

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Monera Muslim Fashion merupakan perusahaan fashion asal Indonesia yang berdiri pada tahun 2018. Monera Muslim Fashion pertama memulai bisnisnya dengan menjual pakaian seperti outer, tunik dan gamis lalu seiring berjalannya waktu memfokuskan untuk memproduksi pakaian jadi dan menjualnya ke pasar dalam negeri yaitu seperti gamis atau abaya. Dalam perjalanannya, Monera Muslim Fashion berhasil memperluas jangkauan pasar dan menambah portofolio merek-merek fashion terkenal di Indonesia, Saat ini Monera Muslim Fashion telah tumbuh sebagai perusahaan *fashion* terkenal di Indonesia dengan keberhasilannya dalam memasarkan produk-produk fashion berkualitas tinggi ke pasar global. Dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, Masyarakat pun harus menyesuaikan diri dengan adanya teknologi yang sudah berkembang.

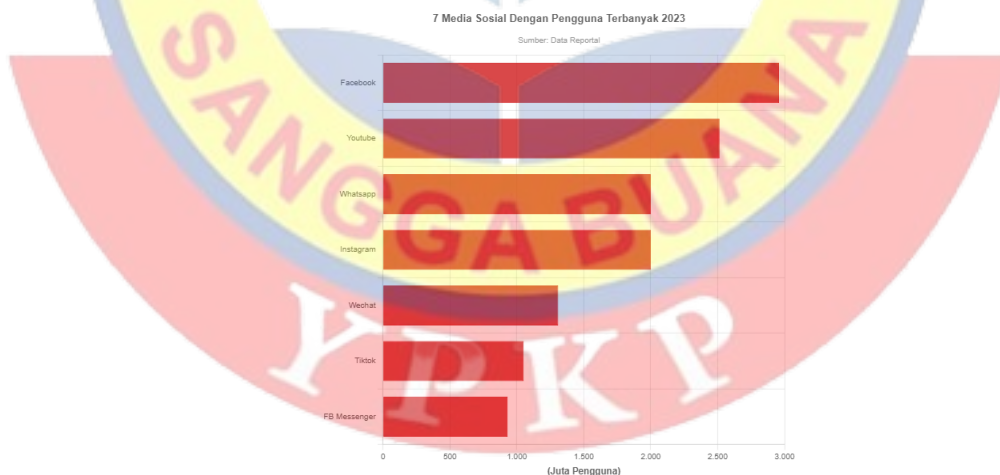
Dengan media sosial kita juga jadi lebih mudah dan cepat untuk berkomunikasi dan berinteraksi. Media sosial berperan penting di lingkungan masyarakat, dari mulai mengirim pesan, mencari dan menyebarkan informasi yang sedang viral sekalipun maka, tak heran media sosial menjadi satu dari beberapa jenis kebutuhan krusial bagi masing-masing individu. Pentingnya media sosial dalam pemasaran tidak bisa diabaikan. Skripsi ini akan membantu saya memahami lebih dalam tentang audiens target, merancang konten visual yang menarik, dan menciptakan narasi yang kuat.

Selain itu, peluang untuk belajar tentang pengukuran kinerja kampanye dan strategi penetrasi pasar global melalui media sosial akan memberikan dasar yang kokoh dalam merancang strategi pemasaran yang efektif. Di samping itu,

kolaborasi dengan influencer dan mitra strategis serta adaptasi terhadap perubahan digital dalam industri fashion akan membekali saya dengan keterampilan yang relevan dan berharga.

Para profesional bisnis memerlukan platform pemasaran yang efisien guna mengoptimalkan pangsa pasar mereka. Media sosial sebagai alat pemasaran terhubung langsung dengan komunikasi pemasaran.

Jumlah pengguna media sosial diproyeksikan mengalami pertumbuhan signifikan pada tahun 2023. Populasi pengguna media sosial secara global mencapai 4,76 miliar atau mencakup hampir 60% dari total populasi dunia. Selain itu, masyarakat dunia pun makin mengalokasikan lebih banyak waktu guna berinteraksi dengan platform media sosial. Rerata individu menggunakan waktu mereka selama 2 jam 31 menit untuk mengakses media sosial.

