



PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN *CELEBRITY* ENDORSEMENT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP BRAND AWARENESS BPJS KETENAGAKERJAAN

Mila Kusuma Putri¹, Ira Wikartika²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

*E-mail: 19012010380@student.upnjatim.ac.id ; irawikartika@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pemasaran digital dan *celebrity endorsement* di media sosial Instagram terhadap *brand awareness* BPJS Ketenagakerjaan. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif didiuraikan dengan digunakan studi literatur, studi dokumen/teks, observasi alami dan studi kasus. Hasil penelitian memperlihatkan bagaimana pengaruh pemasaran digital pada akun Instagram @bpjs.ketenagakerjaan dalam membangun *brand awareness* yaitu melakukan pengelolaan ide, konten, visual, desain, *celebrity endorsement* dan pemanfaatan *tools* Instagram menjadi poin penting yang menjadi perhatian mereka. Namun dari beberapa *tools* Instagram yang mereka gunakan, belum sepenuhnya mereka manfaatkan. Contohnya fitur - fitur *hashtag* dan fitur yang baru dikeluarkan oleh Instagram yaitu menyematkan postingan, *Reels*, dan *Sticker Link*.

Kata kunci: pemasaran digital, *brand awareness*, *celebrity endorsement*, Instagram, dan BPJS Ketenagakerjaan.

THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING AND CELEBRITY ENDORSEMENTS ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ON BPJS KETENAGAKERJAAN BRAND AWARENESS

ABSTRACT

This study aims to find out how the Effect of Digital Marketing and Celebrity Endorsement on Instagram Social Media on BPJS Ketenagakerjaan Brand Awareness. The method used in this research is descriptive qualitative described by using literature studies, document/text studies, natural observations and case studies. The results of the study show how the influence of digital marketing on the Instagram account @bpjs.ketenagakerjaan in building brand awareness, namely managing ideas, content, visuals, design, celebrity endorsement and the use of Instagram tools are important points that become their attention. However, from some of the Instagram tools they use, they have not fully utilized them. For example, the hashtag features and features that have just been released by Instagram are embedding posts, Reels, and Sticker Links.

Keywords: digital marketing, brand awareness, celebrity endorsement, Instagram, and BPJS Ketenagakerjaan.

PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, sosial media memiliki kegunaan yang sangat penting sebagai alat penyampai informasi kepada *audience* dan orang lain di mana setiap pengguna dapat berbagi keseharian dan aktivitas. Media sosial adalah media yang digunakan oleh seseorang untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video untuk menyampaikan suatu informasi baik dengan orang lain maupun suatu organisasi dan begitu pula sebaliknya (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2018).

Pengguna media sosial di Indonesia saat ini sebanyak 204,7 juta pengguna internet di Indonesia dan 191,4 juta. Hal ini setara dengan pengguna media sosial di Indonesia pada awal 2022 berarti pula terdapat 68,9 persen dari total populasi (Data Portal, Januari 2022). Sosial media menjadi media yang dianggap cukup strategis bagi pemasaran sebuah merek atau sebuah perusahaan, karena dengan ini perusahaan dapat mengunggah postingan di sosial media untuk melakukan interaksi dengan konsumen yang menjadi target di masa mendatang karena mengingat perkembangan zaman yang sangat cepat.

BPJS Ketenagakerjaan melakukan teknik pemasaran digital melalui instagram dengan terjadwal sesuai dengan *budget* yang telah ditentukan diawal serta dengan melakukan pemfilteran terhadap target *audiences* sesuai dengan segmentasi pasar yang ditentukan, dengan mencantumkan gambar-gambar program yang di pasarkan beserta *caption* yang diharapkan menarik konsumen. BPJS



Ketenagakerjaan juga membayar *public figure* atau selebriti terutama artis media sosial dalam mempromosikan produknya melalui *celebrity endorsement*.

Dalam pemasaran suatu merek akan direspon secara positif, apabila produk menjadi daya tarik dan memberikan perhatian konsumen. Hal ini digunakan untuk menciptakan respon positif sebuah iklan, pemasar harus meningkatkan daya tarik terhadap produk dan memberikan visualisasi yang *epic* dan sesuai dengan bauran pemasaran. Peran pemasaran melalui media sosial dan *celebrity endorsement* menjadikan suatu merek berpengaruh terhadap *brand awareness* suatu produk tersebut.

