BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penciptaan Karya

Perkembangan industri *e-commerce* di Indonesia semakin pesat seiring dengan kemajuan teknologi digital. Hal ini membuka peluang bagi berbagai perusahaan untuk memasarkan produk mereka secara *online*. Perkembangan signifikan terdapat di industri *fashion* di Indonesia yang terus menunjukkan tren positif, terutama di kalangan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Salah satu segmen yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah produk kaos polos, yang tidak hanya diminati sebagai kebutuhan sehari hari, tetapi juga digunakan sebagai media ekspresi diri dan identitas. Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, strategi komunikasi pemasaran menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan sebuah brand dalam membangun citra, meningkatkan penjualan, dan mempertahankan loyalitas konsumen.

Menurut artikel yang dikemukakan (Ardianti, 2025) Industri tekstil dan pakaian jadi merupakan sektor manufaktur yang mencatatkan pertumbuhan paling tinggi pada triwulan III tahun 2019 sebesar 15,08 persen. Capaian tersebut melampaui pertumbuhan ekonomi 5,02 persen di periode yang sama. "Berdasarkan peta jalan Making Indonesia 4.0, industri tekstil dan pakaian sebagai satu dari lima sektor manufaktur yang sedang diprioritaskan pengembangannya terutama dalam kesiapan memasuki era industri 4.0," kata Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita di Jakarta, disalin dari siaran resmi. Menperin Agus menegaskan, industri tekstil dan produk tekstil (TPT) nasional semakin kompetitif di kancah global karena telah memiliki daya saing tinggi. Hal ini didorong lantaran struktur industrinya sudah terintegrasi dari hulu sampai hilir.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pelaku bisnis memasarkan produknya, terutama melalui media sosial. Instagram sebagai platform berbasis *visual* telah menjadi alat strategis dalam membangun citra merek dan menjangkau konsumen potensial. Menurut (Haenlein et al., 2010), media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten buatan pengguna (*user-generated content*). Hal ini menunjukkan pentingnya konten sebagai elemen kunci dalam pemasaran digital saat ini.

Namun, pembuatan konten yang menarik, konsisten, dan sesuai tren memerlukan kreativitas dan sumber daya yang besar. Inilah mengapa banyak pelaku usaha mulai memanfaatkan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) sebagai solusi. Menurut (Russell et al., 2010), AI adalah studi tentang agen cerdas atau sistem yang dapat memahami lingkungannya dan mengambil tindakan yang memaksimalkan peluang keberhasilan dalam mencapai tujuannya. Dalam konteks pemasaran digital, AI digunakan untuk mengotomatisasi proses pembuatan konten, seperti menulis caption, menghasilkan gambar, dan menentukan waktu posting yang optimal.

Menurut (Achmad et al., 2024) menyebutkan bahwa AI dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam strategi pemasaran digital, terutama dalam pemrosesan data besar, prediksi tren pasar, serta personalisasi konten berdasarkan perilaku konsumen. Dengan teknologi seperti *text-to-image generator*, *caption generator*, dan *AI-driven analytics*, pelaku usaha dapat menciptakan konten yang lebih relevan dan menarik dengan biaya yang lebih rendah. Dalam industri fashion, khususnya produk kaos polos yang secara desain cenderung sederhana, tantangan utamanya adalah bagaimana menyajikan konten visual yang menarik dan memiliki nilai jual tinggi. Teori *Visual Rhetoric* dari (Foss, 2005) menyatakan bahwa komunikasi visual dalam media sosial harus mampu membangun makna, emosi, dan koneksi dengan audiens melalui elemen estetika seperti warna, komposisi, dan simbol. Di sinilah AI berperan penting, karena mampu menghasilkan variasi visual dan desain secara cepat untuk mendukung strategi komunikasi merek.

Bagi UMKM seperti Jagra.id, penggunaan AI sangat penting karena mampu menghemat biaya produksi konten, mempercepat proses desain, dan membantu menjaga konsistensi identitas visual. Selain itu, AI juga memberikan ruang eksplorasi gaya desain yang lebih luas karena menyediakan berbagai template, filter, dan rekomendasi otomatis yang berbasis analisis data. Dengan tingginya persaingan konten di Instagram, penggunaan AI bukan lagi sekadar pilihan, melainkan menjadi kebutuhan strategis agar brand tetap eksis, efisien, dan adaptif terhadap perubahan tren digital.

Dengan latar belakang tersebut bertujuan untuk menganalisis sejauh mana penggunaan AI dapat membantu proses pembuatan konten Instagram bagi produk kaos polos, baik dari sisi efisiensi, kualitas konten, maupun keterlibatan audiens. Karya ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran berbasis teknologi untuk usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia. Sebagai bentuk penguatan kapasitas profesional, penulis telah mengikuti dan

menyelesaikan sertifikasi Content Creator dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP). Sertifikasi ini menegaskan bahwa pembuatan konten tidak hanya membutuhkan kreativitas dan penguasaan alat digital, tetapi juga harus disertai pemahaman tentang strategi komunikasi visual, teknik copywriting, perencanaan konten, serta etika digital. Pengalaman dalam sertifikasi ini mempertegas pentingnya standar kompetensi dalam industri kreatif, khususnya di tengah maraknya penggunaan teknologi otomatis seperti AI.

Dengan pengalaman mengelola konten Instagram untuk Jagra.id dan latar belakang sertifikasi BNSP yang telah dimiliki, penulis melihat perlunya penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana peran AI dalam mendukung proses produksi konten. Penelitian ini tidak hanya akan membahas efisiensi dan efektivitas penggunaan AI, tetapi juga bagaimana AI dapat digunakan secara profesional dan bertanggung jawab dalam praktik industri kreatif digital yang semakin berkembang.

1.2 Manfaat Penciptaan Karya

Dalam penyusunan tugas akhir berupa karya desain visual untuk instagram Toko Kaos Polos Jagra.id, mempunyai manffat antara lain :

1. Manfaat Akademis

   a) Bagi Penulis, karya proyek tugas akhir ini dapat menjadi sarana pengembangan ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam hal menyampaikan pesan secara visual dalam sembuah desain.

   b) Mampu mempresentasikan ide iklan melalui sebuah desain visual.

   c) Bagi Ilmu Komunikasi, karya proyek tugas akhir ini dapat dijadikan sebagai dokumentasi atau referensi jurusan.

2. Manfaat Praktis

   a) Membantu pemilik Toko Kaos Polos Jagra.id mengiklankan produk dengan pendekatan yang sesuai dengan target pasar untuk menciptakan brand awarness terhadap masyarakat secara luas melalui konsep kreatif dalam iklan desain visual.

   b) Membantu tim marketing Toko Kaos Polos Jagra.id dalam merancang strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan efisien, serta memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai saluran pemasaran.