



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dewasa ini, masyarakat mulai beralih untuk membeli properti sebagai investasi masa tua. Investasi properti merupakan bisnis yang menggiurkan dan menjanjikan karena tumbuh dari tahun ke tahun. Perusahaan bisnis properti saat ini terus memberikan penawaran dan pembangunan dengan kualitas yang terbaik. Pada setiap perusahaan pasti memiliki divisi *marketing* yang dimana sangat berperan dalam proses strategi pemasaran produk. Menurut Tandjung, *et al.* (2013:2), pemasaran adalah penghubung di antara perusahaan dan pasar sasaran. Pemasar harus memiliki pasar sasaran yang akan dilayani sesuai keunggulan yang dimiliki.

Menurut Astuti, *et al.* (2021:57) Pemasaran adalah serangkaian kegiatan dalam usaha perdagangan yang bertujuan untuk memenuhi permintaan konsumen potensial atas barang atau jasa yang ditawarkan.

Kehadiran media sosial sangat memudahkan menjangkau customer karena zaman sekarang hampir semua lapisan masyarakat telah mengenal media sosial dan semua informasi yang didapat kebanyakan dari media sosial. Menurut Nasrullah (2015), media sosial adalah media internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Menurut Helianthisonfri (2018:1) Salah satu pertimbangan memilih media sosial adalah pengguna internet di Indonesia sangat gemar media sosial.

Adanya media sosial membuat PT Mekar Baru Properti Indonesia memiliki strategi pemasaran media sosial yang disebut *Dynamite Plan*. *Dynamite Plan* menurut perusahaan PT. Mekar Baru Properti Indonesia diartikan seperti dinamit yang nantinya akan meledak seperti bom waktu dan akan membuahkan banyak *leads*. *Leads* merupakan seseorang yang tertarik dengan produk yang dipasarkan dengan memberikan data diri secara sukarela terhadap perusahaan. Adanya strategi ini ditujukan untuk mempromosikan produk ataupun jasa yang dimiliki oleh PT. Mekar Baru Properti Indonesia. *Dynamite Plan* ini meliputi pembuatan ternak akun Facebook, Instagram, Email dan pembuatan konten. Ternak akun bertujuan untuk mengoptimalkan *Search Engine Optimization* pada mesin pencarian seperti Google agar konten yang sudah dibuat dapat muncul pada mesin pencarian di halaman pertama. Menurut Sarwono, *et al.* (2012:80) *Search Engine Optimization* (SEO) adalah suatu proses dalam memilih frasa kata kunci yang berhubungan dengan suatu situs dan meyakinkan bahwa situs tersebut menempatkan dengan baik (kata kunci tersebut) saat frasa kata kunci tersebut menjadi bagian suatu pencarian *Website*.

Strategi pemasaran media sosial *Dynamite Plan* mengacu pada segala bentuk pemasaran digital yang ada melibatkan iklan berbayar dan ada juga yang tidak melibatkan iklan berbayar. Cara ini paling sering dilihat sebagai penggunaan media sosial dan pembuatan konten artikel, tetapi juga mencakup berbagai saluran seperti *sharing video* dan SEO.

Menurut Wardana (2018:31) strategi pemasaran terdiri dari analisis, pengembangan strategi dan implementasi kegiatan dalam pengembangan visi tentang pasar yang menguntungkan organisasi, memilih strategi pasar sasaran,



penentuan tujuan dan pengembangan, implementasi serta pengelolaan strategi penempatan program pemasaran yang dirancang untuk memenuhi tuntutan nilai konsumen dalam setiap pasar sasaran.

Harapannya dengan adanya strategi pemasaran ternak akun atau *Dynamite Plan* ini dapat terus memaksimalkan *Search Engine Optimization* agar konten yang telah dibuat mendapati peringkat pertama pada mesin pencarian dan dapat menaikkan *traffic* (kunjungan) pada media sosial ataupun *Website* yang dimiliki oleh PT. Mekar Baru Properti Indonesia.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, maka tugas akhir ini mengkaji lebih lanjut mengenai strategi pemasaran media sosial *Dynamite Plan* dengan tahapan pembuatan ternak akun Facebook yang meliputi pembuatan akun, menentukan *niche*, memposting status, memposting Facebook Marketplace, membuat *fanpage* dan memposting konten *fanpage*. Pembuatan ternak akun Instagram yang meliputi pembuatan akun dan memposting konten. Pembuatan ternak akun Email yang meliputi pembuatan akun, *subscribe* akun utama perusahaan, *mereview* dan memberi *rating* pada Google Maps. Pembuatan konten *evergreen* yang meliputi pembuatan artikel, *feeds*, dan video oleh PT. Mekar baru Properti Indonesia.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, permasalahan yang dibahas dalam laporan tugas akhir adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana strategi pemasaran media sosial *Dynamite Plan* pada PT. Mekar Baru Properti Indonesia?
- 2) Bagaimana hambatan dan solusi yang dialami oleh PT. Mekar Baru Properti Indonesia saat melakukan strategi pemasaran media sosial *Dynamite Plan*?

Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penulisan yang dibahas dalam laporan tugas akhir adalah sebagai berikut :

- 1) Menjelaskan strategi pemasaran media sosial *Dynamite Plan* pada PT. Mekar Baru Properti Indonesia.
- 2) Menjelaskan hambatan dan solusi yang di alami oleh PT. Mekar Baru Properti Indonesia saat melakukan strategi pemasaran media sosial *Dynamite Plan*.