

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan internet telah mengubah lanskap pemasaran dalam dunia bisnis. Media sosial, sebagai salah satu *platform* yang paling populer dan berpengaruh, telah menjadi alat yang efektif bagi perusahaan untuk memperluas jangkauan, membangun hubungan dengan konsumen, dan memperkuat *brand equity* mereka. Dalam konteks ini, Instagram telah menjadi salah satu *platform* media sosial yang paling diminati dan digunakan oleh berbagai kalangan, termasuk perusahaan.

Kinara *Baby Care*, sebagai penyedia layanan pijat bayi, menyadari pentingnya memanfaatkan kekuatan media sosial untuk memperkuat kehadiran merek mereka. Dalam lingkungan yang semakin kompetitif di industri perawatan bayi, Kinara *Baby Care* perlu mengadopsi strategi pemasaran yang inovatif dan efektif untuk membedakan diri dari pesaing dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen.

Kinara *Baby Care* telah memahami pentingnya media sosial, terutama Instagram, sebagai alat untuk memperkuat kehadiran merek mereka. Namun, saat ini, dari sudut pandang konten Instagram, Kinara *Baby Care* masih menghadapi beberapa tantangan dan kelemahan yang perlu diatasi. Salah satu kelemahan utama adalah kurangnya konsistensi dalam memposting konten. Mereka seringkali tidak memelihara jadwal posting yang teratur, yang dapat mengakibatkan ketidakpastian bagi pengikut mereka. Selain itu, konten mereka cenderung terlalu berfokus pada promosi produk dan layanan mereka, tanpa memberikan nilai tambah yang cukup kepada *audiens*. Terakhir, kurangnya variasi dalam jenis konten, seperti gambar, video, dan cerita, dapat membuat akun mereka terasa monoton dan kurang menarik.

Oleh karena itu, Kinara *Baby Care* membutuhkan perancangan konten sosial media yang lebih strategis dan terarah. Hal ini akan membantu mereka mengatasi

kelemahan-kelemahan ini dan meningkatkan kualitas konten yang mereka publikasikan di Instagram. Dengan perancangan yang lebih baik, mereka dapat membangun keterlibatan yang lebih kuat dengan konsumen, menyampaikan pesan mereka dengan lebih efektif, dan menjadikan akun Instagram mereka sebagai sumber informasi dan inspirasi yang berharga bagi orangtua dan keluarga yang mencari layanan perawatan bayi yang berkualitas. Dengan mengatasi kelemahan-kelemahan ini, Kinara *Baby Care* dapat meningkatkan daya tarik konten Instagram mereka dan memperkuat *brand equity* mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Brand equity, yang mengacu pada nilai dan asosiasi positif yang dikaitkan dengan suatu merek, menjadi faktor kunci dalam mencapai keunggulan kompetitif. Mempertahankan dan meningkatkan *brand equity* adalah tujuan utama bagi Kinara *Baby Care*. Oleh karena itu, perlu ada perancangan strategi *social media marketing* yang tepat dan efektif untuk meningkatkan *brand equity* mereka melalui konten yang dipublikasikan di Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi *social media marketing* yang khusus untuk konten Instagram @kinarababycare dengan fokus pada layanan pijat bayi. Instagram dipilih sebagai *platform* utama karena keunggulan visualnya dan kemampuannya untuk menjangkau *audiens* yang luas. Dalam penggunaan Instagram sebagai alat pemasaran, konten yang menarik, relevan, dan berkualitas menjadi kunci sukses dalam menarik perhatian dan membangun keterlibatan dengan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan terlihat adanya lingkungan yang semakin kompetitif di industri perawatan bayi. Kinara *Baby Care*, sebagai penyedia layanan pijat bayi menyadari betapa pentingnya memanfaatkan kekuatan media sosial untuk memperkuat kehadiran merek mereka. Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi *platform* yang sangat berpengaruh dalam pemasaran dan komunikasi bisnis saat ini.

Maka dapat dirumuskan masalah yang ada, yaitu: Bagaimana membangun dan merancang *social media marketing* pada konten Instagram @kinarababycare terhadap layanan pijat bayi di Kinara *Baby Care* sebagai *brand equity*.

1.3 Tujuan Skripsi Aplikatif

Membuat perancangan *social media marketing* pada konten instagram @kinarababycare untuk membangun dan memperkuat *brand equity* terhadap layanan pijat bayi di Kinara *Baby Care*.

1.4 Manfaat Skripsi Aplikatif

Dari penelitian ini terdapat manfaat akademis dan praktis yang dapat diperoleh. Berikut adalah beberapa manfaatnya.

1.1.4 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengetahuan dalam bidang *social media marketing*, khususnya dalam konteks layanan pijat bayi. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan sumber informasi bagi peneliti lain yang tertarik dengan topik serupa.

1.2.4 Manfaat Praktis

A. Penyempurnaan Strategi Pemasaran

Melalui penelitian ini, Kinara *Baby Care* dapat memperoleh wawasan yang berharga tentang penggunaan *social media marketing* dalam memperkuat layanan pijat bayi mereka dan membangun *brand equity*. Hasil penelitian dapat memberikan rekomendasi dan saran untuk penyempurnaan strategi pemasaran mereka di Instagram.

B. Peningkatan Brand Awareness

Penelitian ini dapat membantu Kinara *Baby Care* dalam meningkatkan kesadaran merek mereka di kalangan target konsumen. Dengan memahami bagaimana konten Instagram yang efektif dapat menarik perhatian dan mempengaruhi

konsumen, mereka dapat mengoptimalkan upaya pemasaran mereka untuk mencapai tingkat *brand awareness* yang lebih tinggi.

C. Meningkatkan Keberhasilan Pemasaran

Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi *brand equity* dan keberhasilan pemasaran melalui Instagram, Kinara *Baby Care* dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif. Penelitian ini dapat membantu mereka mengidentifikasi peluang, menghindari hambatan, dan meningkatkan kinerja pemasaran mereka untuk mencapai tujuan bisnis yang lebih baik.