

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Secara umum, industri pengolahan susu bubuk di Indonesia telah berkembang dengan baik saat ini. Mulai dari cara pengolahan, pengemasan, rasa dan merek, produsen susu bubuk terus berinovasi untuk meningkatkan manfaat dan kualitas produknya termasuk usia dan tujuan penggunaan. Baru-baru ini, produk susu khusus untuk segmen pria dewasa telah muncul yang memprioritaskan kebugaran dan kesehatan. Evolene adalah rangkaian produk yang dirancang untuk membantu pria mencapai dan mempertahankan penampilan yang lebih baik dengan cara yang sehat.

Perusahaan ini dalam naungan PT Anugrah Inti Makmur yang dasarnya perusahaan ini berfokus pada bidang kesehatan. Evolene itu sendiri baru melebarkan sayapnya pada tahun 2019 dan menjadi salah satu pelopor susu protein dengan standar internasional, juga memiliki label halal¹. Pendiri Evolene ini bernama Christian Dicky yang sebelumnya beliau adalah seorang atlet yang akhirnya mulai terjun ke dunia bisnis susu protein. Bangkitnya Evolene ini dibantu dengan sistem *marketing*nya yang mengutamakan dalam penjualan di *E-Commerce*, dan promosi juga melalui platform instagram yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat. Evolene, salah satu *brand* suplemen fitness lokal Indonesia, berhasil menorehkan prestasi bergengsi dengan meraih Top Brand Award 2022 untuk kategori Suplemen Fitness/Gym dengan Top Brand Index 15% pada Maret 2022. Terbukti bahwa Evolene itu bisa menjadi salah satu produk susu protein lokal yang bisa mendapatkan penghargaan Top Brand 2022².

¹ Dicky, "Kisah Christian Dicky Turunin Berat Badan" <https://evolene.co.id/myevolution-christian-dicky-defisit-kalori/> (Diakses pada 1 Agustus 2022, Pukul 18.50)

² Top Brand, "Brand Suplemen Fitness Evolene Raih Top Brand Award 2022" <https://www.topbrand-award.com/2022/04/brand-suplemen-fitness-evolene-raih-top-brand-award-2022/#:~:text=Evolene%2C%20salah%20satu%20brand%20suplemen,berhasil%20meraih%20dua%20penghargaan%20sekaligus.> (Diakses pada 1 Agustus 2022, pukul 19.15)



Gambar 1.1

Brand Suplemen Fitness Evolene Raih Top Brand Award 2022

Sumber: Topbrand-award.com

Evolene juga memikirkan bagaimana cara agar produknya ini bisa sampai ke masyarakat dan bisa lebih mengenal dengan merek dari mereka. Maka dari itu Evolene akhirnya menggunakan sebuah cara promosi dengan menggunakan fitur dalam instagram yang disebut dengan *Reels*, hal ini berpengaruh terhadap minat untuk melihat konten yang dibuat oleh Evolene.

Reels ini merupakan salah satu fitur dari instagram yang menjadi unggulan saat ini, karena fitur ini bisa menampilkan sebuah video-video menarik yang bisa menghibur para pengguna sosial media instagram. *Reels* ini menjadi populer karena melihat penggunaan aplikasi lain seperti Tiktok yang ramai digunakan oleh anak muda saat ini. Hal ini yang mendasari Evolene dalam mempromosikan produknya melalui fitur *Reels*, selain bisa menghibur, ini pun bisa memudahkan Evolene dalam mempromosikan produknya.

