

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan perkembangan yang semakin cepat dalam teknologi dan komunikasi saat ini, penggunaan media sosial telah menjadi komponen penting dalam penyebaran informasi. Media sosial memiliki banyak manfaat, salah satunya adalah memiliki banyak ruang untuk kemajuan bisnis. Media sosial dapat membantu bisnis berkomunikasi, membantu pemasaran barang dan jasa, berhubungan dengan pelanggan dan pemasok, memperbarui merek, mengurangi biaya, dan meningkatkan penjualan online. (Haryani & Fauzar, 2021) Mirukiway, sebagai sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkembang melalui pemanfaatan media sosial, terutama Instagram. *Platform* ini telah menjadi salah satu sarana yang paling efektif untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas dan membangun *brand enggament* namun, seperti banyak UMKM lainnya.

Pemasaran konten adalah pendekatan pemasaran yang melibatkan pembuatan, kurasi, distribusi, dan penguatan konten yang menarik, relevan, dan bermanfaat bagi audiens. Strategi pemasaran ini berfokus pada pembuatan dan pendistribusian konten yang bernilai, relevan, dan konsisten untuk menarik dan mempertahankan audiens dan mendorong tindakan konsumen yang menguntungkan. Oleh karena itu, tujuan pemasaran konten adalah untuk mendidik pelanggan dan berfungsi sebagai penghubung antara produsen dan pelanggan melalui informasi konten. (Pinaria & Sumartini, 2023) Namun berbeda dengan Mirukiway yang sedang menghadapi tantangan dalam mengelola akun Instagram mereka secara efektif, dengan adanya salah satu kendala yang sering dihadapi adalah kurangnya perencanaan yang matang dalam pembuatan konten dan tidak ada yang mengelola akun instagram tersebut. Dengan adanya kendala-kendala tersebut sehingga membuat penjadwalan untuk *upload* konten tidak menentu, oleh karena itu penulis akan memberikan solusi dengan membuat konten kalender untuk membantu UMKM Mirukiway untuk meningkatkan *engagement*, *audiens* akan lebih tertarik untuk berinteraksi jika kontennya konsisten dan relevan.



Gambar 1. 1 Akun Instagram Mirukiway

Sumber: @id_mirukiway

Berdasarkan tangkapan layar dari akun Instagram Mirukiway, dapat dilihat bahwa bukti Mirukiway tidak aktif secara *intens upload* bulan Desember dan tidak ada aktivitas yang terdeteksi sejak saat itu hingga *upload* lagi pada bulan Februari. Konten kalender hadir sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Dengan adanya konten kalender, UMKM dapat mengatur jadwal postingan, menentukan jenis konten yang relevan, dan memastikan konsistensi dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Melalui perencanaan yang sistematis untuk mendorong peningkatan penjualan. Untuk UMKM, platform media sosial, terutama Instagram, telah menjadi sangat populer untuk mempromosikan barang atau jasa mereka. Namun, tidak semua UMKM mampu menggunakan Instagram secara efektif. Konten kalender adalah solusi untuk masalah yang sering dihadapi, kurangnya perencanaan yang matang dalam pembuatan konten. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana konten kalender media sosial Instagram UMKM Mirukiway digunakan dan bagaimana hal itu berdampak pada peningkatan keterlibatan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu UMKM lain mengembangkan strategi pemasaran media sosial yang lebih efektif.



Gambar 1. 2 Followers Akun Instagram Mirukiway

Sumber: @id_mirukiway

Sebagai bagian dari data pendukung dalam penelitian ini, disajikan informasi terkait akun Instagram @id_mirukiway yang merepresentasikan tingkat aktivitas serta jangkauan audiens pada platform media sosial tersebut. Akun ini tercatat memiliki 1.423 pengikut, mengikuti 23 akun, dan telah mengunggah sebanyak 207 konten. Jumlah pengikut yang relatif tinggi dan frekuensi unggahan tersebut mencerminkan adanya keterlibatan audiens serta konsistensi dalam praktik distribusi konten digital melalui media sosial Instagram.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana peran kalender konten dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan media sosial bagi UMKM seperti Mirukiway?
2. Apa dampak penggunaan kalender konten terhadap *engagement* Mirukiway terhadap konsumen di Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Membuat dan menganalisis manfaat penggunaan kalender konten dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan media sosial untuk Mirukiway.
2. Menilai dampak penggunaan kalender konten terhadap *engagement* Mirukiway terhadap konsumen di Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terdiri dari tiga aspek utama:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu mengembangkan penelitian ilmiah tentang pemasaran digital, khususnya tentang bagaimana mengoptimalkan penggunaan media sosial Instagram untuk meningkatkan hasil penjualan di industri UMKM. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memperkuat landasan konseptual mengenai strategi pemasaran berbasis konten serta metode untuk meningkatkan interaksi digital (*digital engagement*) melalui penerapan kalender konten.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan solusi praktis untuk UMKM Mirukiway, dengan menawarkan metode pengelolaan media sosial yang lebih sistematis melalui perencanaan konten berbasis kalender. Diharapkan dengan menerapkan metode ini, publikasi konten akan lebih konsisten, jangkauan audiens digital akan lebih besar, dan intensitas interaksi pelanggan akan meningkat, yang pada akhirnya akan menghasilkan peningkatan yang signifikan dalam penjualan produk.

Implikasi penelitian dalam dunia industri, bisnis, atau masyarakat yang dapat diterapkan secara langsung.

c. Manfaat bagi Peneliti

Bagi peneliti, studi ini memberikan pengalaman empiris dalam menerapkan strategi pemasaran digital melalui media sosial. Ini juga menjadi landasan untuk menyelidiki lebih lanjut hubungan antara konten digital dan perilaku konsumen, khususnya dalam konteks pengembangan pemasaran UMKM.

1.5 Batasan Ruang Lingkup

Batasan masalah dalam penelitian ini berfungsi untuk memberikan fokus yang lebih spesifik pada penelitian UMKM Mirukiway. Dengan adanya batasan masalah, penelitian akan menjadi lebih terarah dan menghindari terlalu luasnya cakupan.

1. Penelitian ini hanya berfokus pada penggunaan konten kalender sebagai *tools* untuk meningkatkan *engagement* di media sosial.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada *platform* Instagram.
3. Penelitian ini dilakukan selama enam bulan, dimulai pada bulan Desember dan berakhir pada bulan Mei 2025

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas Laporan Proyek Akhir (PA)

- a. **BAB 1 PENDAHULUAN**
Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian dan sistematika penulisan laporan proyek akhir
- b. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**
Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian
- c. **BAB III METODE PENELITIAN**
Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.
- d. **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**
Bab ini merupakan hasil penelitian dan pembahasannya harus diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian.
- e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**
Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian