

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Sejarah Perusahaan**

PT. Duta Abadi Perkasa Unit Batununggal Indah Club merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang Sport Center (Club Olahraga) di Kota Bandung. Batununggal Indah Club atau biasa disebut dengan BIC ini didirikan oleh bapak Iwan Suriadi. Batununggal Indah Club mulai beroperasi pada tanggal 21 April 2001, hingga saat ini sudah beroperasi sekitar 21 tahun. Berlokasi di Jl. Batununggal Indah IX No. 2, Mengger, Bandung Kidul, Bandung 40266. BIC yang awalnya hanya menyediakan sarana kolam renang, lapangan tennis dan fitness center saja. Dengan target konsumen yang hanya masyarakat sekitar perumahan Batununggal dan masyarakat umum lainnya. (Sumber: Data perusahaan, 2022)

Pada tanggal 1 Agustus 2001 Batununggal Indah Club melengkapi Sport Centernya dengan menyediakan Café dan seiring berjalannya waktu mulai menambahkan 4 arena sport lainnya yaitu lapangan badminton, lapangan futsal, lapangan basket, dan Iris Garden. Operasional Batununggal Indah Club berjalan secara normal dengan menerapkan sistem keanggotaan atau membership. (Sumber: Data perusahaan, 2022)

#### **1.1.2 Profil Perusahaan**

PT. Duta Abadi Perkasa Unit Batununggal Indah Club adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang Sport Center (Club Olahraga) di Kota Bandung yang menyediakan fasilitas atau sarana olahraga seperti Fitness Center, Aerobic, Lapangan Badminton, Tennis Meja, Futsal dan Bola Basket. Batununggal Indah Club dengan motto “ Membentuk manusia yang sehat dan ceria menuju kehidupan yang lebih baik” yang berlokasi di Jl. Soekarno-Hatta Bandung, Jl. Batununggal Indah IX No. 2 (dalam Kawasan komplek perumahan Batununggal Indah Estate). Konsep awal didirikannya yang dikelola oleh pihak pengembang yaitu PT. Duta Abadi Perkasa Unit Batununggal Indah Club adalah untuk menyediakan sarana pendukung bagi masyarakat sekitar perumahan Batununggal, lebih lagi sebagai tiang dalam strategi pemasaran dalam penambahan nilai (*value*) sebagai daya tarik bagi konsumen. (Sumber: Data perusahaan, 2022)

PT. Duta Abadi Perkasa Unit Batununggal Indah Club mulai beroperasi pada tanggal 21 April 2001, hingga saat ini sudah beroperasi sekitar 21 tahun. Batununggal Indah Club berkembang menjadi salah satu *sport center* terbaik yang ada di Kota Bandung, dengan selalu memprioritaskan kepuasan pelanggan, dengan melakukan inovasi baru serta penambahan sarana atau fasilitas menjadi lebih baik lagi, salah satunya menambahkan Water Play pada kolam renang dan berencana menambah lapangan tennis.

Hingga saat ini sudah ada sekitar + 1000 member yang telah bergabung, tergabung dalam member: *Personal, Couple, Family*, dan *Corporate* terdiri atas member jenis *Platinum, Gold* dan *Silver*. (Sumber: Data perusahaan, 2022)

### 1.1.3 Logo Perusahaan dan Makna

#### a. Logo

Berikut ini merupakan logo dari PT. Duta Abadi Perkasa Unit Batununggal Indah Club dan Iris Garden:



**Gambar 1. 1**

**Logo Batununggal Indah Club**

(Sumber : Data Perusahaan, 2022)



**Gambar 1. 2**

**Logo Iris Garden**

(Sumber : Data Perusahaan, 2022)

**b. Makna Logo**

Adapun makna Logo PT. Duta Abadi Perkasa Unit Batununggal Indah Club sebagai berikut:

1. “**biC**” di atas, bermakna bahwa biC merupakan symbol mudahnya mengingat sport center ini karena merupakan singkatan dari Batununggal Indah Club yang merupakan Identitas Utama Perusahaan.
2. Pada tulisan “ **Batununggal Indah**” , bermakna bahwa *Sport Center* ini target tujuan utamanya adalah Warga pemukiman komplek Batununggal Indah
3. Huruf Warna Hijau pada logo bermakna, bahwa PT. Duta Abadi Perkasa Unit Batununggal Indah Club ingin memberikan kesan sehat, alami, dan tenang dengan lingkungan yang asri dan ramah.