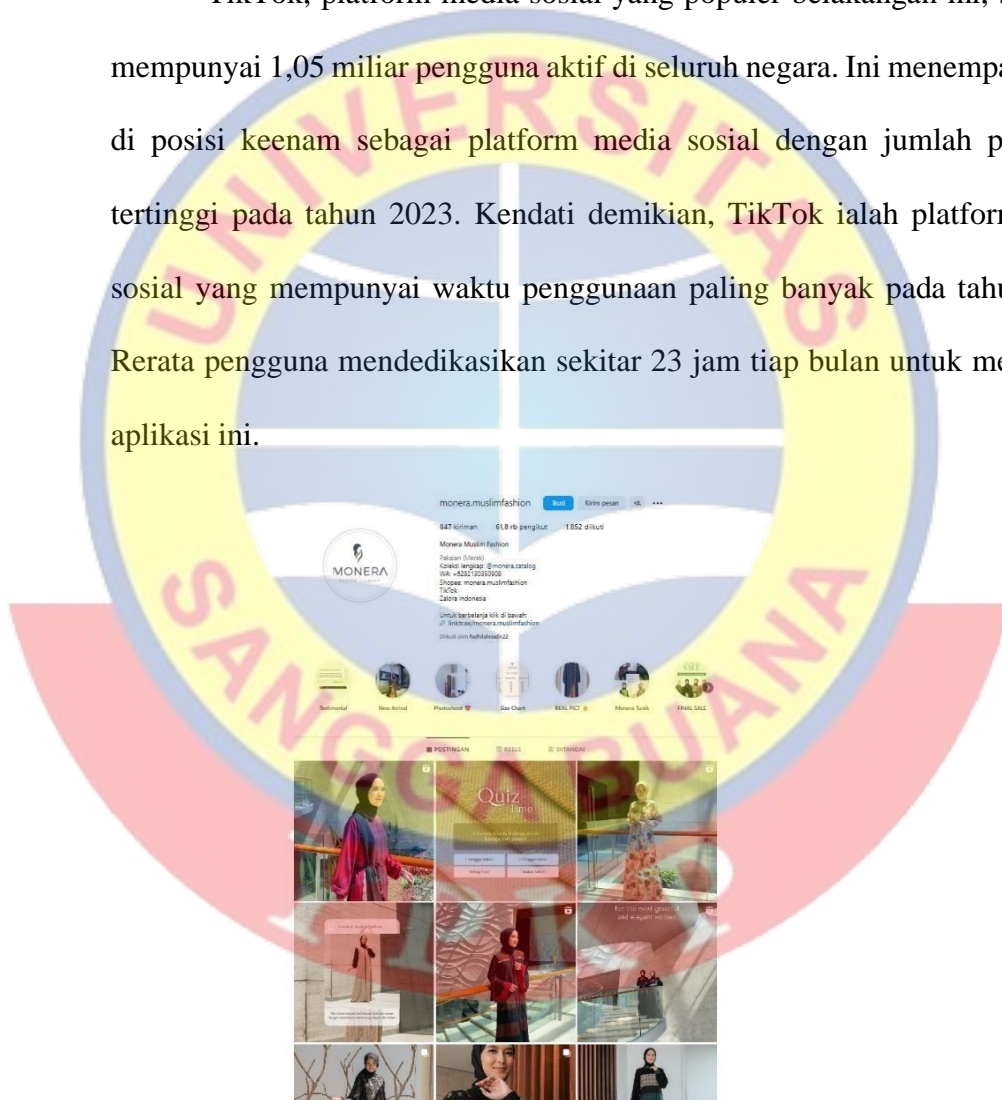


**Gambar 1 Platform Media Sosial yang Paling Banyak Dipergunakan pada tahun 2023**

Berdasar pada gambar dari Data Reportal, Facebook mempunyai jumlah pengguna aktif tertinggi pada tahun 2023, yakni sejumlah 2,958 miliar pengguna. Sejak tahun 2021, Facebook sudah mempertahankan posisinya sebagai juara bertahan dengan 2,91 miliar orang yang mengaksesnya.

YouTube saat ini berada di posisi kedua. YouTube diproyeksikan melampaui 2,5 miliar pengguna pada tahun 2023. WhatsApp dan Instagram secara kolektif mempunyai basis pengguna 2 miliar secara global sehingga menempatkan mereka di posisi ketiga. WeChat menempati peringkat kelima dengan basis penggunanya sejumlah 1,3 miliar.

