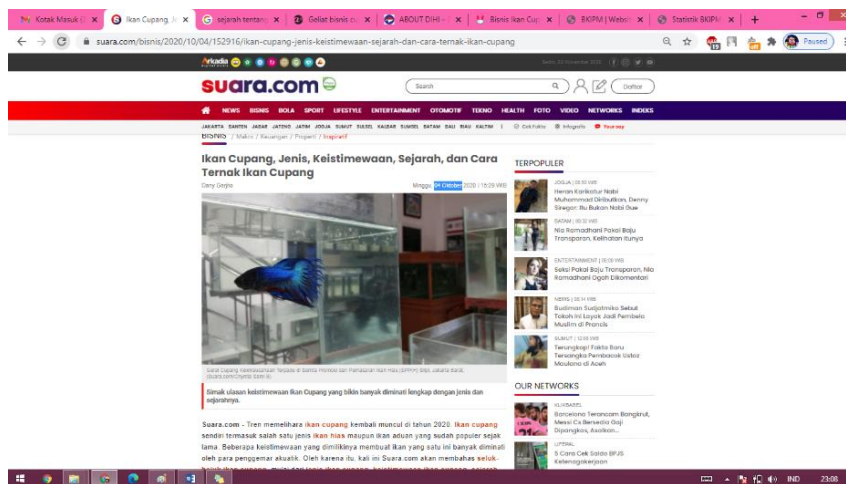


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Signifikansi Penelitian

Aktivitas utama *Public Relations* adalah melakukan fungsi-fungsi manajemen komunikasi antara perusahaan dengan publik sebagai khalayak sasarannya. Khususnya dalam usaha untuk mencapai citra positif, menciptakan kepercayaan, dan membina hubungan baik dengan stake holder atau audience, serta membangun identitas dan citra perusahaan. Menurut Ruslan (2010:5) *Public Relations* merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagi kelompok terhadap hal tersebut.



Sumber : Suara.com <https://www.suara.com/bisnis/2020/10/04/152916/ikan-cupang-jenis-keistimewaan-sejarah-dan-cara-ternak-ikan-cupang>

**Gambar 1.1.**

MUHAMMAD ARYA JEPARA, 2022

**PENGARUH SOSIALISASI PESAN “3M” MELALUI YOUTUBE DARI KEMENTERIAN KESEHATAN TERHADAP SIKAP PENCEGAHAN COVID-19**

*(Perspektif Ketahanan Nasional pada Masyarakat Depok)*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[ [www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id) ]

## **Budidaya Ikan Cupang**

Membudidayakan dan memelihara ikan cupang hias merupakan tren yang sedang ramai dibicarakan sebagian besar masyarakat di Indonesia di awal tahun 2020. Ikan cupang memiliki beberapa jenis, yaitu ikan cupang hias dan ikan cupang aduan (kontes). Ikan cupang sendiri tercantum salah satu tipe ikan hias ataupun ikan kompetisi yang telah terkenal semenjak lama. Sebagian kelebihan yang dipunyai membuat ikan yang satu ini banyak digemari oleh para penggemar akuatik. Ikan cupang merupakan publisitas yang berawal dari Asia Tenggara. Awal mulanya, ikan ini ialah ikan liar yang dapat ditemukan di perairan, rawa, serta ladang. Para masyarakat Thailand setelah itu menjaring ikan- ikan ini serta dijadikan sebagai ikan petarung. Di Indonesia sendiri, ikan cupang mulai diketahui oleh warga Indonesia pada 1960- an. Serupa semacam di Thailand, ikan cupang awal mulanya cuma diketahui sebagai ikan rawa yang kerap diambil kanak-kanak di Indonesia. Kemudian kurang lebih tahun 1970- an, ikan ini sesudah itu mulai dipublikasikan sebagai tipe ikan hias serta ikan kompetisi yang diperjual- belikan. Ikan cupang hias memiliki keistimewaan tersendiri bagi para penggemarnya yang banyak diminati. Keistimewaan Ikan Cupang hias terdapat pada bentuk, ekor dan warnanya menjadi keunikan awal ikan cupang, tidak sedikit para penggemar akuatik yang memperhitungkan wujud Ikan ini amat imut. Menariknya lagi, keunikan wujud ikan cupang terdapat pada ukuran sirip serta ekornya yang lumayan besar. Apalagi, sering- kali terdapat yang ukurannya lebih besar dari tubuh ikan cupang itu sendiri. Ikan cupang menggambarkan salah satu ikan yang mempunyai keahlian bertahan hidup yang besar. Ikan cupang hias dapat hidup dan bertahan apabila ditempatkan di dalam botol dengan volume air yang sedikit dan tanpa sirkulasi udara yang baik. Atau dengan kata lain, memelihara ikan cupang hias tidak memerlukan biaya yang banyak. Harga pakan ikan cupang juga

