

# **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UNIT BISNIS PENGOLAHAN PEMURNIAN LOGAM MULIA PT.ANEKA TAMBANG JAKARTA**

(Studi Deskriptif Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Unit Bisnis Pengolahan Pemurnian Logam Mulia PT.Aneka Tambang Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram)

**Yunia Oktaviani Prihatini**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia, Jalan Dipatiukur 112-116, Bandung 40132, Indonesia

*E-mail :*

[yuniaoktavianip9@gmail.com](mailto:yuniaoktavianip9@gmail.com)

## **Abstract**

*This research aims to find out strategy of marketing communications Business Unit precious metals Refining Processing of PT. Aneka Tambang Jakarta In Building A Brand Through Social Media Instagram. The purpose of this research is to know the products, promotions, pricing, and process that can build a brand through social media instagram. This research method using a qualitative approach to the design of descriptive research. In the election of purposive sampling technique using informants sampling consists of 2 key informant 2 informants and supporters. Techniques for collecting data through the previous studies with books, and online search data, and field study using interview and documentation. Data analysis technique used is the reduction of data, data collection, data representation, withdrawal of the conclusions, and evaluation. On the results of this study, the precious metal Antam Jakarta using social media tools to communicate. Of the overall product Antam Jakarta in precious metals which are marketed through social media instagram consists of gold bars. In the marketing done by Antam Jakarta in precious metals, there are several types of promotions factory 0.5 gr, 1-3gr for classic packaging and fractions. Regarding the price of issued and offered by Antam precious metals currently numbers IDR 700,00. For the process, covering the whole of the activity that are posted by Antam precious metals through social media instagram. Suggestions that can tell researchers, is increasing in the use of social media to better see the progress instagram, content to fill more interestingly as a of media promotion of precious metals Antam Jakarta.*

*Keyword : Strategy of Marketing Communication. Brand Product. Social. Media Instagram. Antam Jakarta In Precious Metals*

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran Unit Bisnis Pengolahan Pemurnian Logam Mulia PT.Aneka Tambang Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui produk, promosi, harga, dan proses yang dapat membangun brand produk melalui media sosial instagram. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian deskriptif. Dalam pemilihan informan menggunakan teknik sampel purposive sampling yang terdiri dari 2 informan kunci dan 2 informan pendukung. Teknik untuk mengumpulkan data melalui studi terdahulu dengan buku, dan pencarian online data, dan bidang studi menggunakan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisa data yang digunakan adalah reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan evaluasi. Pada hasil studi ini, Antam Logam Mulia Jakarta menggunakan media sosial instagram sebagai alat untuk berkomunikasi. Terdapat Produk Antam Logam Mulia Jakarta yang dipasarkan melalui media sosial instagram yaitu emas batangan. Di dalam

pemasarannya terdapat promosi seperti Promo harga pabrik 0,5 gr, 1-3gr untuk kemasan klasik dan pecahan. Mengenai harga yang dikeluarkan oleh Antam Logam Mulia saat ini berada di angka Rp.700.000. Untuk proses, meliputi keseluruhan dari aktivitas yang diposting oleh Antam Logam Mulia melalui media sosial instagram. Saran yang dapat peneliti sampaikan, adalah tetap meningkatkan dalam penggunaan media sosial instagram konten-konten diisi lebih menarik sebagai bentuk media promosi Logam Mulia Antam Jakarta.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran. Brand Produk. Media Sosial Instagram. Antam Logam Mulia Jakarta

## **1. Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang**

PT.Aneka Tambang atau yang lebih dikenal dengan Antam merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pertambangan. Ada beberapa kegiatan yang dijadikan sebagai strategi Antam yang mencakup eksplorasi, penambangan, dan pengolahan serta pemasaran dari beberapa komoditas bijih nikel, perak, emas, batubara maupun bauksit yang nantinya akan menghasilkan emas batangan.

Unit Bisnis Pengolahan Pemurnian atau biasa disebut dengan UBPP, merupakan salah satu unit bisnis dari PT.Aneka Tambang yang bergerak dibidang jasa pengolahan dan pemurnian logam mulia contohnya seperti emas dan perak bahkan platina. Saat ini, Unit Bisnis Pengolahan Pemurnian berkembang menjadi salah satu yang masuk ke dalam daftar pengiriman yaitu LBMA (*London Bullion Market Association*) tentunya dengan produk utama yaitu emas batangan yang menjadi produk nomer satu atau top, yang menyediakan jaminan dengan keaslian dan kemurnian 99,99%. Unit Bisnis Pengolahan Pemurnian, memurnikan *dore bullion*, ialah campuran emas dan perak, yang berasal dari penambangan Pongkor dan Cibaliung. Yang menjadikan emas dan perak murni yang

merupakan hasil produk dari proses pemurnian.

Sebagai perusahaan besar, yang sudah memiliki nilai positif karena hasil produknya, Antam tentunya memiliki komunikasi yang baik. Karena komunikasi memang sangat dibutuhkan dalam sebuah perusahaan, organisasi dan sebagainya. Seperti yang kita ketahui, perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mampu berkomunikasi dengan baik untuk menjalin relasi dengan perusahaan lainnya. Komunikasi tidak hanya dilakukan perorangan saja, namun bagi suatu perusahaan dan organisasi memang sangat dibutuhkan agar tujuan dalam sebuah perusahaan tercapai. Pentingnya komunikasi organisasi di Antam, agar terjadinya pengembangan produk, hubungan yang baik dengan pelanggan, serta mengembangkan keseluruhan operasi bisnis. Sehingga, Antam bisa membangun komunikasi organisasi yang efektif dengan membentuk hubungan yang kuat, dan menciptakan ide-ide serta inovasi terhadap konsumen atau pelanggan serta memperkuat kerja sama dalam tim di Antam.

Dengan Antam terus melakukan komunikasi yang baik, sehingga tujuan utama dalam perusahaan bisa tercapai sesuai target yang diinginkan. Sehingga Strategi Komunikasi Pemasaran Unit Bisnis Pengolahan Pemurnian Logam Mulia PT.Aneka Tambang Jakarta Dalam

Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram, sesuai dengan apa yang diharapkan.

Saat ini, logam mulia seakan-akan menjadi produk yang diburu oleh masyarakat karena mengingat logam mulia, memiliki nilai investasi yang sangat tinggi dalam jangka panjang dan dinilai menguntungkan serta aman bagi sebagian masyarakat. Maka dari itu, logam mulia Antam banyak diminati dan diburu oleh masyarakat.

Pentingnya, program tentang komunikasi pemasaran yang dijadikan sebagai bisnis untuk kemajuan bagi perusahaan dalam hal ini Antam, mencakup semua kegiatan perusahaan tentunya yang kreatif dan unik, untuk dapat menarik konsumennya dalam membangun brand produk.

Itu artinya, Strategi komunikasi pemasaran, menjadikan perusahaan untuk terus mendorong agar senantiasa menciptakan hal-hal yang ditempuh untuk mempertahankan eksistensinya. Dimana, strategi komunikasi pemasaran merupakan langkah yang kreatif guna mencapai target pemasaran, tentunya untuk mewujudkan kepuasan konsumen.

Mengikuti perkembangan saat ini, pemasaran melalui media sosial merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh pemilik bisnis di sebuah perusahaan untuk memasarkan produknya. Sebagai contoh pemasaran di media sosial instagram adalah instagram. Instagram merupakan aplikasi yang didalamnya terdapat berbagai foto dan fasilitas.

Media sosial instagram Antam Logam Mulia, memiliki konsep pemasaran yaitu penentuan kebutuhan dan keinginan pasar untuk memberikan kepuasan yang efektif.

Tentunya untuk membangun brand produk melalui media sosial instagram, dengan cara memberikan beberapa informasi mengenai produk, harga, promosi, dan proses mekanisme dari Antam Logam Mulia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka didapatkan rumusan masalah yaitu: “Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Unit Bisnis Pengolahan Pemurnian Logam Mulia PT.Aneka Tambang Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram?”

## **1.3 Maksud dan Tujuan**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah, untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Unit Bisnis Pengolahan Pemurnian Logam Mulia PT.Aneka Tambang Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah, untuk mengetahui *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Promotion* (Promosi), dan *Process* (Proses) Unit Bisnis Pengolahan Pemurnian Logam Mulia PT.Aneka Tambang Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Kegunaan secara teoritis, untuk menambah dan memperdalam pengetahuan yang umumnya

berhubungan dengan Ilmu Komunikasi.