Keunikan dari penelitian ini adalah teknik promosi yang dilakukan Evolene di Instagram, dengan menggunakan salah satu fitur dari instagram yaitu adalah *reels* lalu membuat sebuah video ataupun sesuatu yang sedang menjadi tren masa kini lalu diselipkan dengan promosi *soft selling* diakhir

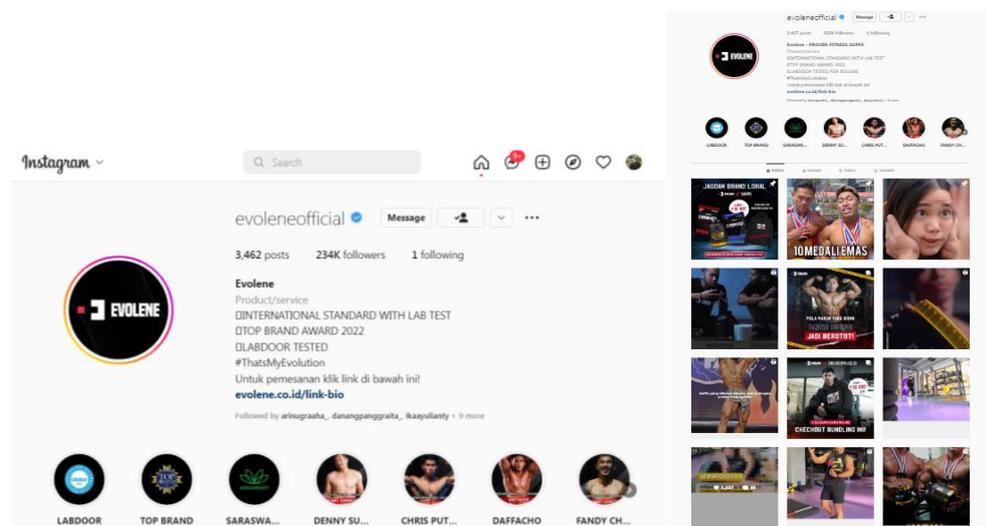
video dengan menampilkan produk Evolene, sehingga ini bisa membuat orang tertarik dengan konten yang dibuat oleh Evolene. Video disini seperti menggunakan tema cerita yang sedang tren pada saat ini, dengan cara seperti ini orang yang melihat konten pun akan terhibur dan melihat bahwa Evolene ini sangat berkembang dalam pembuatan konten tren yang sedang berlangsung. Namun tidak hanya sekedar membuat konten yang tren saja, Evolene juga selalu mengkaitkan tema ini dengan menampilkan produk yang mereka miliki agar orang pun secara tidak langsung bisa melihat bahwa Evolene ini sedang melakukan kegiatan *softselling* dan ini berdampak pada jumlah pengikut (*followers*) di instagramnya yang terbilang cukup besar, ditambah lagi dengan akun yang dimiliki itu sudah terverifikasi oleh instagram bahwa akun tersebut sudah layak memenuhi syarat untuk akun yang terpercaya.



Gambar 1.2
Konten Reels Thor

Sumber: Instagram @Evoleneofficial

Gambar diatas merupakan bagian dari konten yang di unggah di sosial media Evolene, yang dikemas dengan tema *superhero* Thor yang sedang melakukan kegiatan angkat beban, dan muncul orang lain yang bereaksi kaget bahwa *superhero* pun melakukan latihan angkat beban, namun di akhir video *superhero* tersebut memberikan saran kepada orang lain itu untuk menggunakan produk dari Evolene agar tubuhnya itu bisa sepertinya.



