

BAB I

PENDAHULUAN

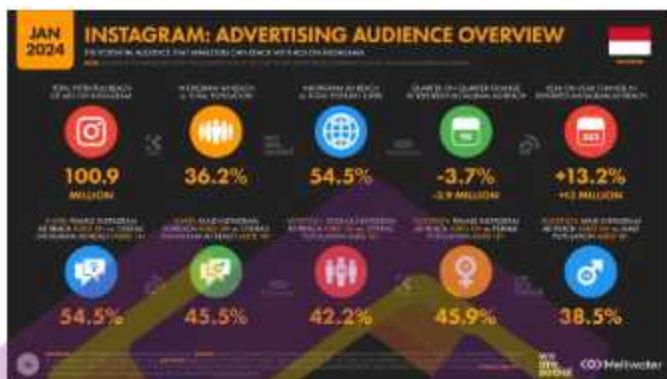
1.1 Latar belakang

Pada saat ini merayakan suatu momen sepesial dengan teman, keluarga, bahkan pasangan terasa kurang menyenangkan jika tidak bertukar hadiah. Biasanya, bunga merupakan pilihan hadiah yang simple dan romantis untuk orang tersayang. Saat ini perusahaan *florist and gift service* menjadi semakin banyak dan semua memiliki karakteristik masing-masing. Usaha *florist and gift service* merupakan bagian dari sektor ekonomi kreatif yang terus berkembang pada saat ini. Permintaan terhadap produk bunga dan hadiah meningkat seiring dengan kebutuhan masyarakat dalam mengekspresikan emosi, merayakan momen penting, dan membangun relasi personal maupun profesional.

Di Indonesia, khususnya di wilayah Yogyakarta, usaha *florist and gift service* merupakan sebuah tren yang positif. Hal ini tidak terlepas dari Yogyakarta sebagai kota pelajar dan destinasi wisata, dengan lebih dari 266.000 mahasiswa yang menempuh pendidikan di berbagai perguruan tinggi di wilayah tersebut (LLDIKTI Wilayah V, 2024). Momentum seperti wisuda, ulang tahun, serta kegiatan akademik lainnya memicu permintaan terhadap buket bunga dan kado personal.

Dengan tren digitalisasi, pelaku usaha di bidang ini juga semakin memaksimalkan platform media sosial sebagai sarana utama pemasaran. Salah satu platform yang dinilai efektif dalam proses memasarkan sebuah produk yaitu Instagram. Instagram merupakan platform yang banyak digunakan oleh hampir semua orang. Sebagian besar orang menggunakan Instagram selain untuk sebuah hiburan tetapi juga digunakan untuk memasarkan suatu produk bisnis yang dapat dijangkau oleh banyak orang secara online.

Gambar 1. 1 Data pengguna instagram di Indonesia tahun 2024



Sumber : Datareportal, 2024

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa Instagram saat ini memiliki lebih dari 100 juta pengguna aktif di Indonesia pada awal 2024, yang setara dengan 36,2% dari total populasi (Datareportal, 2024). Hal itu menandakan bahwa Instagram memiliki potensi pasar yang sangat besar. Dengan persaingan pasar yang semakin ketat, sebuah usaha yang tidak memanfaatkan platform digital berisiko mengalami kesulitan bersaing serta kurang efektif dalam menjangkau target konsumen. Melalui konten yang kreatif dan estetis, pelaku usaha *florist* dan *gift service* dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen, serta membedakan diri dari kompetitor.

Konten kreatif memiliki peran penting dalam menarik perhatian konsumen di media sosial. Strategi konten yang melibatkan visual menarik, *storytelling* yang kuat, dan variasi multimedia seperti video maupun testimoni terbukti mampu meningkatkan interaksi pengguna (Hibatullah, 2023). Konten semacam ini tidak hanya memperkuat citra dan identitas merek, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan audiens, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan terhadap merek (Fani, Daulay, & Harianto, 2024). Dalam konteks persaingan bisnis di media sosial, strategi konten kreatif mampu menjadi pembeda

antara satu brand dengan yang lainnya, terutama dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan relevan (Sari & Putra, 2022).

