

ABSTRAK

Industri jasa di Indonesia adalah bagian penting dari ekonomi negara ini dan telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan ekonomi Indonesia telah didorong oleh sektor ini, yang telah melampaui pertumbuhan sektor manufaktur dan pertanian. Beberapa subsektor utama dalam industri jasa meliputi jasa keuangan, kecantikan, pariwisata, perawatan kesehatan, pendidikan, transportasi, dan teknologi informasi.

Seiring dengan urbanisasi dan perubahan gaya hidup masyarakat, permintaan terhadap layanan ini terus meningkat, menciptakan peluang ekonomi yang besar. Industri jasa juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja dan memajukan kemajuan sosial dan ekonomi di Indonesia. Dengan besarnya industri jasa dan subsektornya tentunya tidak lepas dari pengaruh konsumen dalam mendorong lajunya industri, salah satu industrinya diantaranya adalah industri salon, Salon dan tata rambut termasuk industri yang sangat memiliki peran pada ekonomi negara. Hal ini dibuktikan dengan semakin berkembang pesatnya gerai tata rambut di Indonesia. Ditambah lagi industri ini telah menghasilkan Rp13 triliun. Perlu diketahui, industri salon dan tata rambut merupakan bagian dari industri kreatif. Melihat hal tersebut tentunya berguna juga untuk menunjang industri lain mulai dari industri kecantikan, fesyen, seni pertunjukan dan lainnya.

Pearl salon merupakan perusahaan yang masuk dalam industri salon, didirikannya pada tahun 2021 oleh Wiriati Tetri Artati, di wilayah Tanjung barat, Jagakarsa, Jakarta selatan, keinginan dari Wiriarti Tetri Artati dalam membawa kualitas salon terkemuka yang mana pada umumnya biasa dinikmati dengan harga yang relatif mahal dan berada di mall mendorong Wiriati Tetri Artati untuk membuka salon yang berkualitas dengan harga yang relatif terjangkau, Pearl salon juga berusaha membangun kehadiran merek di dunia sosial media instagram.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa media sosial Pearl Salon saat ini telah mengalami peningkatan signifikan dalam hal kualitas dan daya tarik konten pemasaran yang ditampilkan. Konten-konten tersebut kini dirancang dengan lebih kreatif dan informatif, menggunakan visual yang menarik, serta pesan yang lebih relevan bagi audiens.

Kata Kunci : media sosial, Instagram, konten pemasaran