Adapun makna Logo Iris Garden Batununggal Indah Club sebagai berikut:

1. Tulisan **Iris Garden** yaitu sebagai identitas utama dari *Venue Outdoor* Batununggal Indah Club
2. Pada kalimat *\*Best Venue for Best Moment\** bermakna bahwa Iris Garden ingin memberikan kesan terbaik kepada *customer* disetiap momen yang tercipta di Iris Garden
3. Pada Gambar Burung Merpati sendiri bermakna menyimbolkan, cinta, kebahagiaan, kedamaian dan kesejahteraan pada hubungan yang terikat sebagai do'a kepada pasangan yang melaksanakan *Wedding* di Iris Garden BIC
4. Warna Hijau pada logo bermakna, bahwa Iris Garden juga ingin memberikan kesan sehat, alami, dan tenang dengan lingkungan yang asri dan ramah. (*Data Perusahaan, 2022*)

#### **1.1.4 Misi dan Motto Perusahaan**

**a. Visi :**

*“Health and Pleasure for Better Life”*

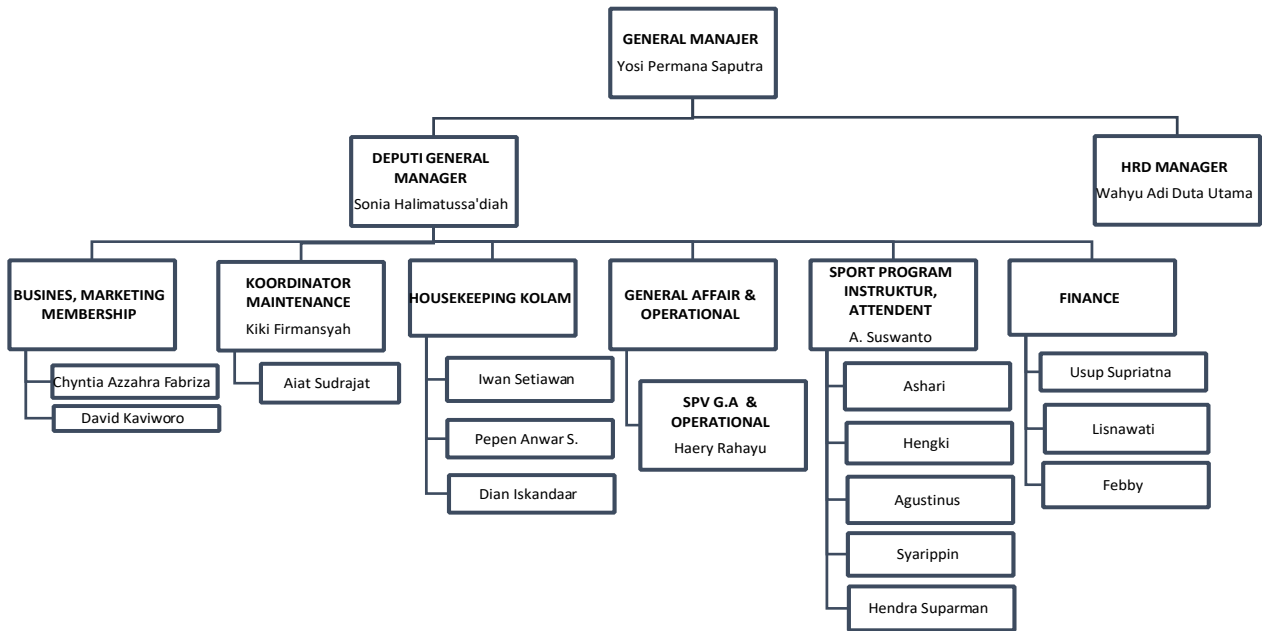
**b. Misi :**

*“Menjadi Sport Club terbaik dengan suasana dan cita rasa yang exclusive”*

**c. Motto :**

*“Membentuk manusia yang sehat dan ceria menuju kehidupan yang lebih baik”*

### 1.1.5 Struktur Organisasi



**Gambar 1.3**  
**Struktur Organisasi BIC 2022**  
*(Sumber: Data Perusahaan, 2022)*

### 1.1.6 Iris Garden

Iris Garden Merupakan salah satu *Venue* yang disediakan oleh PT. Duta Abadi Perkasa Unit Batununggal Indah Club. Iris Garden merupakan *Venue Outdoor* yang disediakan untuk melayani penyelenggaraan *Event, Wedding, Engagement*, dan lain-lain. Dengan *tagline* **“Best wedding Venue that makes your event memorable”** Iris Garden merupakan salah satu *Venue outdoor* yang saat ini sedang *hype* di Kota Bandung. Iris Garden mulai beroperasi tahun 2017 dan Aktif menjadi *Venue Outdoor Wedding* sejak awal tahun 2020. Iris Garden ini berlokasi di Batununggal Indah Club Sport Center, Jl. Batununggal Indah IX No. 2, Mengger, Kec. Bandung Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40266. Iris Garden memiliki beberapa kelebihan seperti pemandangan yang asri, memiliki rumput hijau yang dirawat, beberapa pohon rindang, ukuran *Venue* yang cukup luas, lahan parker yang luas, lokasi yang strategis dan keamanan serta kebersihan yang

terjamin karena sudah tersertifikasi CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, dan Environment*). (Data Perusahaan, 2022)

Fasilitas Standar yang disediakan Oleh Iris Garden Batununggal Indah Club:

1. Luas Iris Garden : Panjang = 46.8 m, Lebar = 21.6 m, Luas = 10 x 10 m<sup>2</sup> (belum termasuk selasar)
2. Stage Standar ukuran 2 x 4 m
3. Keamanan Internal
4. Kebersihan Internal
5. Parkir Gratis VIP untuk 20 mobil (1 kali pakai)
6. Ruang Ganti/ Make up
7. Ruang Keluarga
8. Protokol Kesehatan Lengkap
9. Penyemprotan Disinfektan Sebelum Acara

#### 1.1.7 Jenis-Jenis Produk

Berikut merupakan Paket *Wedding* yang ditawarkan Oleh Iris Garden Batununggal Indah Club:

**TABEL 1. 1**  
**Paket *Wedding* Iris Garden 2022**

Instimate Package	Normal Package
1. Max 300 pax	1. Max 800 pax
2. Durasi 4 Jam	2. Durasi 6 Jam
3. Kursi 100 pcs	3. Kursi 150 pcs
4. Listrik 6600 watt	4. Listrik 13200 watt
5. <i>Stage Music</i> 2 x 4 m	5. <i>Stage Music</i> 2 x 4 m
6. Perizinan	6. Perizinan
7. Parkir VIP 20 mobil	7. Parkir VIP 20 mobil
<b>Rp. 12.200.000,-</b>	<b>Rp. 21.200.000,-</b>

(Sumber : Data Perusahaan, 2022)

Berikut merupakan foto-foto katalog Iris Garden Batununggal Indah Club tahun 2022:



**Gambar 1. 4**

**Katalog Iris Garden**

(Sumber: Data Perusahaan, 2022)



**Gambar 1. 5**

**Katalog Iris Garden**

(Sumber: Data Perusahaan, 2022)

## 1.2 Latar Belakang

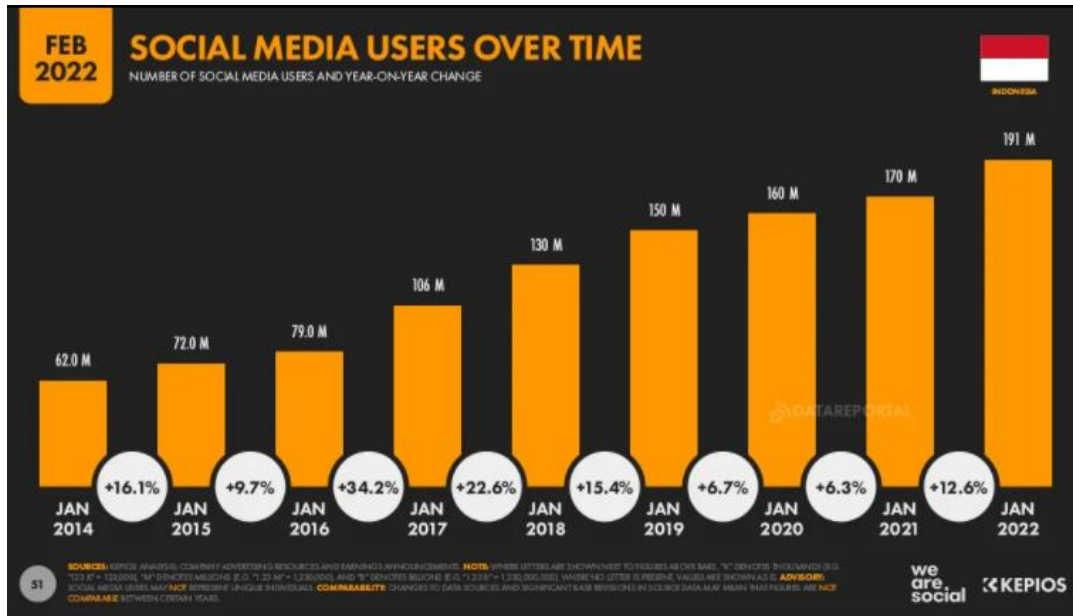
Di era modern seiring dengan perkembangan zaman saat ini kaum milenial banyak memiliki ide dan mengikuti tren dalam konsep pernikahan. Pengertian pernikahan menurut KBBI adalah ikatan (akad) perkawinan yang dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum dan pelajaran agama. Sedangkan secara harfiah, pernikahan merupakan sebuah waktu sakral, membahagiakan dan mengharukan untuk sepasang kekasih karena akan menyatu dan mengucapkan janji suci. Sehingga setiap hal detail dalam pernikahan dipersiapkan dengan terencana serta matang oleh kedua pasangan ataupun keluarga. Saat ini pula, para pasangan muda milenial tidak mau menikah dengan konsep dan dikemas secara primitif. Pasangan kaum milenial pasti ingin menggelar acara yang kekinian agar menjadi inspirasi bagi banyak orang termasuk teman-teman dan juga orang-orang yang melihat. Seiring dengan tren pernikahan yang semakin berkembang tersebar di era media sosial. Pasangan muda milenial biasa memperhatikan detail persiapan untuk pernikahannya yang akan melibatkan *vendor-vendor* seperti menentukan *Venue Wedding* sebagai tempat dilaksanakannya acara, memilih *wedding organizer (wo)* yang menyiapkan konsep-konsep unik pula dari mulai busana, dan para tamu undangan yang hadir. (Jawapos, 25 maret 2022)

