

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Social Media Analytics adalah proses pengumpulan, pengukuran, dan analisis data dari platform media sosial untuk memahami kinerja konten, interaksi pengguna, dan dampak keseluruhan dari strategi pemasaran. Media sosial adalah situs atau layanan daring yang memungkinkan penggunanya untuk mengonsumsi serta mengikuti atau berpartisipasi membuat, mengomentari, dan menyebarkan berbagai konten dalam berbagai format seperti teks, gambar, video dan foto. (Hidayatullah, 2020)

Social Media Analytics diperlukan untuk mengolah data dari *User-Generated Content* (UGC). UGC adalah konten yang dihasilkan oleh pelanggan dari suatu brand, yang mencakup berbagai media dan jenis konten kreatif. Konten ini dianggap lebih natural dan dapat membantu perusahaan dalam mempromosikan produk mereka. (Cahyono, 2020)

UGC memegang peran penting di masa sekarang karena promosi menjadi tidak terbatas melalui media apapun, terutama media sosial. Kegiatan promosi juga bisa terjadi sendirinya, karena sudah banyak konten kreator yang suka membuat konten tentang *food and beverage*, tempat nongkrong yang nyaman dan murah, dsb. Disinilah peran UGC dengan mengonversi semua *engagement* yang masuk dan dianalisis menggunakan *Social Media Analytics* untuk melihat *impression* yang didapat. Media sosial sudah menjadi saluran yang paling populer untuk berkomunikasi dengan orang lain. Jaringan sosial, forum, dan *website* membuat masyarakat menjadi terhubung dan membuat percakapan lebih mudah dan terjangkau (Kumar and Sharma, 2020).

Adapun penulis memilih Kafe Kelesa Taman Utara sebagai objek penelitian karena kurangnya konten marketing yang dibuat oleh pihak Kafe dan lebih banyak konten marketing yang dibuat oleh pelanggan kafe tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana tingkat engagement *User-Generated Content* pada media sosial instagram Kafe Taman Utara dengan pendekatan *Social Media Analytics*?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui tingkat engagement *User-Generated Content* pada media sosial instagram Kafe Taman Utara dengan pendekatan *Social Media Analytics*.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat berguna bagi seluruh pembaca yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dan untuk praktisi atau pelaku bisnis yang sedang menjalankan bisnisnya. Penulis berharap ini dapat menjadi sumbangan penelitian baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini di harapkan dapat membantu dalam peningkatan penjualan pada Kafe Taman Utara dengan memanfaatkan UGC melalui Social Media Analytics

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan sebagai implementasi ilmu dimana penulis dapatkan saat belajar di D3 Manajemen Pemasaran, serta penyusunan laporan tugas akhir ini merukan salah satu wujud diajukan sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Ahli Madya pada program studi D3 Manajemen Pemasaran.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagu pembaca dalam bidang pemasaran dan pedoman bagi peneliti selanjutnya, sehingga bisa dijadikan perbandingan di masa yang akan datang.

1.5 Batasan Ruang Lingkup

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian yang sedang dilaksanakan menjadi focus pada tujuan penelitian, maka penulis penelitian sesuai dengan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini adalah kafe Taman Utara Bandung
2. UGC yang diukur hanya dalam periode Desember 2024 sampai Juli 2025 ,

dengan followers 10 sampai 100.000.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Menjelaskan susunan bab dalam laporan secara singkat. Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas Laporan Tugas Akhir (TA).

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian dan sistematika penulisan laporan proyek akhir

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2. Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis (bila ada).

3. BAB II METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasannya harus diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sistematika pembahasan ini akan lebih tampak jelas luas cakupan, batas dan benang merahnya apabila disajikan dalam sub-judul tersendiri.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian