

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam lanskap digital yang terus berevolusi, media sosial telah bertransformasi menjadi panggung utama bagi bisnis dalam memperluas jangkauan dan menciptakan koneksi yang lebih personal dengan pelanggan. Platform media sosial tidak lagi sekadar alat komunikasi, tetapi telah menjadi ekosistem strategis di mana interaksi dan keterlibatan audiens memainkan peran krusial dalam membentuk citra dan loyalitas merek [1]. Instagram telah menjadi platform media sosial favorit di dunia. Sebanyak 16,6% pengguna media sosial aktif berusia 16 tahun ke atas memilih Instagram sebagai platform pilihan mereka [2]. Di Indonesia, jumlah pengguna Instagram mencapai 104,8 juta, menempatkan negara ini di peringkat keempat secara global dalam jumlah pengguna platform tersebut. Media sosial memiliki juga peran penting dalam pemasaran digital karena mampu menciptakan komunikasi dua arah yang efektif antara bisnis dan konsumennya [3].

Sebagai bagian dari ekosistem digital yang terus berkembang, Jendela Creative Agency merupakan agensi kreatif yang berfokus pada layanan manajemen media sosial. Dalam era di mana kehadiran digital menjadi salah satu faktor utama dalam membentuk citra dan daya saing bisnis, peran agensi seperti Jendela Creative Agency menjadi semakin krusial. Agensi ini tidak hanya bertugas mengelola akun media sosial, tetapi juga membantu bisnis merancang strategi pemasaran digital yang tepat sasaran melalui pendekatan berbasis data. Melalui analisis mendalam terhadap interaksi pengguna, performa konten, dan tren digital terkini, Jendela Creative Agency mampu mengidentifikasi pola perilaku audiens yang berguna untuk mengoptimalkan keterlibatan (*engagement*) dan kesadaran merek (*brand awareness*).

Agensi ini berperan dalam memastikan konsistensi identitas merek di setiap platform digital, membantu bisnis membangun hubungan yang lebih

personal dengan audiens. Dengan memanfaatkan berbagai metrik seperti jumlah tayangan, tingkat interaksi, dan waktu unggah terbaik, Jendela *Creative Agency* menciptakan strategi konten yang tidak hanya menarik tetapi juga relevan dengan kebutuhan dan minat audiens. Layanan yang disediakan meliputi pembuatan konten kreatif, manajemen komunitas, hingga evaluasi kinerja media sosial secara berkala. Melalui pendekatan yang menyeluruh, agensi ini berupaya membantu bisnis meningkatkan daya saing digital di tengah persaingan yang semakin kompetitif[4].

Selama menjalani magang di Jendela *Creative Agency*, peran yang diemban sebagai *social media specialist* mencakup berbagai aspek penting dalam manajemen media sosial. Tugas utama tidak hanya sebatas mengunggah konten, tetapi juga mencakup perancangan strategi digital yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas merek serta membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens. Pembuatan konten kreatif dilakukan dengan mempertimbangkan preferensi dan kebutuhan audiens, mulai dari visual yang menarik hingga *copywriting* yang persuasif. Selain itu, analisis performa media sosial menjadi bagian krusial dalam proses optimalisasi, di mana Instagram Insights digunakan untuk mengevaluasi metrik seperti tayangan, interaksi, jangkauan, dan pertumbuhan jumlah pengikut.

Melalui pendekatan berbasis data, performa setiap unggahan dianalisis secara mendalam guna mengidentifikasi pola perilaku audiens, waktu unggah yang optimal, serta jenis konten yang paling efektif dalam meningkatkan *engagement* dan *brand awareness*. Hasil analisis ini kemudian digunakan sebagai dasar untuk menyesuaikan strategi pemasaran digital agar lebih relevan dan berdampak. Dengan terus memantau dan mengevaluasi hasil, strategi yang diterapkan tidak hanya bertujuan meningkatkan jumlah interaksi, tetapi juga membangun loyalitas audiens jangka panjang. Pendekatan menyeluruh ini mencerminkan pentingnya peran *social media specialist* dalam memastikan kehadiran digital yang kuat dan konsisten bagi setiap klien.

Salah satu klien yang dikelola selama periode magang adalah Lava Mini Soccer, sebuah bisnis yang bergerak di bidang penyewaan lapangan mini

soccer yang berlokasi di Yogyakarta. Dalam industri olahraga rekreasi yang semakin kompetitif, kehadiran digital yang kuat menjadi kebutuhan penting untuk menarik perhatian dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai platform pemasaran, optimalisasi pengelolaan akun media sosial, khususnya Instagram, menjadi salah satu strategi utama untuk meningkatkan daya saing bisnis. Melalui pendekatan berbasis data, optimalisasi ini tidak hanya bertujuan untuk memperluas jangkauan audiens, tetapi juga untuk membangun keterlibatan (*engagement*) yang lebih tinggi dan meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) di kalangan pengguna media sosial. Dengan memanfaatkan berbagai metrik seperti tayangan, interaksi, dan pertumbuhan jumlah pengikut, strategi ini diharapkan mampu memberikan dampak positif pada pertumbuhan bisnis dan citra merek di pasar lokal.

Berdasarkan data yang diperoleh selama periode magang, hasil observasi yang dilakukan secara langsung terhadap performa akun media sosial Instagram Lava Mini Soccer menunjukkan adanya fluktuasi signifikan dalam jumlah tayangan dan pertumbuhan pengikut. Data ini diperoleh melalui pemantauan rutin menggunakan fitur *Instagram Insights* selama periode magang yang berlangsung dari bulan September hingga Desember. Setiap bulan dilakukan pencatatan dan analisis terhadap metrik-metrik utama seperti jumlah tayangan, jangkauan akun, dan pertumbuhan jumlah pengikut untuk mengevaluasi dampak dari strategi konten yang diterapkan. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada strategi optimalisasi media sosial Instagram dengan pendekatan berbasis data untuk meningkatkan *engagement* dan *brand awareness*.