Dalam pernikahan seperti yang disebutkan sebelumnya pasangan muda milenial saat ini sangat memperhatikan semua detail persiapannya salah satunya *Venue*. Arti *Venue Wedding* sendiri merupakan tempat yang akan digunakan untuk berlangsungnya sebuah acara pernikahan, baik dimulai dari akad, pemberkatan, rangkaian pelaksanaan upacara adat, ataupun resepsi pernikahan. Di era modern zaman sekarang, kaum milenial biasanya memilih lokasi tertentu yang memiliki pemandangan yang bagus dan indah untuk dijadikannya tempat pernikahan agar memiliki momen yang indah pula. Pemilihan tempat untuk menggelar pernikahan biasanya dilakukan dengan mempertimbangkan hal-hal seperti jumlah tamu undangan, biaya, dan dari konsep pernikahan. Terdapat dua kategori *Venue* yaitu *Venue Indoor* dan *Venue Outdoor*. Jenis tempatnya yaitu hotel, gedung serbaguna, taman atau garden, dan lain-lain. *Venue Wedding* yang saat ini sedang ramai dipilih oleh kaum muda milenial adalah *Venue* yang terbuka yaitu *Outdoor*, karena *Venue Outdoor* memiliki daya tarik sendiri dengan suasana alam dan pemandangan yang menyenangkan. (*bridestory*, 05 april 2022)



Seiring perkembangan waktu dan kondisi pandemi covid-19 yang terjadi di awal tahun 2020 di Indonesia, yang membatasi tidak diperbolehkannya ada kerumunan, mengubah tren masyarakat dalam menyelenggarakan hari pernikahan. Karena pandemi ini konon adanya beberapa kali penerapan pembatasan mobalitas masyarakat di Indonesia seperti Pembatasan Sosial Berkala Besar (PSBB), Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Jawa-Bali, PPKM Mikro, PPKM Darurat, dll. Lantas momen sakral seperti pernikahan pun berubah diadakan menjadi lebih intim. Sehingga para kaum milenial semakin inovatif dalam menentukan sebuah konsep pernikahan di era pandemi covid-19. Konsep pernikahan baru dikalangan kaum milenial hadir dan dikenal dengan nama *intimate wedding*. Detail-detail seperti tema dan konsep *wedding* serta tempat diselenggarakan juga menjadi hal yang sangat penting untuk dipikirkan. Kaum milenial biasa mencari referensi pernikahan melalui Internet dan media sosial. Sehingga, semenjak pandemi ini pun tren konsep pernikahan banyak tersebar di media sosial. (*cnnindonesia.com*, 13 maret 2022)