Penggunaan Instagram memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap keberhasilan kegiatan pemasaran dan berpengaruh terhadap *brand awareness* atau kesadaran merek. Kesadaran merek merupakan suatu keadaan untuk mengenali maupun mengingat kembali tentang suatu merek yang merupakan suatu bagian dari kategori produk tertentu (Sholihin, 2019).

Brand awareness tercipta pada BPJS Ketenagakerjaan masih tergolong minim. Hal itu diketahui dari hasil observasi penulis di Instagram BPJS Ketenagakerjaan. Dari banyaknya konsumen yang dijangkau yang mengetahui BPJS Ketenagakerjaan tidak lebih dari 494ribu lebih *followers* yang mengikuti akun Instagram BPJS Ketenagakerjaan. Selain itu juga *brand awareness* adalah salah satu faktor penting yang diperlukan pelaku pasar dalam strategi marketing. Maka dari itu pihak perusahaan meminta penulis untuk meneliti tentang pengaruh yang diberikan dari pemasaran pada Instagram @bpjsketenagakerjaan.

Peneliti tertarik untuk melakukan peningkatan *brand awareness* yang didapatkan dari pengelolaan sosial media mereka guna mengetahui sejauh mana tingkatan *brand awareness* pada BPJS Ketenagakerjaan. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Pemasaran Digital dan *Celebrity Endorsement* di Media Sosial Instagram terhadap *Brand awareness* BPJS Ketenagakerjaan".

METODE

Pada bagian ini dipaparkan bahwa jenis yang digunakan adalah paradigma/penelitian kualitatif. Selanjutnya didiuraikan dengan digunakan studi literatur, studi dokumen/teks, observasi alami dan studi kasus guna mengetahui karakteristik desain penelitian ini.

Tempat untuk melakukan penelitian ini di Indonesia secara daring dengan menganalisis penggunaan Instagram @bpjs.ketenagakerjaan. Sedangkan untuk waktu pelaksanaan penelitian ini yaitu selama 5 bulan dihitung dari sejak mulai magang hingga akhir magang di BPJS Ketenagakerjaan kantor cabang Tanjung perak.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan hasil observasi alami, studi kasus dan analisis arsip atau dokumen yang tertera pada Instagram @bpjs.ketenagakerjaan.

Analisis data menunjukkan klaim awal dari suatu penelitian yaitu meliputi menguji, mengklasifikasikan, membuat tabulasi, atau menggabungkan kembali bukti (Yin, 2018, p. 133). Dengan ini penulis menggunakan teknik penjadwalan pola yang bertujuan untuk menemukan adanya kesamaan pada konsep strategi *social media marketing* dalam membangun *brand awareness* yang ditemukan di lapangan. Dengan tujuan untuk melihat penerapan konsep strategi *social media marketing* sesuai atau tidaknya dengan konsep yang dikembangkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil BPJS Ketenagakerjaan merupakan suatu badan dibawah naungan Pemerintah Republik Indonesia yang memberikan perlindungan sosial yang menjamin masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dasar hidup yang layak. Sesuai dengan kondisi kemampuan keuangan Negara. Indonesia sebagai negara berkembang, mengembangkan program jaminan sosial berdasarkan *funded social security*, yaitu jaminan sosial yang didanai oleh peserta dan masih terbatas pada masyarakat pekerja di sektor formal.

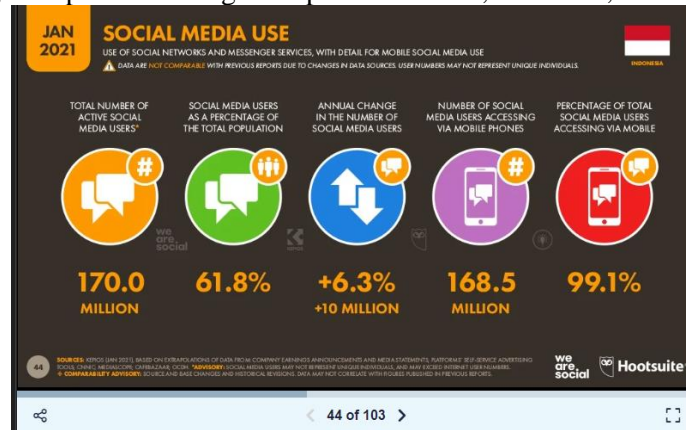
Macam - Macam Program

Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), Jaminan Kematian (JKM), Jaminan Hari Tua (JHT), Jaminan Pemeliharaan Kesehatan (JPK) dan program yang baru diresmikan pada Februari 2022 yaitu Progra Kehilangan Pekerjaan (JKP). Kini dengan sistem digitalisasi dan penyelenggaraan yang semakin maju, program BPJS Ketenagakerjaan tidak hanya memberikan manfaat kepada pekerja dan



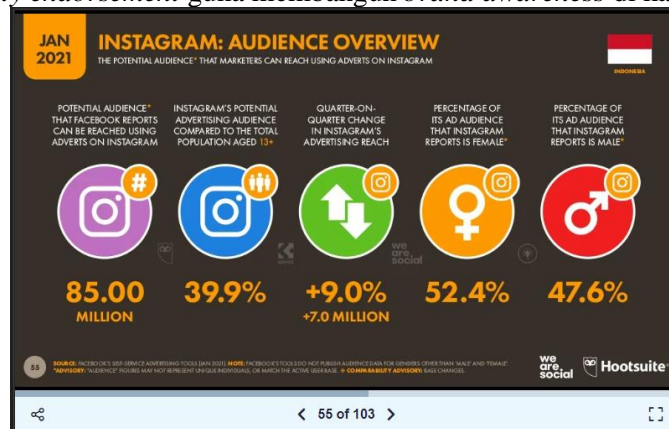
pengusaha saja, tetapi juga memberikan kontribusi penting bagi peningkatan pertumbuhan ekonomi bangsa dan kesejahteraan masyarakat Indonesia yang lebih baik.

Penggunaan pemasaran digital pada sosial media Instagram pada BPJS Ketenagakerjaan telah dilakukan guna meningkatkan *brand awareness* terhadap *audience* untuk menjangkau segala kalangan. Dengan ini BPJS Ketenagakerjaan melakukan pemasaran digital di beberapa media sosial untuk melakukan kegiatan pemasaran digital seperti Facebook, YouTube, dan Instagram.



Gambar 1. Overview pengguna sosial media di Indonesia

Instagram dipilih sebagai media sosial yang diutamakan saat ini dalam melakukan kegiatan pemasaran digital, mereka menggunakan beberapa strategi yang diimplementasikan lewat konten - konten yang diunggah di Instagram @bpjs.ketenagakerjaan. Tidak hanya itu juga, mereka juga memanfaatkan *celebrity endorsement* guna membangun *brand awareness* di kalangan *audiens*.



Gambar 2. Overview pengguna Instagram di Indonesia

A. Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Brand awareness BPJS Ketenagakerjaan

Strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan telah berjalan dengan baik, efisien, dan sesuai dengan tahapan dari konsep pemasaran digital.



Gambar 3. Tampilan utama Instagram @bpjs.ketenagakerjaan.



Strategi yang dilakukan oleh BPJS Ketenagakerjaan diantaranya adalah mengutamakan visual desain dengan pemilihan *color pallete* dan ornamen desain yang konsisten serta ide konten - konten yang ingin diunggah lebih bervariasi. Dalam membuat konten yang beragam, mereka menampilkan konten seperti; informasi mengenai program yang ditawarkan, postingan *celebrity endorsement* manfaat mengikuti program, konten ucapan hari besar, hingga konten mengenai sosialisasi dan implementasi pelaksanaan program.



Gambar 4. Postingan Instagram @bpjs.ketenagakerjaan.

BPJS Ketenagakerjaan juga melakukan pemanfaatan *copywriting* dalam pembuatan *captions*. Mereka juga memperhatikan paduan kata yang akan digunakan dalam mengunggah sebuah konten, karena dari *caption* dapat membantu *audiens* memahami konten yang diunggah.



Gambar 5. Postingan Instagram @bpjs.ketenagakerjaan dengan menampilkan pengaplikasian *copywriting* untuk *caption*.

BPJS Ketenagakerjaan juga memperhatikan *pick hour* untuk Instagram @bpjs.ketenagakerjaan dalam mengunggah konten agar pelaksanaan ide konten yang mereka buat sebelumnya dapat dijangkau oleh *audiences* berdasarkan jam - jam tertentu yang sudah diperkirakan sebelumnya.

B. Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Brand awareness* BPJS Ketenagakerjaan

Pemanfaatan *celebrity endorsement* juga membuat para *audiences* penasaran, karena saat melihat postingan oleh seseorang yang *trending* atau yang sudah dikenal sebelumnya mereka akan bertanya - tanya sebenarnya produk apa yang sedang dipromosikan oleh mereka, membuat para *audiences* berdatangan ke beranda Instagram @bpjs.ketenagakerjaan, dan menjadi tahu tentang BPJS Ketenagakerjaan karena mengetahui paparan informasi dan unggahan konten itu tadi.

BPJS Ketenagakerjaan saat itu melakukan pemanfaatan dan menjalin kerjasama dengan Raffi dan Nagita. Mereka berdua tentu sudah tidak asing dikalangan masyarakat karena popularitasnya. Hal ini memberikan pengaruh kepada masyarakat untuk lebih mengenal dan mengetahui informasi tentang BPJS Ketenagakerjaan.



Gambar 6. Selebriti (Raffi dan Nagita) yang di *endorse* oleh BPJS Ketenagakerjaan.

C. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Brand awareness BPJS Ketenagakerjaan

BPJS Ketenagakerjaan memanfaatkan fitur "*reels* dan *video*" untuk mengunggah postingan dalam bentuk *video*, dan menjangkau lebih banyak *audiences*. Tidak hanya itu juga, mereka juga memanfaatkan fitur "*Highlight*" untuk menonjolkan *branding* dan *brand awareness* mereka. Dari beberapa hal yang dipaparkan diatas, pemasaran digital, *celebrity endorsement*, dan pemanfaatan sosial *instagram* berpengaruh positif terhadap *brand awareness* BPJS Ketenagakerjaan karena dibuktikan dengan jumlah *followers*, *like*, serta komen yang tiap harinya terus meningkat. Hal ini mengindikasikan *brand awareness* semakin meningkat dan BPJS Ketenagakerjaan semakin dikenal masyarakat.

SIMPULAN

BPJS Ketenagakerjaan merupakan suatu badan penyelenggara program jaminan sosial yang bertanggung jawab dan memiliki kewajiban kepada negara untuk memberikan perlindungan sosial ekonomi kepada masyarakat, sesuai dengan kondisi kemampuan keuangan Negara.

Pemanfaatan pemasaran digital dan *celebrity endorsement* di media sosial *Instagram* @bpjs.ketenagakerjaan menjadi strategi pemasaran yang dapat mengembangkan *brand awareness* BPJS Ketenagakerjaan. Pengelolaan ide, konten, visual, desain, *celebrity endorsement* dan pemanfaatan *tools* *Instagram* menjadi poin penting yang menjadi perhatian mereka.

Namun dari beberapa *tools* *Instagram* yang mereka gunakan, belum sepenuhnya mereka manfaatkan. Contohnya fitur - fitur hastag dan fitur yang baru dikeluarkan oleh *Instagram* yaitu menyematkan postingan, *Reels*, dan *Sticker Link*.

DAFTAR PUSTAKA

- Data Portal 2022. Report Digital 2022 Indonesia. Pesan disampaikan dalam <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia?rq=indonesia>
- BPJS Ketenagakerjaan Tentang Kami. Tentang BPJS Ketenagakerjaan, Visi dan Misi 2021 Pesan disampaikan dalam <https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/tentang-kami.html>
- Femi O dan Diki R, (2018) Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness
- Dennis A dan M. Rachman, (2021) Manfaat Pemasaran Media Sosial Pada Pembentukan *Brand awareness* Toko Online.
- Valya Annisya, (2019). Strategi Marketing Public Relations D'besto dalam Membangun *Brand awareness* Melalui *Instagram*.
- Muhammad Wildan, (2019). Konten Digital Marketing dalam Upaya Membangun *Brand awareness* pada Akun *Instagram* @Waisushi.
- Ade Budi, Agung Putra M, dan Muhammad Irfan, (2020). E-Commerce Content Creative Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan *Brand awareness* (Studi Kasus Content *Instagram* Payfazz).



- Zahra Dhaefina, Merza Nur AR, Pirmansyah, Vicky F. Sanjaya, (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, dan Testimoni terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo pada Media Sosial Instagram.
- Livya Setiawan, (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention dengan *Brand awareness* Sebagai Variabel Mediasi pada Produk Green Tea Esprecielo Allure.
- Davin G, (2021). *Strategi Social Media Marketing Opus Park Sentul City dalam Membangun Brand awareness* (Studi Kasus: Instagram @Opuspark).