### 1.4.2 Kegunaan Praktis

Sedangkan kegunaan Praktis dalam penelitian ini adalah dapat berguna bagi peneliti sendiri, bagi Akademik yaitu Universitas Komputer Indonesia khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi konsentrasi Humas, dan juga bagi Unit Bisnis Pengolahan Pemurnian Logam Mulia PT.Aneka Tambang Jakarta.

## 2. Tinjauan Pustaka dan Kerangka Pemikiran

### 2.1 Tinjauan Pustaka

Dalam hal ini, terdapat empat konsep pemasaran, yang dapat dikenal dalam istilah *4P*, sebagai berikut:

- a. *Product* (Produk)
- b. *Price* (Harga)
- c. *Promotion* (Promosi)
- d. *Process* (Proses)

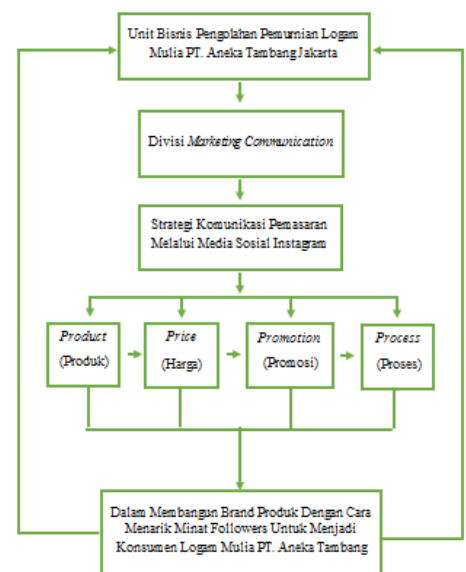
### Tentang Media Sosial Instagram

Kehadiran instagram saat ini tengah menjadi media sosial yang banyak digunakan oleh sebagian perusahaan besar untuk mempromosikan produk tentunya untuk membangun brand bagi perusahaan. Startegi komunikasi pemasaran di setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dan berbeda. Karena diyakini dengan menggunakan media sosial, akan mengangkat dan meningkatkan penjualan bahkan nama untuk perusahaan pun akan meningkat dan menjadi hal yang positif.

Salah satu contohnya adalah instagram. Dengan melihat kemajuan dari teknologi perusahaan jeli melihat adanya peluang dan mampu memanfaatkan instagram sebagai media untuk berkomunikasi dengan konsumen ataupun calon konsumen. Tentunya bagi perusahaan yang memanfaatkan instagram harus mampu untuk memberikan isi konten yang menarik, sehingga konsumen akan merasa nyaman dan senang.

### 2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah pemetaan yang dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pikir peneliti. Adapun pemetaan dari kerangka pemikiran, bisa dilihat pada gambar dibawah ini:



Sumber: Peneliti, 2019

### 3. Metode Penelitian

#### 3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan deskriptif, ialah menggambarkan dan menganalisis data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data berdasarkan keadaan nyata dan penelitian deskriptif ini mengamati objeknya menjelajahi dan menemukan pengetahuan-pengetahuan sepanjang proses penelitian lebih jauh dan lebih dalam khususnya Strategi Komunikasi Pemasaran Unit Bisnis Pengolahan Pemurnian Logam Mulia PT.Aneka Tambang Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram.

### 4. Hasil Penelitian

#### 4.1 Hasil Penelitian

Pada hasil penelitian ini, peneliti akan menganalisa dan membahas hasil penelitian mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Unit Bisnis Pengolahan Pemurnian Logam Mulia PT.Aneka Tambang Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram.

Pada penelitian kualitatif, peneliti harus mencari dan menggali informasi sedalam mungkin untuk mendapatkan data dari informan. Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan 4 orang informan, 2 informan

kunci, dan 2 lagi merupakan informan pendukung.

Setelah peneliti melakukan wawancara, dengan narasumber atau informan kunci, yaitu *Marketing Communication Assistant Manager*, dan *Project Content Creator* yang merangkap sebagai Admin media sosial instagram di bagian Divisi *Marketing Communication*, dan informan pendukung, melakukan observasi langsung dilapangan, peneliti dapat menganalisis tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Unit Bisnis Pengolahan Pemurnian Logam Mulia PT.Aneka Tambang Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram.