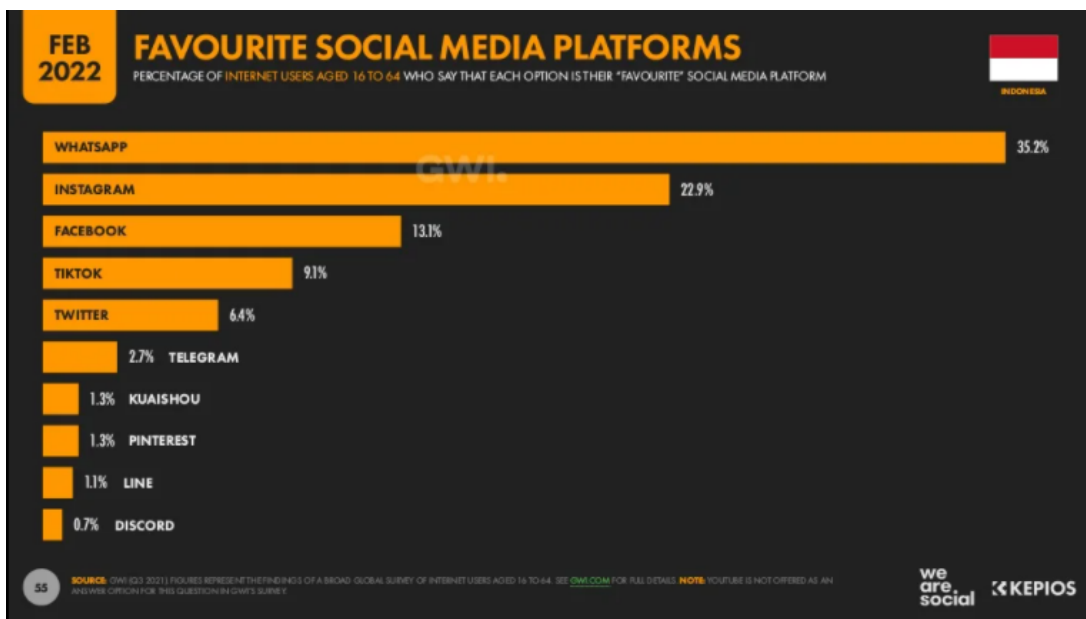
Dari waktu ke waktu seiring dengan perkembangan dan kondisi, penggunaan media sosial semakin meningkat. Media sosial menjadi salah satu platform atau aplikasi yang diperlukan oleh masyarakat karena media sosial menjadi sumber Informasi, referensi, hiburan, memberikan pengetahuan dan menjadi tempat untuk orang-orang mengekspresikan dirinya. Hadir dan berkembangnya Internet maupun media sosial memberikan dampak positif bagi masyarakat untuk mengakses dan menyebar luaskan sebuah Informasi dengan cepat, namun juga terkadang memberikan dampak negatif terhadap masyarakat yang tidak dapat memanfaatkannya dengan baik. Menurut Datareportal terdapat 191,4 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2022. Jumlah pengguna di Indonesia pada awal tahun 2022 setara dengan 68,9% dari total populasi. Analisis Kepois mengutarakan bahwa pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat (+12,6%) atau setara dengan 21 juta orang antara tahun 2021 dan 2022. (*datareportal.com*, 27 maret 2022)



Gambar 1. 6

Data Pengguna Media Sosial Indonesia tahun 2022

(Sumber : datareportal.com, 2022)



Gambar 1. 7

Data Media Sosial Favorit Indonesia tahun 2022

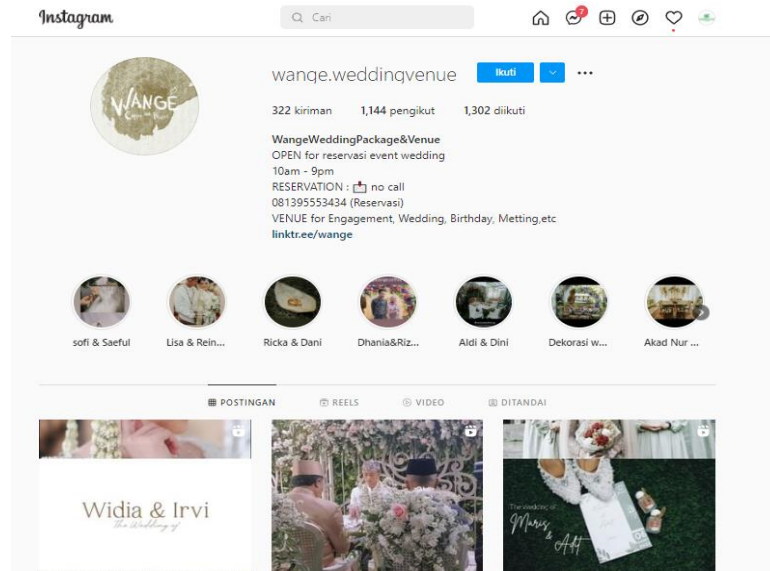
(Sumber : datareportal.com, 2022)

Dari data yang di dapat terlihat bahwa Indonesia sangat aktif dalam penggunaan media sosial sehingga terus mengalami peningkatan yang signifikan, dapat dilihat pula melalui aplikasi media sosial yang paling diminati oleh Indonesia tahun 2022 adalah, *WhatsApp, Instagram, Facebook, Tiktok, Twitter, Telegram, Kuaishou, Pinterest, Line, dan Discord.* (*datareportal.com, 27 maret 2022*)

PT. Duta Abadi Perkasa Unit Batununggal Indah Club merupakan merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang Sport Center (Club Olahraga) di Kota Bandung. Batununggal Indah Club atau biasa disebut dengan BIC ini didirikan oleh bapak Iwan Suriadi. Batununggal Indah Club mulai beroperasi pada tanggal 21 April 2001, hingga saat ini sudah beroperasi sekitar 21 tahun. Berlokasi di Jl. Batununggal Indah IX No. 2, Mengger, Bandung Kidul, Bandung 40266. Batununggal Indah Club beroperasi dengan berbagai sarana olahraga seperti Fitness Center, Lapangan Tennis, Kolam Renang, Lapangan Badminton, Lapangan futsal, Lapangan basket, dan Iris Garden. Batununggal Indah Club merupakan perusahaan bertajuk Sport Center yang cukup Besar di Kota Bandung dan berlokasi yang cukup strategis karena berada di tengah Pemukiman Komplek Batununggal yang prospeknya tidak hanya dalam bidang olahraga saja tapi juga dalam bidang pariwisata karena Sport Center ini bersifat *family-friendly*. Dengan target konsumen yang hanya masyarakat sekitar perumahan Batununggal dan masyarakat umum lainnya. (*Data perusahaan, 2022*)