TikTok, platform media sosial yang populer belakangan ini, sekarang mempunyai 1,05 miliar pengguna aktif di seluruh negara. Ini menempatkannya di posisi keenam sebagai platform media sosial dengan jumlah pengguna tertinggi pada tahun 2023. Kendati demikian, TikTok ialah platform media sosial yang mempunyai waktu penggunaan paling banyak pada tahun 2023. Rerata pengguna mendedikasikan sekitar 23 jam tiap bulan untuk mengakses aplikasi ini.



Gambar 2 Instagram Monera muslim fashion

Monera muslim fashion mempunyai platform media sosial salah satunya Instagram dengan nama @monera.muslimfashion dengan jumlah

pengikut (followers) 61,800 pengikut total postingan 847, dan mengikuti sebanyak 1852. Peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang meningkatkan engagement Instagram @monara.muslimfashion karena selama ini peneliti meninjau bahwa like dan komen yang di dapat dari hasil posting Instagram tidak begitu signifikan, dapat dilihat dari postingan sebagai berikut.



**Gambar 3 Postingan dari Instagram monera muslim fashion**

Berdasarkan gambar diatas, setiap postingan yang tidak terjadwal sehingga setiap postingan terbaru, menurut saya tidak begitu banyak menarik bagi pengikut. Postingan tersebut memiliki 3 orang penyuka (like) dan hanya 1 komentar dibandingkan dengan pengikut akun Instagram tersebut, like dan komen (engagement) masih sangat kurang. Selain itu peneliti melihat data insight dari Instagram @monera.muslimfashion





**Gambar 4 Insight akun Instagram monera muslim fashion**

Berdasarkan insight yang peneliti dapat, peneliti dapat melihat akun yang di jangkau itu karena menggunakan iklan 93% Pencapai akun itu mencapai 12,200 akun dan 94,700 akun merupakan bukan pengikut.

Media sosial mengacu pada platform daring yang memungkinkan pengguna untuk secara aktif terlibat, bertukar, dan menghasilkan bermacam bentuk materi, seperti jejaring sosial, blog, wiki, forum maupun dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki ialah jenis media sosial yang kerap dipergunakan oleh individu di semua negara. Perspektif lain menegaskan bila media sosial mengacu pada platform daring yang memfasilitasi keterlibatan sosial, memanfaatkan teknologi berbasis web guna mengubah komunikasi menjadi wacana interaktif. Berdasar pada penjelasan Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, media sosial mengacu pada kumpulan aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasar pada prinsip dan teknologi Web 2.0.

Jejaring sosial ialah platform daring yang memberi peluang bagi individu untuk membangun halaman web pribadi dan terhubung dengan teman untuk sosial ialah platform daring yang memberi peluang bagi individu untuk membangun halaman web pribadi dan terhubung dengan teman untuk membagikan informasi atau terlibat dalam komunikasi. Facebook, Myspace, dan X ialah jejaring sosial yang paling menonjol. Media sosial memanfaatkan internet, sedangkan media konvensional mengandalkan media cetak dan penyiaran. Platform media sosial memungkinkan siapa pun untuk terlibat secara aktif dengan berkontribusi secara publik, memberi umpan balik, berkomentar, dan berbagi informasi dengan cepat tanpa batasan apa pun. melalui media sosial Instagram. Instagram sendiri dinilai sebagai media sosial yang paling berperan penting bagi masyarakat karena seiring perkembangan zaman masyarakat lebih tertarik dengan informasi yang berbentuk foto atau gambar, Instagram juga memiliki pengguna yang terus meningkat dan media sosial yang sedang populer dan sering digunakan.

Alasan peneliti memilih Instagram @moneramuslimfashion telah memiliki akun Instagram sejak awal tetapi masih belum fokus ke konten hanya fokus ke penjualan saja dan yang di posting nya pun masih lebih banyak feed yang berisi produk, maka dari itu peneliti ingin tetapi ingin menerapkan sebuah strategi pembuatan konten digital untuk meningkatkan engagement.

Berdasarkan *insight* pada akun Instagram @moneramuslimfashion yang peneliti dapat dan berdasarkan observasi sementara, dilihat dari *engagement* audiens yang masih kurang perlu adanya pengelolaan media sosial dalam fenomena tersebut, ketertarikan audiens terwujud apabila

pengelolaan media sosial tersebut terencana dengan baik. Maka, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana “strategi pembuatan konten monera muslim fashion dalam meningkatkan engagement masyarakat.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasar pada penjelasan latar belakang di atas, peneliti merumuskan masalah, yaitu bagaimanakah strategi pembuatan konten digital monera muslim fashion dalam meningkatkan engagement masyarakat dengan menggunakan Konsep *The Circular Model of Some*.