Akun Instagram @kadowisudajogja_id merupakan salah satu UMKM yang menunjukkan konsistensi dalam memanfaatkan strategi konten kreatif. Akun ini memiliki jumlah pengikut sebanyak 105 ribu orang dan merupakan akun dengan jumlah pengikut cukup banyak diantara florist-florist yang lain dalam industri *florist and gift service* yang ada di Yogyakarta. Berikut merupakan beberapa akun instagram florist yang ada di Yogyakarta :

Tabel 1.1 daftar akun instagram florist di Yogyakarta

NAMA AKUN	PENGIKUT	JUMLAH POSTINGAN
@kadowisudajogja_id	105.000	268 postingan
@urri.co	37.300	558 postingan
@scentfloristofficial	32.200	249 postingan
@ross.florist	28.000	772 postingan
@beverlybouquet	12.200	778 postingan
@2s_buketjogja	12.200	571 postingan
@monyflowerjogja.id	8.089	185 postingan
@amaryl.florist	7.214	2.347 postingan
@ellyn_florist	1.126	147 postingan

Sumber : Akun instagram florist

Dari data di atas dapat di lihat bahwa akun instagram @kadowisudajogja_id memiliki jumlah pengikut terbanyak diantara akun akun florist yang lain dengan 268 postingan di dalamnya. Pada akun Instagram @kadowisudajogja_id tidak hanya menampilkan foto produk, tetapi juga menyajikan konten menarik seperti konten humor dan konten *POV(point of view)* yang sedang tren pada saat ini. Hal ini menciptakan sebuah keunikan karena postingan tidak hanya bersifat katalog semata, tetapi juga memiliki daya tarik tersendiri dalam kreativitas konten yang di buat. Kreativitas dalam penyajian konten menjadi nilai tambah yang menarik untuk diteliti lebih dalam, karena bisa

menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan loyalitas konsumen dan memperkuat sebuah merek.

Gambar 1. 2 Profil Instagram @kadowisudajogja_id



Sumber : Instagram @kadowisudajogja, 2025

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini menjadi relevan untuk mengkaji strategi kreatif konten yang diterapkan oleh akun @kadowisudajogja_id sebagai salah satu bentuk pemasaran digital yang efektif di Instagram. Dengan menganalisis bentuk dan pola konten yang digunakan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis maupun praktis dalam pengembangan strategi pemasaran berbasis media sosial yang sesuai dengan karakteristik UMKM lokal di era digital.

Selain memberikan kontribusi teoritis pada ilmu pemasaran digital dan komunikasi visual, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM di bidang serupa. Pendekatan akun instagram @kadowisudajogja_id menunjukkan bahwa membangun koneksi emosional melalui konten kreatif bisa menjadi strategi ampuh untuk meningkatkan interaksi, kesadaran merek, dan loyalitas pelanggan.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada strategi konten kreatif di Instagram yang diterapkan oleh @kadowisudajogja_id dengan menganalisis jenis-jenis konten yang dipublikasikan serta penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi konten kreatif dapat berkontribusi pada pemasaran digital di era saat ini.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, bagaimana strategi kreatif Lesta Florist dalam memproduksi konten di akun akun instagram @kadowisudajogja_id?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sebuah strategi kreatif yang di terapkan oleh Lesta Florist dalam memproduksi konten yang ada di akun instagram @kadowisudajogja_id.

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dalam bidang komunikasi pemasaran digital, khususnya terkait strategi kreatif konten di media sosial Instagram. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan

mengenai perencanaan dan pelaksanaan strategi konten kreatif yang efektif dalam memasarkan produk di platform digital. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada strategi pemasaran digital melalui konten kreatif di media sosial.

1.4.2 Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha, khususnya UMKM di bidang *florist* dan *gift service*, dalam menyusun strategi konten kreatif yang relevan dan menarik di media sosial. Penelitian ini juga dapat membantu memahami pentingnya keterlibatan emosional dan pendekatan yang humanis dalam membangun *brand* di *platform digital*.

1.5 Sistematika bab

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, penelitian ini disusun dalam beberapa bab sebagai berikut:

1.5.1 BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

1.5.2 BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat penelitian sebelumnya, kajian teori yang relevan dengan penelitian, seperti teori media sosial komunikasi dan kerangka konsep yang memaparkan sebuah bagan penelitian.

1.5.3 BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan keabsahan data.

1.5.4 BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan temuan dari hasil penelitian di lapangan serta pembahasan berdasarkan teori yang telah dikemukakan sebelumnya.

1.5.5 BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang dapat diberikan berdasarkan temuan penelitian, baik untuk pihak akademis maupun praktisi.