Jadi, jika berbicara seputar instagram, memang merupakan satu salah satu metode promosi yang sangat efektif. Apalagi di zaman sekarang ini lagi masanya *Marketing Digital*. Berbicara mengenai *Marketing Digital* tentu berhubungan atau berkaitan dengan media sosial yaitu instagram untuk kota-kota besar seperti Jakarta atau kota-kota besar lainnya itu sangat efektif. Walaupun diluar wilayah Jakarta media sosial yang masih banyak diminati adalah *facebook* yang efektif. Tetapi kalo dikota-kota besar lainnya instagram sudah sangat menjamur. Sehingga Antam Logam Mulia sangat

yakin, jika melakukan konsen Promosi melalui media sosial instagram sudah cukup efektif untuk melakukan *event* yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Dan sebenarnya memiliki target 100k *followers*. Di tahun 2017, itu masih sekitar 6k *followers*. Dan instagram ini naik nya paling cepat. Sampai sekarang saja sudah 68k. Oleh karena itu, Antam Logam Mulia Jakarta akan tetap mempertahankan dan bahkan meningkatkan penggunaan media sosial instagram sebagai media utama untuk berkomunikasi dan memberikan informasi kepada masyarakat atau konsumen. Hal tersebut dilakukan mengingat media sosial instagram sudah memberikan dampak positif sehingga strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui media sosial instagram berhasil dilakukan. Hal tersebut dilihat dari meningkatnya jumlah *followers* dan juga komentar serta *respon* dari konsumen di instagram Antam Logam Mulia baik-baik. Itu artinya, konsumen merasa nyaman untuk mengunjungi media sosial instagram dari Antam Logam Mulia Jakarta sehingga Brand Produk Emas Antam atau Logam Mulia. Antam bisa lebih dikenali oleh masyarakat secara luas.

## 4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara peneliti, dengan informan-informan yang telah ditetapkan dalam penelitian ini terkait Strategi Komunikasi Pemasaran Unit Bisnis Pengolahan Pemurnian Logam Mulia PT.Aneka Tambang Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram, akan menguraikan hasil penelitian, seperti dibawah ini:

### 1. **Product (Produk) yang ditawarkan Antam Logam Mulia Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram**

Produk merupakan alat atau kebutuhan yang dapat memberikan manfaat, memenuhi kebutuhan konsumen, dan dapat memuaskan konsumen. Suatu produk yang dikeluarkan oleh perusahaan haruslah memiliki kualitas dan keunikan yang mampu meningkatkan daya saing produk di pasaran.

Dengan pemanfaatan Instagram konsumen untuk melihat produk yang dijual dan dapat langsung memberi komentar di bawah foto yang diminati. Instagram terlihat bertambah banyak fungsi menjadi tempat strategis bagi para pebisnis untuk memasarkan barang dagang jualan *online* nya. Begitu pula yang dilakukan oleh

Antam Logam Mulia dalam postingan produk pada akun Instagram Antam Logam Mulia dapat dilihat dan dikomentari oleh *followers*. Antam Logam Mulia memanfaatkan media sosial terutama instagram untuk berkomunikasi dengan masyarakat atau pelanggan. Dalam fungsi komunikasi itu, Antam Logam Mulia berkewajiban untuk memberikan informasi dan memberi jawaban atas kepentingan serta keingintahuan publik atau konsumen mengenai produk Antam Logam Mulia.

Maka, didapatkan produk yang dikeluarkan Antam Logam Mulia melalui media sosial instagram sangat membantu para *followers* atau pengunjung instagram untuk mengetahui informasi apa saja yang posting oleh Antam Logam Mulia. Produk yang dimiliki Antam Logam Mulia sangat beragam, dan banyak ragam jenisnya, sesuai dengan keinginan pasar yang dapat menarik para konsumen untuk datang ke Antam Logam Mulia dan dapat menggunakan produk yang berkualitas dari Antam Logam Mulia Jakarta.

## **2. Price (Harga) yang ditawarkan Antam Logam Mulia Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram**

Harga yang terdapat pada media sosial instagram Antam Logam Mulia diberikan dengan detail melalui story dari akun instagram Antam Logam Mulia. Atau bahkan bisa mengecek di *website* resmi dari antam logam mulia itu sendiri.

Mengenai harga yang memang tidak diinformasikan secara detail pada media sosial nya instagram Antam Logam Mulia karena memang mengingat harganya sering berubah-ubah karena tergantung dari butik dimana membelinya. Tapi untuk menjawab semua komentar konsumen yang membutuhkan harga detail dan harga pasti dari Antam Logam Mulia untuk memudahkan calon konsumen dan konsumen adalah dengan memberikan informasi seputar harga pabrik di media sosial instagram. Caranya dengan postingan di *story* cerita instagram yang selalu ditampilkan secara detail harga pergram nya.