Belakangan ini, mengadakan pernikahan di ruangan terbuka (*Outdoor*) menjadi pilihan kaum pasangan muda dikarenakan dinilai lebih aman dilaksanakan ditengah situasi pandemi saat ini. *Venue Outdoor* memiliki banyak kelebihan seperti pemandangan di alam terbuka, tema pernikahan yang lebih intimate dan juga udara yang lebih segar. Seperti disebutkan sebelumnya bahwa Batununggal Indah Club menyediakan salah satu sarana yaitu Iris Garden. Iris Garden merupakan *Venue Outdoor* yang disediakan melayani penyelenggaraan *Event, Wedding, Engagement, Gathering*, dan lain-lain. Iris Garden merupakan salah satu *Venue Outdoor* yang saat ini sedang *hype* di Kota Bandung. Iris Garden mulai beroperasi tahun 2017 dan Aktif menjadi *Venue Outdoor Wedding* sejak awal tahun 2020. Iris Garden memiliki beberapa kelebihan seperti pemandangan yang asri, memiliki rumput hijau yang dirawat, beberapa pohon rindang , ukuran yang cukup luas, lahan parkir yang luas, lokasi yang strategis dan keamanan serta kebersihan yang terjamin

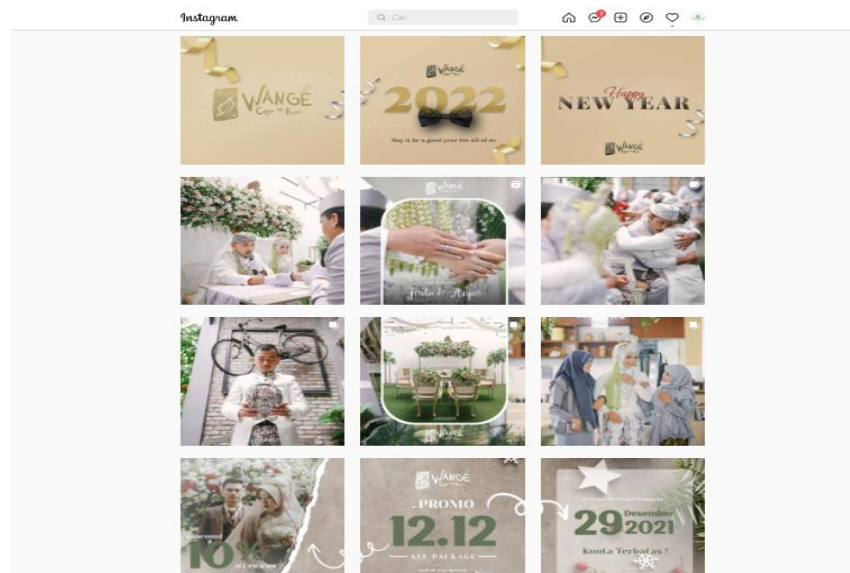
karena sudah tersertifikasi CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, dan Environment*) . Iris Garden menyediakan 2 paket penawaran yaitu *Intimate Package* dan *Normal Package*. (Data perusahaan, 2022)



**Gambar 1. 8**

### **Instagram Venue Wedding yang Berhasil**

(Sumber: Instagram @Wange.weddingVenue , 2022)

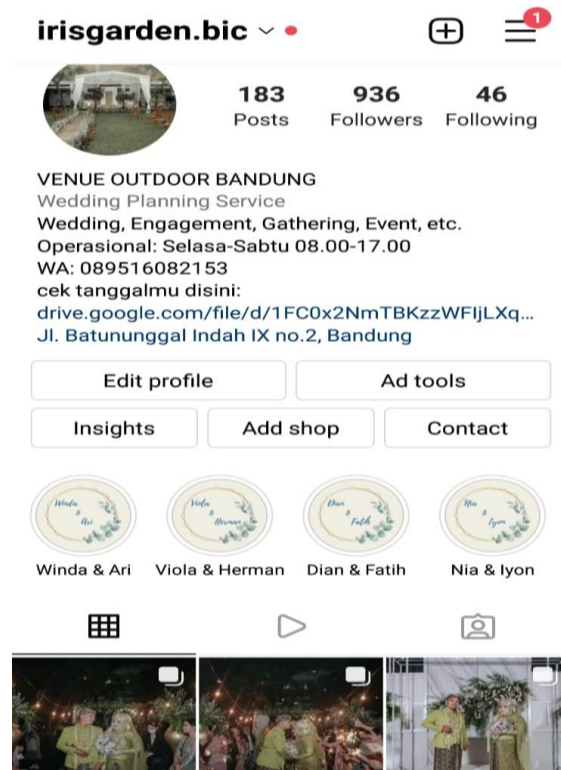


**Gambar 1. 9**

### **Instagram Venue Wedding yang Berhasil**

(Sumber: Instagram @Wange.weddingVenue , 2022)

