

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam dunia bisnis, pemasaran memegang peran yang sangat penting. Berbagai upaya dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan sistem penjualan dan strategi pemasaran mereka mulai dari metode tradisional hingga yang berbasis teknologi modern. Perkembangan internet yang sangat pesat memungkinkan masyarakat untuk melakukan berbagai aktivitas seperti interaksi sosial, mencari informasi, memasarkan produk, dan berbelanja secara online. Internet telah menjadi sarana utama dalam pemasaran, terutama dalam memperkenalkan produk maupun jasa menggunakan media sosial sebagai alat promosi. *Platform* media sosial telah menjadi sarana pemasaran yang sangat efisien bagi pengusaha fashion (Yasin & Vidiati, 2024).

Digital marketing adalah strategi pemasaran dengan menggunakan teknologi digital serta internet untuk mempromosikan produk dan layanan, mempermudah pelaku usaha dalam mengelola, menyediakan berbagai kebutuhan yang diinginkan calon konsumen, dan memberikan kemudahan dalam mencari informasi mengenai produk yang mereka perlukan. Kemampuan *digital marketing* untuk menjangkau masyarakat tanpa terbatas oleh waktu dan jarak, inilah yang menjadi alasan utama bagi pelaku usaha dalam strategi pemasarannya. Pemasaran yang saat ini banyak digunakan adalah *digital marketing* yang

dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan Website (Rantelembang et al., 2023).

Perusahaan Seven inc merupakan produsen jas dan blazer dengan merk crows denim yang berada di Yogyakarta. Awal buka tahun 2010 sebelum mengenal teknologi digital perusahaan ini menjual produk fashion dengan cara membuka toko di daerah Gang Arjuna, no 59, Karangjambe, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta. Tahun 2020 terjadi wabah penyakit yaitu covid 19, adanya covid tersebut membuat perusahaan memaksa harus beralih menggunakan pemasaran digital. Perusahaan Seven inc sebagai produsen jas dan blazer telah beradaptasi menggunakan pemasaran digital menggunakan sosial media untuk menjual produknya, salah satu *platform* yang digunakan adalah Instagram. Jas dan blazer sering dikaitkan dengan kesan professional serta elegan sehingga membutuhkan tampilan visual yang menarik. Instagram menawarkan fitur seperti *feeds*, *story*, dan *reels* yang memberikan peluang bagi perusahaan untuk menampilkan produk secara menarik dan interaktif kepada calon pelanggan.

Alasan perusahaan menggunakan sosial media Instagram karena sebagai media promosi yang efektif, selain itu banyak juga orang yang menggunakan Instagram dan perusahaan mengambil peluang menggunakan *platform* tersebut untuk menjual produknya. Data pemakai sosial media sebagai berikut:



Gambar 1.1 Pengguna Sosial Media di Indonesia

(sumber : <https://www.researchgate.net/figure/Grafik-Pengguna-Sosial-Media-di-Indonesia-Berdasarkan-data-yang-telah-disajikan-diatas>)

Berdasarkan data yang telah disajikan, terlihat bahwa 84,4% penggunaan media sosial di Indonesia menggunakan Instagram. Angka ini menunjukkan bahwa Instagram menjadi salah satu *platform* media sosial terpopuler selain Whatsapp yang memiliki jumlah pengguna lebih tinggi yaitu 88,7%. Tampilan dari Instagram yang mudah digunakan membuatnya menarik bagi kalangan mulai dari remaja, dan orang dewasa. Selain itu, Instagram dapat diakses melalui berbagai perangkat seperti smartphone, komputer, dan laptop memungkinkan pengguna untuk mengaksesnya kapan pun dan di mana pun (Laily et al., 2022).

Dengan melihat data tersebut perusahaan Seven inc mengambil peluang untuk pelaksanaan dalam meningkatkan penjualan produknya di *platform* Instagram. Namun, penggunaan Instagram yang tidak tepat dapat berpengaruh pada akun yang digunakan untuk memasarkan produk masalah tersebut muncul seperti *upload* foto produk di *feeds* lebih dari ketentuan dan di *upload* dalam waktu bersamaan selain itu penggunaan *hashtag*, *caption* dalam foto produk sama semua tidak berbeda antara satu foto dengan yang lain maka algoritma Instagram akan

membaca sebagai *spammer*, jika sudah terjadi spam akun Instagram akan kena *suspend* atau minta ajukan banding menggunakan email dan *password* yang dibuat. Pada dasarnya ada beberapa alasan kenapa akun Instagram bisa di *suspend*, termasuk pelanggaran terhadap ketentuan dan pedoman komunitas Instagram seperti konten yang tidak pantas untuk di *upload, like, comment, follow*, menggunakan *hashtag* berlebih, *caption* yang sama disetiap *upload* foto produk di *feeds* yang terlalu sering tanpa ada jeda waktu. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan Instagram *feeds, story, dan reels* dalam meningkatkan pemasaran jas dan blazer serta mencari solusi untuk penggunaan akun Instagram agar tidak terkena *suspend* di Seven inc Jogja.

B. Batasan Masalah

Masalah yang akan dibahas oleh penulis dalam Tugas Akhir ini adalah pelaksanaan fitur Instagram *feeds, story, dan reels* dalam pemasaran produk jas dan blazer. Serta cara mencegah akun Instagram supaya tidak terkena *suspend* pada perusahaan Seven inc Jogja.

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pelaksanaan *platform* Instagram *feeds, story, dan reels* dalam pemasaran jas dan blazer pada Seven inc Jogja.
2. Mengetahui masalah dan solusi yang terjadi di Seven inc Jogja untuk mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai alat pemasaran yang efektif.

D. Manfaat Penelitian

Dari kegiatan magang ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain:

1. Manfaat bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam penerapan ilmu *marketing*, khususnya pengelolaan sosial media Instagram sebagai tempat untuk pemasaran produk.

2. Manfaat bagi kampus

Dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang tertarik untuk meneliti strategi pemasaran digital melalui media sosial.

3. Manfaat bagi perusahaan

Dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi Seven inc dalam merancang strategi pemasaran digital yang lebih inovatif dan sesuai dengan tren pasar.