Saat ini harga emas Antam Logam Mulia berada di kisaran Rp.700.000 atau sekitar tujuh ratus ribu rupiah. Harga tersebut sangatlah terjangkau mengingat Antam Logam Mulia berani untuk memberikan kualitas terbaik dari pabrik nya langsung sebagai bentuk produk investasi jangka panjang untuk masyarakat. Banyaknya keluhan dari masyarakat yang ingin mengetahui harga detail pada

media sosial instagram Antam Logam Mulia menjadikan admin dari Antam Logam Mulia saat ini sering memberikan informasinya di *story* instagram sehingga memudahkan masyarakat untuk mengetahui informasi.

### **3. *Promotion* (Promosi) yang dilakukan Antam Logam Mulia Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram**

Antam Logam Mulia menggunakan media sosial sebagai sarana promosi. Dalam fungsi promosi itu, Antam Logam Mulia dapat menjangkau publik secara lebih luas, memiliki konten yang lengkap serta intensitas penyampaian yang tinggi, efektif. Dalam pemanfaatan instagram sebagai media bisnis pertama dapat menjadikan sarana penyampaian informasi akan produk Antam Logam Mulia kepada para konsumen yang akan menghasilkan adanya suatu interaksi yang melalui *upload* dan foto gunanya perihal kosumen akan mengetahui promosi yang dilakukan Antam Logam Mulia. Kedua, mampu memberikan dampak untuk menjaring banyak pengunjung baru atau konsumen yang tertarik dan

mungkin saja akan menjadi pengunjung tetap di akun instagram dari bisnis online tersebut. Promosi yang dilakukan Antam Logam Mulia merupakan salah satu bagian dari pemasaran yang dibuat oleh Antam Logam Mulia itu sendiri untuk bisa mengajak para *followers* untuk datang ke Antam Logam Mulia agar menjadi konsumennya. Promosi ini dapat membantu dalam penjualan produk yang dilakukan oleh Antam Logam Mulia melalui media sosial instagram.

### **4. *Process* (Proses) yang dilakukan Antam Logam Mulia Jakarta Dalam Membangun Brand Produk**

Dalam melakukan proses pemasarannya Antam Logam Mulia melalui media sosial dengan membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan dan menciptakan kepuasan pelanggan. Antam Logam Mulia dalam melakukan proses komunikasi pemasaran melalui media sosialnya melalui kecepatannya dan tanggapan sebagai admin dalam menjawab pertanyaan yang masuk ke dalam Instagram antam logam mulia, menjawab setiap komen dan keluhan *followersnya* agar tercipta kepuasan didalam diri konsumen dan akan timbul



minat konsumen untuk datang ke Antam Logam Mulia.

## 5. Kesimpulan dan Saran

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, oleh peneliti dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Unit Bisnis Pengolahan Pemurnian Logam Mulia PT.Aneka Tambang Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram maka peneliti mengambil kesimpulan yaitu, **Produk**, yang banyak diminati adalah emas batangan atau *Certi card*. Untuk **Harga**, saat ini harga Antam logam mulia sekitar harga/gram Rp.679.000,00 dan untuk harga terakhir yaitu Rp.702.000,00. Adapun **Promosi**, kegiatan promosi yang ada pada Antam Logam mulia ini disetiap unggahan pada media sosial instagram adalah “Promo Harga Pabrik” yang sering diberikan dalam bentuk potongan harga dari harga normal. Dan **Proses**, dimana, Antam Logam Mulia mampu untuk melayani konsumennya seramah mungkin. Dengan memberikan beberapa konten dan design yang menarik dalam setiap postingan di media sosial instagram, dan menyapa dengan bahasa yang tetap gaul dan santai namun sopan.

### 5.2 Saran

Saran dari peneliti, dalam penelitian ini adalah terus meningkatkan dan mengembangkan inovasi unik berupa design atau isi konten pada media sosial instagram.

## 6. Daftar Pustaka

### Buku

Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindorodan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

Linascshke, J. 2011. *Getting the Most From Instagram*. Berkeley : Peachpirt Press.

### Internet Searching

[www.antam.com](http://www.antam.com)

[www.logammulia.com](http://www.logammulia.com)