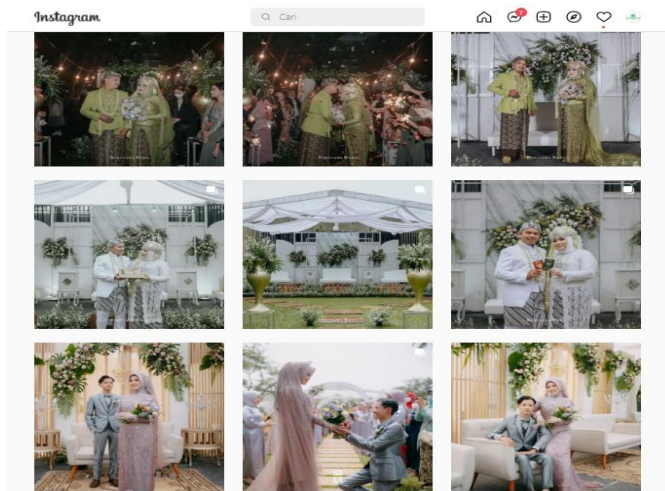
Gambar di atas merupakan akun media sosial Instagram *Venue Wedding Outdoor* yang berhasil menerapkan konten atau penyedia *Venue* serupa yang berlokasi di Kota Bandung Bernama *Wange Wedding Venue*. *@wange.weddingVenue* sudah memiliki konsep pada konten yang akan diupload dan dapat dilihat langsung *feeds* yang sudah rapi dan telah tersusun dengan konsisten dalam postingannya. Konten yang dimasukkan juga tidak hanya foto-foto hasil *wedding* saja namun juga menerapkan konsep pemasaran didalam kontennya, seperti memberi promo untuk tanggal-tanggal cantik dan ucapan untuk hari-hari besar. *Venue* ini hadir sejak tahun 2019 dan memiliki 1.144 *followers* di Instagram. Dengan memasukkan beberapa konten foto dan video yang disusun dengan rapi dengan warna *feeds* yang selaras, menjadikan konten *Instagram feeds* tersebut menarik perhatian kaum pasangan milenial. (*@wange.weddingVenue* , 2022)



**Gambar 1. 10**

**Instagram Iris Garden tahun 2022**

(*Sumber: Instagram @irisgarden.bic* , 2022)



**Gambar 1. 11**

**Instagram Iris Garden tahun 2022**

(Sumber: Instagram @irisgarden.bic , 2022)

Iris Garden BIC masih mengalami kendala dalam memasarkan melalui media sosial. Menurut Ibu Chyntia sebagai *executive marketing* Iris Garden Batununggal Indah Club, masalah yang dihadapi adalah kurangnya *planning* dan penerapan konten pada media sosial Instagram Iris Garden karena biasanya hanya memposting foto *wedding* dari klien saja tanpa ada penerapan konten khusus terhadap Iris Garden. Seperti, konten promosi, pengucapan hari-hari besar, konten edukasi, ataupun *tips and trick* dalam memilih *Venue wedding*. Karena di tengah kondisi pandemi covid-19 pula pemasaran yang paling efektif adalah melalui media sosial Instagram, dengan media sosial konsumen lebih mudah mencari informasi terkait produk atau layanan yang disediakan karena dianggap lebih praktis, mudah dan aman. (Data Perusahaan , tahun 2022).

**TABEL 1. 2**

**Perbandingan Instagram Pesaing dengan Iris Garden BIC**

Fitur	Wange Wedding Venue	Iris Garden BIC
1. Followers	1148	936
2. Postingan	322	183
3. Following	1302	46
4. Mulai Aktif Tahun	2019	2020

Sumber: Instagram @irisgarden.bic dan @wange.weddingVenue, 2022

Ditengah kondisi dan dampak dari pandemi covid-19 dan perkembangan media sosial yang pesat, Iris Garden perlu mengoptimisasikan pemasarannya melalui media sosial terutama Instagram. Manfaat utama dari penggunaan media sosial Instagram adalah untuk mempromosikan produk atau layanan Iris Garden menjadi lebih mudah dan efektif. Selain itu, manfaat penggunaan media sosial Instagram adalah kesempatan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan angka penjualan, dapat mengoptimalkan visibilitas *online*, membangun hubungan baik dengan customers, mengenali siapa *customer* perusahaan. Terlepas dari manfaat Instagram tersebut, perusahaan saat ini memang sedang berupaya mencapai target dalam mengoptimalkan kenaikan pengunjung dan penjualan produk melalui media sosial sebagai media untuk *membranding* produknya, membangun hubungan yang baik kepada *client* atau customernya, dan menerima masukan serta saran dari *client* terkait pelayanan dan fasilitas Iris Garden agar dapat mengembangkan Iris Garden itu sendiri. Salah satu aspek yang menjadikan Instagram lebih menarik perhatian adalah dengan menampilkan konten-konten yang menarik sesuai dengan perkembangan tren. (*Data Perusahaan, 2022*).