## 1.3 Identifikasi Masalah

Sesuai beberapa uraian tersebut, dapat diidentifikasi permasalahan, yaitu:

1. Bagaimana konsep *share* (menyebarkan), *optimize* (optimalisasi), *manage* (mengatur), *engage* (melibatkan), dalam optimalisasi pengelolaan media sosial Instagram Monera muslim Fashion?
2. Bagaimana cara meningkatkan engagement masyarakat pada Instagram Monera Muslim Fashion?
3. Bagaimana strategi pembuatan konten digital pada Instagram Monera Muslim Fashion

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Pada umumnya suatu permasalahan memiliki tujuan, adapun tujuan penelitian untuk menjawab identifikasi masalah yaitu:

1. Mendeskripsikan bagaimana konsep *share* (menyebarkan), *optimize* (optimalisasi), *manage* (mengatur), *engage* (melibatkan), dalam optimalisasi pengelolaan media sosial Instagram Monera Muslim Fashion
2. Mendeskripsikan bagaimana cara meningkatkan engagement masyarakat pada Instagram Monera Muslim Fashion
3. Mengetahui bagaimana cara pembuatan konten digital pada Instagram Monera Muslim Fashion

#### 1.5 Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian terbagi atas manfaat/kegunaan teoretis dan praktis sehingga dapat bermanfaat untuk mengembangkan ilmu komunikasi.

##### 1.5.1 Kegunaan Teoretis

- Mengharapkan supaya temuan dalam penelitian bisa mengembangkan ilmu pengetahuan perihal pengelolaan media sosial Optimalisasi Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam meningkatkan engagement masyarakat di Monera muslim fashion
- Peneliti mengharapkan agar penelitian ini bisa dijadikan oleh mahasiswa sebagai sumber informasi, terutama mahasiswa di program studi ilmu komunikasi fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.



- Hasil penelitian diharapkan bisa menjadi sebagai pengembangan kehumasan dalam pengelolaan media sosial Instagram dalam menyebarkan informasi dan edukasi pada masyarakat.

### 1.5.2 Kegunaan Praktis

- Bagi Perusahaan

Temuan yang didapat bisa menjadi bahan rujukan dalam menerapkan pengelolaan Instagram di Monera Muslim Fashion

- Bagi Peneliti

Peneliti dapat memperelajari lebih mendalam mengenai optimalisasi pengelolaan media sosial Instagram sesuai teori yang dipelajari mampu menunjang implementasi teori itu ke dalam kehidupan sehari-hari.

- Bagi Pihak Lain

Mengharapkan agar penelitian ini bisa memberi informasi dan pengetahuan tambahan.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang peneliti gunakan, yaitu metode kualitatif dengan perincian seperti penjelasan di bawah.

- BAB I PENDAHULUAN memuat latar belakang, rumusan, identifikasi maupun tujuan masalah, serta manfaat penelitian, sistematika penulisan, lokasi maupun waktu penelitian.
- BAB II TINJAUAN PUSTAKA berisikan ringkasan hasil tinjauan pustaka, rangkuman teori yang relevan, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

- BAB III METODE PENELITIAN memuat pendekatan penelitian, objek maupun subjek penelitian, narasumber kunci, metode dalam mengumpulkan data, teknik menganalisis data, dan teknik keabsahan data.
- BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN memuat objek penelitian, hasil maupun pembahasan hasil penelitian.
- BAB V PENUTUP memuat kesimpulan dan saran.

## 1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dilaksanakan dalam penelitian ini adalah Monera muslim fashion yang berada di Jalan Jl. Wayang No.10, Malabar, Kecamatan Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40262 Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti bekerja sebagai content creator. Berikut peta lokasi lokasi penelitian :



**Gambar 5 Peta Lokasi monera muslim fashion**

Sumber: Google Maps

### 1.7.2 Waktu Penelitian

Penelitian terlaksana selama tiga bulan: Oktober 2023 hingga Desember 2023. Jadwal penelitian sudah terlampir di bawah.

**Tabel 1 Waktu Penelitian**

No	Jenis Kegiatan	November 2023	Desember 2023	Januari 2024	Februari 2024	Maret 2024	April 2024	Mei 2024	Juni 2024
1	Observasi								
2	Penyusunan Usulan Penelitian dan Bimbingan								
3	Mengumpulkan Data								
4	Wawancara								
5	Menyusun Laporan								