Pada periode September–Oktober, tercatat peningkatan tayangan konten sebesar 5,8% dibandingkan periode sebelumnya, dengan pertumbuhan jumlah pengikut mencapai 1,2%. Selanjutnya, pada periode Oktober–November terjadi penurunan tayangan konten sebesar 15,1%, meskipun jumlah pengikut masih mengalami kenaikan sebesar 1,1%. Kemudian, pada periode November–Desember performa akun mulai menunjukkan pemulihan, ditandai

dengan peningkatan tayangan konten sebesar 2,6% dan pertumbuhan jumlah pengikut sebesar 2,6%. Data observasi ini menjadi dasar evaluasi untuk merumuskan perbaikan strategi konten serta menentukan langkah optimalisasi yang lebih efektif guna meningkatkan *engagement* dan *brand awareness* akun Instagram Lava Mini Soccer ke depannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, beberapa permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pengelolaan media sosial Instagram yang efektif untuk meningkatkan *engagement* dan *brand awareness* Lava Mini Soccer?
2. Bagaimana analisis data dapat membantu dalam menentukan strategi pemasaran digital yang lebih optimal?
3. Faktor apa saja yang berperan dalam mendorong pertumbuhan organik dan interaksi pada akun Instagram Lava Mini Soccer?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus, terdapat beberapa batasan masalah, yaitu:

1. Fokus hanya pada Instagram sebagai platform media sosial yang dianalisis.
2. Data yang dianalisis berasal dari *Instagram Insights*, mencakup interaksi pengguna, performa konten, serta waktu unggah terbaik selama periode magang.
3. Evaluasi performa hanya dilakukan untuk akun Instagram Lava Mini Soccer, tanpa membandingkan dengan platform media sosial lainnya.
4. Data performa media sosial yang dianalisis dalam penelitian ini diambil berdasarkan hasil observasi pada tanggal 21 Maret 2025.

1.4 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengelola akun Instagram *Lava Mini Soccer* secara optimal untuk meningkatkan *engagement* dan *brand awareness*.
2. Mengidentifikasi pola perilaku pengguna berdasarkan analisis data media sosial.
3. Memberikan rekomendasi strategi konten yang dapat meningkatkan performa digital *Lava Mini Soccer*.

1.5 Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Jendela *Creative Agency*

Sebagai agensi yang berperan dalam mengelola media sosial klien, hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi penting dalam menerapkan strategi berbasis data untuk pengelolaan akun media sosial. Dengan pemanfaatan *Instagram Insights* dan analisis performa konten, Jendela *Creative Agency* dapat lebih memahami bagaimana berbagai variabel, seperti waktu unggah, frekuensi posting, dan jenis konten, mempengaruhi tingkat *engagement* dan *brand awareness*. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan mengenai pentingnya konsistensi, interaksi aktif dengan audiens, dan diversifikasi konten untuk menjaga pertumbuhan organik. Dengan demikian, agensi dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, inovatif, dan tepat sasaran dalam membantu klien meningkatkan visibilitas di media sosial.

2. Bagi *Lava Mini Soccer*

Sebagai klien yang bergerak di bidang penyewaan lapangan *mini soccer*, penelitian ini diharapkan memberikan nilai tambah dalam bentuk strategi pemasaran digital yang lebih optimal. Hasil analisis data dalam penelitian ini memberikan panduan dalam meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan audiens melalui platform *Instagram*. Dengan memanfaatkan data dari tiga periode berturut-turut, *Lava Mini Soccer* dapat mengidentifikasi

pola yang efektif dalam meningkatkan tayangan konten, jumlah pengikut, dan interaksi audiens. Strategi seperti penyesuaian waktu unggah, penggunaan *hashtag* yang relevan, serta pemanfaatan fitur *Instagram Stories* dan *Reels* dapat membantu menciptakan daya tarik yang lebih kuat bagi komunitas mini soccer. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana konsistensi dan diversifikasi konten dapat membantu mempertahankan perhatian audiens serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

3. Bagi Akademisi

Dalam konteks akademis, penelitian ini diharapkan menjadi studi kasus yang bermanfaat dalam memperkaya literatur mengenai pemasaran digital dan penggunaan analisis data pada media sosial. Dengan fokus pada akun Instagram Lava Mini Soccer, penelitian ini menyoroti bagaimana data yang diperoleh dari *Instagram Insights* dapat digunakan untuk menginformasikan keputusan strategis dalam pemasaran digital. Studi ini juga mengilustrasikan bagaimana perubahan strategi yang didukung oleh data dapat mempengaruhi performa akun, mulai dari tayangan konten, pertumbuhan pengikut, hingga *engagement*. Selain itu, penelitian ini memberikan contoh nyata tentang pentingnya pemanfaatan fitur platform media sosial untuk meningkatkan jangkauan organik dan interaksi audiens. Diharapkan, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, peneliti, dan praktisi yang tertarik dengan topik pemasaran digital, media sosial, dan analisis data.

Secara keseluruhan, penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat praktis bagi agensi dan klien, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan pengetahuan akademis dalam bidang pemasaran digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menginspirasi penelitian lanjutan yang mengeksplorasi strategi media sosial dan analisis data untuk berbagai jenis industri dan platform digital.