2

**MUHAMMAD ARYA JEPARA, 2022**

***PENGARUH SOSIALISASI PESAN “3M” MELALUI YOUTUBE DARI KEMENTERIAN KESEHATAN TERHADAP SIKAP PENCEGAHAN COVID-19***

*(Perspektif Ketahanan Nasional pada Masyarakat Depok)*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[ [www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id) ]

terbilang sangatlah variatif, dari ribuan rupiah bahkan sampai jutaan rupiah, harga pakan ikan cupang hias juga sangat terjangkau, ikan cupang hias hanya memiliki empat jenis saja yang kita ketahui yaitu:

1. Ikan cupang bagan, atau cupang aduan merupakan jenis ikan sawah yang biasanya ikan tersebut digunakan dalam adu ikan
2. ikan cupang *half moon* (separuh bulan) ialah cupang ini mempunyai sirip serta buntut yang luas dan panjang serta selaras menyamai bentuk bulan separuh. Tipe cupang ini awal kali dibudidayakan di Amerika Serikat oleh Peter Goettner pada tahun 1982.
3. *Crowntail* (*buntut mahkota*) yang lebih diketahui di Indonesia dengan julukan ikan cupang serit yang mempunyai karakteristik khas buntut semacam duri, cupang *giant* (cupang raksasa) cupang tipe ini ialah hasil pernikahan silang antara cupang umum dengan cupang alam yang mempunyai ukuran mampu menggapai 12 centimeter.
4. *Rose tail* (cupang berbuntut seperti bunga mawar) hampir sama dengan cupang *half moon* yang memiliki ekor yang besar akan tetapi yang membedakan adalah di ujung ekor dan memiliki gelombang yang menyerupai layaknya bunga mawar.

Ikan cupang jenis *rose tail* (ekor mawar) adalah salah satu jenis ikan yang kurang diminati oleh masyarakat Indonesia dan biasanya ikan tersebut dijual dengan harga yang murah kisaran Rp.7500 - Rp. 30.000. Mirza Ghulam Ahmad M.Pd adalah salah satu tokoh yang memperkenalkan ikan cupang hias Indonesia ke luar negeri khususnya

ikan cupang hias berjenis *rose tail* (ekor mawar) yang nyatanya malah kurang di minati di Indonesia namun memiliki banyak peminat di luar negeri, banyaknya permintaan ekspor ikan cupang yang berjenis *Rose Tail* tersebut membuat Mirza Ghulam Ahmad M.Pd tersebut mendapat julukan *King Rose Tail* Indonesia, nama *King Rose Tail* Indonesia semakin di kenal yang membuat dia terexpose oleh media Indonesia dengan peng ekspor ikan cupang hias, perjalanan menuju kesuksesannya merupakan salah satu motivasi yang dapat kita pelajari bagaimana menciptakan *brand image* yang kuat.

Komunitas ikan cupang hias selalu terus berkembang di berbagai *event*, baik lokal, nasional bahkan ke level mancanegara. dari situlah banyak masyarakat yang memelihara dan membudidayakan ikan cupang hias. Beliau menambahkan, di dalam negeri sendiri, secara demografi lokasi para hobiis cupang dari seluruh masyarakat di Indonesia. Argomedia. (2020).