Gambar 1.3

Instagram Evolene

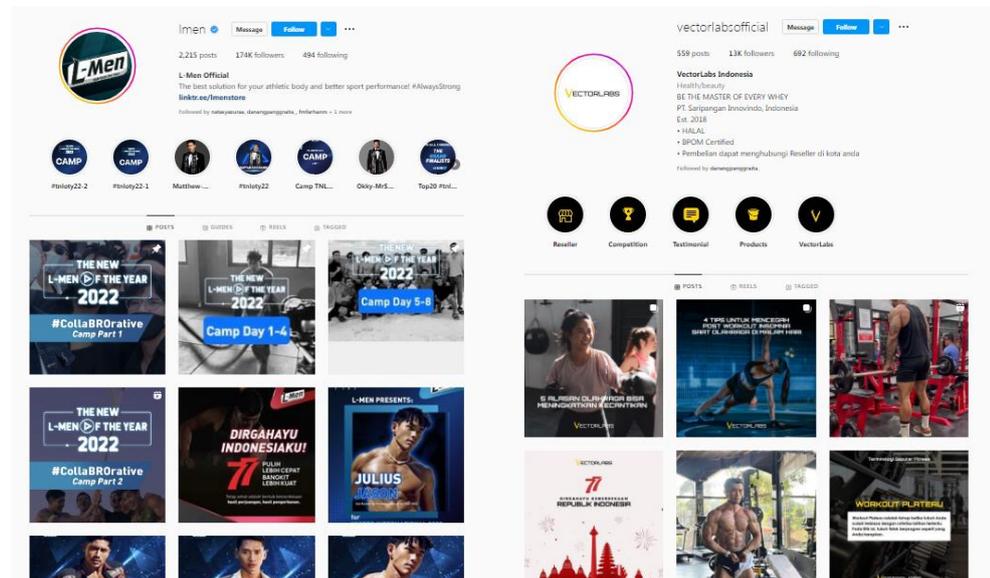
Sumber: Instagram @Evoleneofficial

Gambar diatas merupakan Instagram Evolene yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 234.000. Evolene bergabung di Instagram pada Agustus 2018, didalam instagramnya Evolene ini memiliki beberapa konten seperti video singkat (*Reels*), foto produk, dan juga video testimoni dari penggunanya. Bukan hanya orang awam yang biasa menggunakan produk ini, tetapi beberapa atlit binaraga, sampai artis pun menggunakan produk ini seperti Deny Sumargo.

Evolene sering menggunakan fitur *Reels* ini dikarenakan langkah ini bisa cepat menyampaikan informasi seputar produknya sampai kepada khalayak bahwa produk yang dimiliki itu bisa menjadi salah satu pilihan untuk masyarakat. Terlebih Evolene menggunakan teknik ini dikarenakan masyarakat saat ini sudah sering menggunakan instagram sebagai *platform* media yang mudah di akses dan fitur yang disediakan itu sangat menarik.

Jika dibandingkan dengan produk susu protein lainnya yang menjadi kompetitor yaitu L-Men dan Vectorlabs. Pada Instagram perusahaan L-Men dan Vectorlabs tidak memiliki sebuah konten yang sama seperti Evolene, berdasarkan observasi peneliti dapat dibedakan dari promosi yang

ditampilkan di media sosial. Instagram L-Men hanya menampilkan foto dari para atlet yang menggunakan produk mereka, sehingga orang yang melihat Instagram L-Men merasa monoton dengan konten yang ditampilkan. Hal ini membuat kurangnya rasa minat konsumen pada kontennya, dan juga kurangnya sesuatu yang tren berkembang di media sosial, ini pun berdampak terhadap jumlah pengikut yang dimiliki. L-Men memiliki jumlah pengikut sebanyak 172.000 dan Vectorlabs memiliki jumlah pengikut 13.000 yang terbilang lebih kecil dibandingkan Evolene yang memiliki jumlah pengikut 226.000, ini yang menandakan bahwa dengan suatu konten yang menarik itu bisa berpengaruh terhadap jumlah pengikut yang didapat. Semakin menarik konten yang dibuat, akan semakin mudah juga orang tertarik dengan sosial medianya.



Gambar 1.4

Instagram Kompetitor

Sumber: Instagram @vectorlabsofficial & @lmen

Gambar diatas merupakan sebuah kompetitor dari Evolene yaitu adalah L-Men dan juga Vectorlabs. Disini terlihat bahwa postingan dari kedua

kompetitor tidak sering menggunakan fitur *reels* pada setiap postingannya, hal ini berpengaruh terhadap jumlah pengikut yang akan di dapat. Karena jika menggunakan video dalam bentuk *reels*, orang akan lebih tertarik apalagi dikemasnya menggunakan unsur cerita atau komedi. Berdasarkan observasi peneliti, semakin menarik sebuah konten akan mendapatkan jumlah pengikut yang didapat. Hal ini juga dapat mempengaruhi dari segi aspek penjualan pun akan meningkat.