Sebagai Usaha dalam meningkatkan konten melalui media sosial *marketing* yang dilakukan oleh Iris Garden Batununggal Indah Club dengan fasilitas dan layanannya, maka yang perlu diperhatikan yaitu dalam penerapan konten pada media sosial Instagram terkait dengan pemasarannya. Berdasarkan hasil uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengembangan Konten Media Sosial pada Instagram @irisgarden.bic tahun 2022”**

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan yang telah diuraikan dan dijelaskan dalam latar belakang diatas adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan pembuatan konten media sosial Instagram Iris Garden Batununggal Indah Club tahun 2022?
2. Bagaimana penerapan dalam pembuatan konten media sosial Instagram Iris Garden Batununggal Indah Club tahun 2022?
3. Bagaimana hasil evaluasi yang dilakukan setelah pembuatan konten media sosial Instagram Iris Garden Batununggal Indah Club tahun 2022?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui perencanaan pembuatan konten media sosial Instagram Iris Garden Iris Garden Batununggal Indah Club tahun 2022
2. Untuk mengetahui penerapan konten media sosial Instagram Iris Garden Batununggal Indah Club tahun tahun 2022
3. Untuk mengetahui evaluasi hasil penerapan konten media sosial Instagram Iris Garden Batununggal Indah Club tahun 2022

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diinginkan dapat bermanfaat untuk berbagai kebutuhan yang berkaitan dengan pengembangan konten *marketing* untuk *platform* media sosial Instagram, dengan manfaat sebagai berikut:

1. Kepentingan akademik dari hasil kegiatan penelitian ini diharap dapat memberikan banyak ide dalam perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dari konten media sosial *marketing* melalui *platform* atau aplikasi media sosial Instagram @irisgarden.bic yang dilakukan oleh Iris Garden Batununggal Indah Club.
2. Sebagai bakal referensi untuk penelitian selanjutnya perihal pengembangan konten media sosial *marketing* pada media sosial khususnya Instagram.



### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

#### **1. Bagi Penulis**

Dari hasil penelitian ini penulis mendapatkan ilmu baru serta pandangan tentang pemasaran digital khususnya dalam pengembangan konten media sosial *marketing* melalui aplikasi atau *platform* media sosial Instagram dan sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Diploma-III di Telkom University.

#### **2. Bagi PT. Duta Abadi Perkasa Unit Batununggal Indah Club & Iris Garden**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa masukan dan pertimbangan bagi Iris Garden Batununggal Indah Club dalam merancang dan membuat konten *digital marketing* yang sesuai dengan media sosial Instagram @irisgarden.bic sehingga segala bentuk yang berhubungan dengan media sosial Instagram menjadi lebih baik dan efektif.

#### **3. Bagi Pihak Lain**

Dari hasil penelitian ini pula diharapkan mampu memberi gambaran atau tumpuan bagi perusahaan sejenis lainnya terkait dengan pengembangan konten media sosial *marketing* pada Instagram.

### **1.6 Batasan Masalah**

Penelitian ini dibatasi dengan beberapa permasalahan yang akan dibahas. Hal ini digunakan agar pembahasan dalam penelitian ini menjadi terencana dan tersusun jelas. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang menjadi fokus pembatasan pada penelitian ini adalah Analisis dan Pengembangan konten media sosial *marketing* pada Instagram
2. Objek penelitian ini adalah Iris Garden Batununggal Indah Club
3. Periode pelaksanaan penelitian ini mulai dari Maret sampai dengan Juni tahun 2022.

### **1.7 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir**

Sistematika merupakan penjelasan dari isi setiap bab. Dimana penjelasan ini dapat memberikan gambaran langsung mengenai isi dari setiap bab yang ada dalam laporan ini, secara singkat dapat diuraikan sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum dari objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan tentang landasan-landasan teori mengenai teori pemasaran, manajemen pemasaran, *digital marketing*, promosi, konten *marketing*, media sosial, Instagram, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas analisis jenis penelitian yang digunakan.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas analisis data-data yang telah penulis dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran akhir yang diberikan penulis serta saran-saran untuk objek yang diteliti atau pihak-pihak yang bersangkutan lainnya.