Berdasarkan Dewan Ikan Hias Indonesia, nilai ekspor ikan hias Indonesia memiliki tren positif. Sejak 2012 hingga 2019 ekspor Indonesia mengalami pertumbuhan sekitar 57,54 persen menjadi USD 33 juta. Ikan cupang dikenal oleh masyarakat Indonesia sejak 1960-an. Sejak itulah ikan cupang sangat dikenal dan disenangi sebagai ikan sawah oleh anak-anak. Saat itu, jenis cupang yang ada masih sederhana belum memiliki macam seperti saat ini. Ikan cupang hias kemudian mulai dikenalkan di pasar Indonesia sekitar 1970 oleh importir. Saat itu ikan cupang aduan dan cupang ekor panjang dengan jenis ekor lilin yang dikenalkan. Cupang ekor lilin tetap terkenal hingga 1990-an.

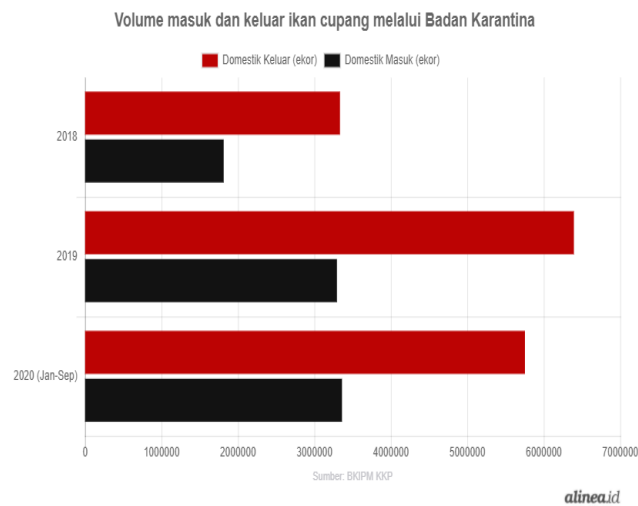
Sekitar tahun itulah para penggemar cupang mulai melakukan kawin silang antara cupang lilin dengan cupang lain. Selain menghasilkan warna yang beragam, perkawinan silang cupang menghasilkan cupang dengan tulang ekor yang lebih menonjol keluar. Ada yang bentuknya mirip duri panjang layaknya sisir yang biasa disebut dengan cupang Serit (*crown tail*). Serta ada yang memiliki ekor menggelembung yang disebut dengan *half moon*. Setelah era 1990, ikan cupang hias impor mulai merambah di Indonesia dengan harga bahkan mencapai jutaan rupiah. Sejak itu ikan cupang hias sudah merambah di Indonesia untuk dikonteskan dengan mengadu keindahannya, jenis, warna dan bentuknya kemudian mulai merambah panggung kontes dengan mengadu keindahan fisik, kemewahan warna, bentuk sirip dan rupa ekor. Saat ini menjadi penghasil Ikan cupang terbesar kedua di dunia. Adapun negara yang paling banyak membudidayakan cupang adalah Thailand. Namun, Indonesia unggul dalam spesies cupang alam, setidaknya ada sekitar 40 jenis cupang alam yang sudah diketahui.

Ikan cupang banyak diminati karena pemberian pakanya sangatlah mudah dan juga perawatannya dibandingkan jenis ikan hias lainnya. Ikan cupang banyak disukai karena mudah dalam pemberian pakan serta pemeliharannya ketimbang ikan tipe yang lain. dia memandang cupang hias saat ini lebih disukai dibanding cupang kompetisi. Maraknya pembudidayaan ikan cupang hias telah lama berjalan beberapa tahun terakhir saat sebelum wabah covid-19 menyerang (sumber: <https://www.alinea.id>).

Dari tahun 2019 sampai masa pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung dari Maret 2020 di Indonesia, membuat sebagian masyarakat memiliki kebiasaan baru. Salah satunya menekuni hobby baru yang ternyata malah menghasilkan pundi-pundi yang cukup besar. Adapun hobby yang belakangan menjadi fenomena karena bernilai fantastis adalah budidaya ikan cupang. Untuk budidaya ikan cupang misalnya, ada jenis ikan yang dibandrol hingga angka Rp 4 juta per-ekornya.