Promosi yang dilakukan Evolene ini menggunakan dasar teori *Social media marketing* oleh Susan Gunelius untuk mengukur keefektifan teknik ini dalam melakukan promosi di media sosial. Elemen *Social media marketing* ini mencakup 4 aspek yaitu *Content Creation, Content Sharing, Connecting, dan Community Building*. Semua aspek ini yang memudahkan Evolene dalam mempromosikan produknya melalui fitur *reels* sehingga membuat ketertarikan khalayak untuk menjadi pengikut akun media sosial Evolene.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian studi kasus dikehendaki untuk memecahkan peristiwa-peristiwa kontemporer, bila peristiwa yang bersangkutan tidak dapat di manipulasi. Karena itu studi kasus mendasarkan diri pada teknik-teknik yang lazim digunakan pada strategi historis seperti peneliti sangat bergantung pada dokumen primer.

Studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* atau *why*, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) didalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2015:1).

Menurut Jefferly “Instagram merupakan media sosial yang populer. Jelas kita tidak boleh melupakan Instagram dalam kegiatan sosial media *marketing* Selain itu. Instagram juga amat populer di kalangan milenial”³. Yang dapat disimpulkan bahwa Instagram sebagai sarana yang digunakan untuk media

³ Jefferly Helianthusonfri, *Instagram Marketing Untuk Pemula* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2020), hlm.2.

promosi yang mudah diterima oleh masyarakat, dikarenakan akses yang mudah dan juga dapat meningkatkan minat beli konsumen. Hal ini sangat berjalan serupa dengan yang dilakukan Evolene dalam mempromosikan produknya di Instagram, dengan promosi yang informatif dan juga menarik.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik meneliti strategi promosi Evolene saat membuat *reels* yang menarik di dalam sosial media Instagram agar mampu menarik *followers* baru, dan dapat menemukan konsep promosi melalui sosial media agar tercapainya tujuan perusahaan.

1.2. Fokus Dan Pertanyaan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat fokus dan pertanyaan penelitian yang akan dipaparkan sebagai berikut:

1.2.1. Fokus penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka fokus penelitian yaitu “Bagaimana Strategi Promosi Melalui *Reels* Instagram Evolene Dalam Menarik *Followers* Baru?”.

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana penerapan elemen *social media marketing* yang dilakukan Evolene di *reels* Instagram @evoleneofficial?
2. Bagaimana tanggapan dari pengikut (*followers*) @evoleneofficial mengenai penggunaan *reels* untuk mempromosikan produknya?
3. Latar belakang Evolene menggunakan *reels* dalam mempromosikan produknya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan acuan pertanyaan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan penerapan elemen *social media marketing* yang dilakukan Evolene di *reels* Instagram @evoleneofficial.

2. Untuk menjelaskan tanggapan dari pengikut (*followers*) @evoleneofficial mengenai penggunaan *reels* untuk mempromosikan produknya.
3. Untuk menjelaskan latar belakang Evolene menggunakan *reels* dalam mempromosikan produknya.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat bagi pihak-pihak terkait, baik secara teoritis maupun secara praktis.

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam pengembangan ilmu komunikasi sebagai disiplin ilmu pengetahuan yang fokus pada bidang kajian komunikasi pemasaran.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi serta manfaat bagi beberapa kalangan, adalah :

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini bagi peneliti merupakan suatu kesempatan untuk dapat menerapkan pembelajaran yang telah didapatkan selama belajar di bangku perkuliahan, serta peneliti dapat mengetahui bagaimana promosi melalui media sosial perusahaan.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi informasi bagi literasi sumber rujukan penelitian mengenai promosi dalam bertambahnya jumlah *followers* baru.

3. Bagi Evolene

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi sebagai bahan evaluasi mengenai strategi promosi yang dilakukan oleh Evolene di Instagram.