

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Media sosial adalah sebuah *platform* yang sangat digemari oleh setiap kalangan, baik usia muda, dewasa, bahkan sampai lanjut usia yang digunakan untuk bersosialisasi, berkomunikasi, dan bertransaksi dengan orang lain menggunakan internet (Novesal, 2019). Ada berbagai macam media sosial, seperti : Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube. *Platform* ini bisa dijadikan perusahaan untuk memperkenalkan bisnis ke pasar yang lebih besar. Media sosial sebagai sarana pemasaran digital, saat ini, menjadi sangat penting kehadirannya bagi para pelaku bisnis dalam mempromosikan produknya agar penjualan tetap tercapai. Beragam fitur yang ditawarkan setiap media sosial juga memudahkan para pelaku bisnis dalam mempromosikan produknya. Dapat dimulai dengan membangun *branding*, berinteraksi, dan melakukan promosi. Beberapa *platform* media sosial kini telah dilengkapi dengan fitur berbelanja yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk menjual produk atau jasa yang dimiliki. Aktif menggunakan media sosial dalam menjalankan promosi, dapat memudahkan pengguna media sosial mengenal dan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia optimalisasi diartikan sebagai pengoptimalan, yaitu proses, cara, pembuatan untuk menghasilkan

yang paling baru. Optimalisasi dalam hal ini dilakukan untuk mengetahui strategi optimalisasi media sosial yang optimal.

Kadowisudaku, Sewon, Bantul merupakan *platform* penjualan aneka rekomendasi kado wisuda, ulang tahun, pernikahan, dan kado lainnya. Kadowisudaku juga menerapkan pemasaran produknya lewat media sosial. Dalam penggunaan media sosial tersebut Kadowisudaku menerapkan beberapa cara agar *platform* media sosial yang digunakan sebagai alat pemasaran digital dapat terkelola dengan optimal.

Berdasarkan latar belakang di atas, menjadi pertimbangan penulis untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana optimalisasi media sosial sebagai alat pemasaran digital yang dilakukan Kadowisudaku Yogyakarta. Dengan demikian penulis memilih judul tugas akhir sebagai berikut:  
**“Strategi Optimalisasi Media Sosial sebagai Alat Pemasaran Digital di Kadowisudaku Yogyakarta”**

## **B. Batasan Masalah**

Dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Media sosial yang digunakan sebagai alat pemasaran digital khususnya TikTok, Instagram, dan *Google Business* yang dilakukan di Kadowisudaku Yogyakarta.
2. Penulis melakukan kegiatan magang di Kadowisudaku Yogyakarta mulai tanggal 11 Juli 2022 sampai dengan 23 Agustus 2022.

### **C. Tujuan**

Tujuan penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui strategi optimalisasi media sosial sebagai alat pemasaran digital di Kadowisudaku khususnya media sosial TikTok, Instagram, dan *Google Business*.

### **D. Manfaat**

Manfaat yang diperoleh dari penulisan ini adalah:

#### 1. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan pengalaman terkait optimalisasi media sosial khususnya Instagram, TikTok, dan *Google Business*.

#### 2. Bagi Perusahaan

Laporan tugas akhir ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi mengenai optimalisasi media sosial di Kadowisudaku agar media sosial di Kadowisudaku dapat digunakan secara optimal.

#### 3. Bagi STIM YKPN

Dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa terkait dengan optimalisasi media sosial serta dapat menjadi referensi penyusunan laporan tugas akhir dengan pembahasan yang serupa di masa yang akan datang.