referensi bagi pelaku bisnis bagi industri yang sama mau pun di bidang industri yang berbeda, dan bagi yang baru merintis usaha atau pemilik usaha kecil agar bisa menggunakan LinkedIn sebagai media promosi pemasaran yang efektif

1.4.2. Manfaat Praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberi masukan dan saran kepada PT Zefa Valindo Jaya dalam pemanfaatan media sosial untuk penyebaran komunikasi dan informasi terutama pada LinkedIn.