Melihat fenomena ikan cupang ini, pasti akan berdampak pada potensi ekonomi di masyarakat. Jika ekonomi bergerak, tentu sebuah daerah akan maju dan berkembang. Usaha cupang jika dilihat hanya sebuah usaha kecil, namun sebuah hal kecil inilah yang dapat meningkatkan geliat ekonomi di masyarakat. Pemprov bersama dinas terkait akan terus mensupport setiap komunitas yang memiliki semangat kreatif seperti ini. Ramainya pembicaraan tentang jual beli ikan cupang hias terlihat dari meningkatnya volume minat jual beli dari dalam negeri masuk serta keluar yang tercatat di Balai Karantina Ikan, pengawasan Kualitas, serta Keamanan Hasil Perikanan (BKIPM) Kementerian Kelautan

serta Perikanan (KPP) sepanjang 3 tahun terakhir. Nilai ini belum tercantum kapasitas yang tidak terdaftar oleh BKIPM serta tersebar bebas di pasar dalam negeri (Sumber: <https://www.guguskalimat.id>).



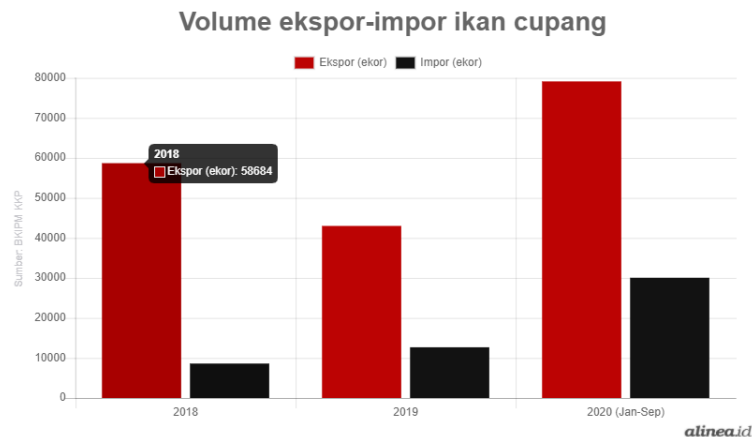
Sumber: <https://www.alinea.id>

**Gambar 1.2.**

**Data Volume Masuk Dan Keluar Ikan Cupang**

Direktur Jenderal Perikanan Budidaya, KKP Slamet Soebjakto membenarkan wabah Covid-19 mendongkrak permintaan ikan cupang. Perihal ini ikut mengakibatkan lahirnya pelaku usaha terkini. Timnya mencatat produksi ikan cupang menggapai 232,146 juta ekor pada tahun 2018. Slamet menjabarkan harga ikan cupang dapat dihargai dengan harga paling murah Rp5. 000 per ekor. Ada pula harga cupang kualitas ekspor bisa menggapai US\$3– US\$75 per ekor ataupun Rp.44. 250 – Rp1,11 juta (US\$1= Rp14.750). Ada pula cupang kategori “High

*Quality Show*” sanggup menggapai US\$250 (Rp3,69 juta) per ekor.  
(<https://alinea.id>)



Masih banyak potensi

Sumber: <https://www.alinea.id>

**Gambar 1.3.**  
**Volume Ekspor Ikan Cupang**

Ikan cupang ialah Salah satu ikan hias yang gampang dipelihara, budidaya ikan cupang tidak butuh tempat yang lebar serta modal yang besar, mampu dicoba selaku bisnis kecil-kecilan. Salah satu kelebihan ikan cupang ialah daya tahannya, ia mampu hidup dalam tempat ataupun area air yang sedikit serta sedikit oksigen, mampu dipelihara dalam toples kecil tanpa aerator, keahlian ini diperoleh kerana ikan cupang mempunyai ruang labirin serupa pada paru paru manusia, labirin tersebut sanggup buatnya bertahan hidup di area yang miskin oksigen. Sehingga dari itu bidang usaha jual beli ikan cupang ini dapat kita jadikan bidang usaha online (e-bisnis) supaya bidang usaha ikan ini lebih bertambah dan bisa menggapai pasar internasional.



Komunikasi usaha dagang jadi salah satu hal yang berarti dalam seluruh perihal dalam berbisnis, untuk menjauhi kesalahpahaman.

Perihal itu juga pula dibantu oleh aktivitas penjualan yang pastinya menginginkan komunikasi yang bagus mengenai perihal ini hendak jadi evaluasi kepada mutu bidang usaha positif itu oleh klien, kawan aktivitas, atau pihak penanam modal. Alhasil pada saat suatu industri membuka lowongan pekerjaan tidak sedikit ditemui persyaratan yang wajib dipunyai oleh calon pegawai ialah sanggup berbicara dengan bagus. Komunikasi usaha dagang ialah tata cara penjualan yang diperlukan untuk pelaksana usaha dagang selaku penerimaan data. Alhasil ketika komunikasi bisa dicoba dengan pas hingga tidak bakal memunculkan kekeliruan anggapan untuk penyumbang data serta penerimanya. Perihal ini searah dengan penelitian yang dicoba Diana (2018), yang memaparkan kalau pemograman eksploitasi Instagram yang dicoba merupakan dengan menganalisa permasalahan, menganalisa khalayak, memastikan tujuan, penentuan alat serta saluran komunikasi dan meningkatkan konsep ataupun aktivitas buat pendapatan tujuan usaha dagang.

Komunikasi bidang usaha bukan cuma berguna untuk owner industri ataupun manajer- manajer di industri. selaku seorang PR serta memerlukan komunikasi yang bagus. Oleh sebab itu komunikasi usaha dagang jadi kunci penting dalam suatu aktivitas usaha dagang dengan memiliki tindakan penafsiran antar pihak, terutama untuk sumber energi manusia baik dalam ataupun eksternal.

Komunikasi usaha dagang amatlah mensupport tujuan industri. Dengan terdapatnya interaksi yang positif antar pihak yang ikut serta,

9

MUHAMMAD ARYA JEPARA, 2022

*PENGARUH SOSIALISASI PESAN “3M” MELALUI YOUTUBE DARI KEMENTERIAN KESEHATAN TERHADAP SIKAP PENCEGAHAN COVID-19*

*(Perspektif Ketahanan Nasional pada Masyarakat Depok)*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[ [www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id) ]

ataupun antar industri yang terikat dalam satu ikatan bidang usaha hendak lebih bagus. Alhasil bisa memudahkan aksi industri buat menggapai tujuannya. Dengan komunikasi yang bagus, catatan serta data bakal terus menjadi banyak yang teralirkan serta diperoleh. Alhasil, manajer ataupun pihak industri hendak menemukan bermacam data yang dibutuhkan.

## **1.2. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan diteliti yaitu, Bagaimana Peran *Public Relations* King Rostel Indonesia dalam membangun Strategi Komunikasi Bisnis Ikan Cupang Hias Melalui Akun Instagram *artiscupang.krt* ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Untuk menganalisa Peran *Public Relations* King Rostel Indonesia dalam membangun Strategi Komunikasi Bisnis Ikan Cupang Hias Melalui Akun Instagram *artiscupang.krt*.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan evaluasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya, antara lain :

1. Manfaat Akademik

Penulis berharap penelitian ini dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi ilmu komunikasi untuk mengetahui strategi komunikasi bisnis melalui media sosial Instagram. Dan juga diharapkan penelitian ini menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya pada ilmu komunikasi.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat bagi King Rostel Indonesia, penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dan tugas serta peran *public relations* dalam meningkatkan strategi komunikasi bisnis dalam penjualan ikan cupang hias melalui media sosial khususnya melalui Instagram.
- b. Manfaat bagi peneliti, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan pada ilmu komunikasi khususnya *Public Relation* dan Komunikasi Bisnis.

## 1.5.Sistematika Penulisan

### Bab 1                      Pendahuluan

Di dalam bab ini, berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### Bab 2                      Tinjauan Pustaka

Bab ini meliputi uraian berbagai teori-teori dan pengertian-pengertian yang menjadi dasar untuk

menguraikan masalah dan dalam memecahkan masalah yang dikemukakan dalam penulisan.

### **Bab 3 Metodologi Penelitian**

Bab ini berisikan uraian mengenai metode penelitian, jenis penelitian, metode analisis data, metode pengumpulan data, teknik analisis data serta waktu dan tempat penelitian dilakukan.

### **Bab 4 Hasil Dan Pembahasan**

Bab hasil penelitian berisi mengenai deskripsi objek penelitian, deskripsi hasil penelitian, analisis variabel, serta hasil penelitian dan pembahasan.

### **Bab 5 Penutup**

Bab ini berisi uraian mengenai kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian.