

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Instagram belakangan ini menjadi salah satu media sosial paling populer di Indonesia selain facebook dan twitter [1] karena hampir setiap orang menemukan tren terbaru, bisnis yang populer, tempat-tempat hits, maupun teman-teman lama dari Instagram. Instagram pun kerap menjadi candu bagi semua kalangan, baik itu kalangan orangtua, maupun kalangan remaja. Saat ini, pebisnis, dan *content creator* pada umumnya menyadari pentingnya peranan media sosial khususnya Instagram dalam mencari target pasar sesuai dengan produk atau konten mereka. Mereka mencari cara agar akun instagram mereka semakin ramai dan banyak dikunjungi, namun kendalanya adalah mereka yang pemula kesulitan untuk menarik *engagement* kesulitan mencari *customer* atau *followers* sesuai dengan target pasar mereka bahkan dengan iklan berbayar pun masih belum puas dengan hasil yang mereka dapatkan.

Berdasarkan hasil kuesioner untuk mendapatkan data pendukung yang dibutuhkan. Kuesioner disebar kepada 30 orang responden yang terdiri dari pemilik bisnis, *content creator*, dan yang baru membuka bisnis. Kuesioner disebar secara *online* melalui. Berdasarkan hasil kuesioner *online* diketahui bahwa 51,7% responden pernah membayar untuk mempromosikan produk mereka di instagram, sedangkan 48,3% belum pernah mempromosikan produk mereka. Dari hasil mempromosikan produk atau konten mereka di Instagram, 76,7% responden menjawab tidak efektif karena tidak sesuai dengan biaya promosi untuk mendapatkan target *customer* yang mereka inginkan 69,2% responden mengatakan tidak punya cukup waktu untuk mempromosikan akun instagram mereka. Kesimpulan dari hasil kuesioner, 93,3% responden menjawab membutuhkan *tools* untuk mempromosikan akun instagram untuk menggaet *customer* sesuai dengan produk atau konten yang mereka buat. Dilihat dari hasil kuesioner, pemilik *online*

*shop*/pebisnis, dan *content creator* masih kesulitan dalam mencari *customer* yang sesuai dengan produk atau konten yang mereka pasarkan, mereka membutuhkan sebuah *tools* untuk memudahkan mereka mencari target pasar dan meningkatkan jumlah pengunjung untuk akun instagram mereka.

Upaya meningkatkan pengunjung dan menambah *followers* seperti paid promote, instagram ads, dan endorse artis masih kurang efisien dan terbilang mahal. Belum lagi menunggu waktu antrian untuk produknya di iklankan dan kurang tepatnya target pasar yang dituju, belum lagi kurang pahamnya pemilik akun instagram dalam mengiklankan produknya tersebut. Berdasarkan masalah tersebut, maka dibuatlah penelitian dengan judul “**PEMBANGUNAN *TOOLS CUSTOMER ENGAGEMENT* PADA *SOCIAL MEDIA INSTAGRAM* UNTUK AKUN BISNIS**” dengan memanfaatkan instagram Application Programming Interface (API).

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka terdapat beberapa masalah yang muncul dan dapat diidentifikasi yaitu :

1. Pemilik akun bisnis instagram kesulitan meningkatkan pengunjung dan menambah *followers* mereka.
2. Pemilik akun bisnis instagram masih kesulitan mencari target pasar yang sesuai dengan produk mereka.
3. Pemilik akun bisnis tidak punya cukup waktu untuk mengurus kegiatan promosi mereka di instagram.

### 1.3 Maksud Dan Tujuan

Maksud dan tujuan dari penelitian:

#### 1.3.1 Maksud

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maksud dari penelitian ini adalah untuk membangun *Tools Customer Engagement* untuk akun bisnis instagram.

#### 1.3.2 Tujuan

Sedangkan tujuan dalam melakukan penelitian ini adalah :

1. Dapat memudahkan pengguna pengguna untuk menambah jumlah pengunjung dan menambah *follower* akun instagramnya sesuai dengan target pasar yang diinginkan.
2. Dapat memudahkan pengguna mendapatkan target pasar di instagram sesuai kebutuhan mereka.
3. Dapat membantu pengguna meminimalisir waktu mereka untuk kegiatan mempromosikan akun instagram mereka, sehingga pengguna bisa menghemat waktu.

### 1.4 Batasan Masalah

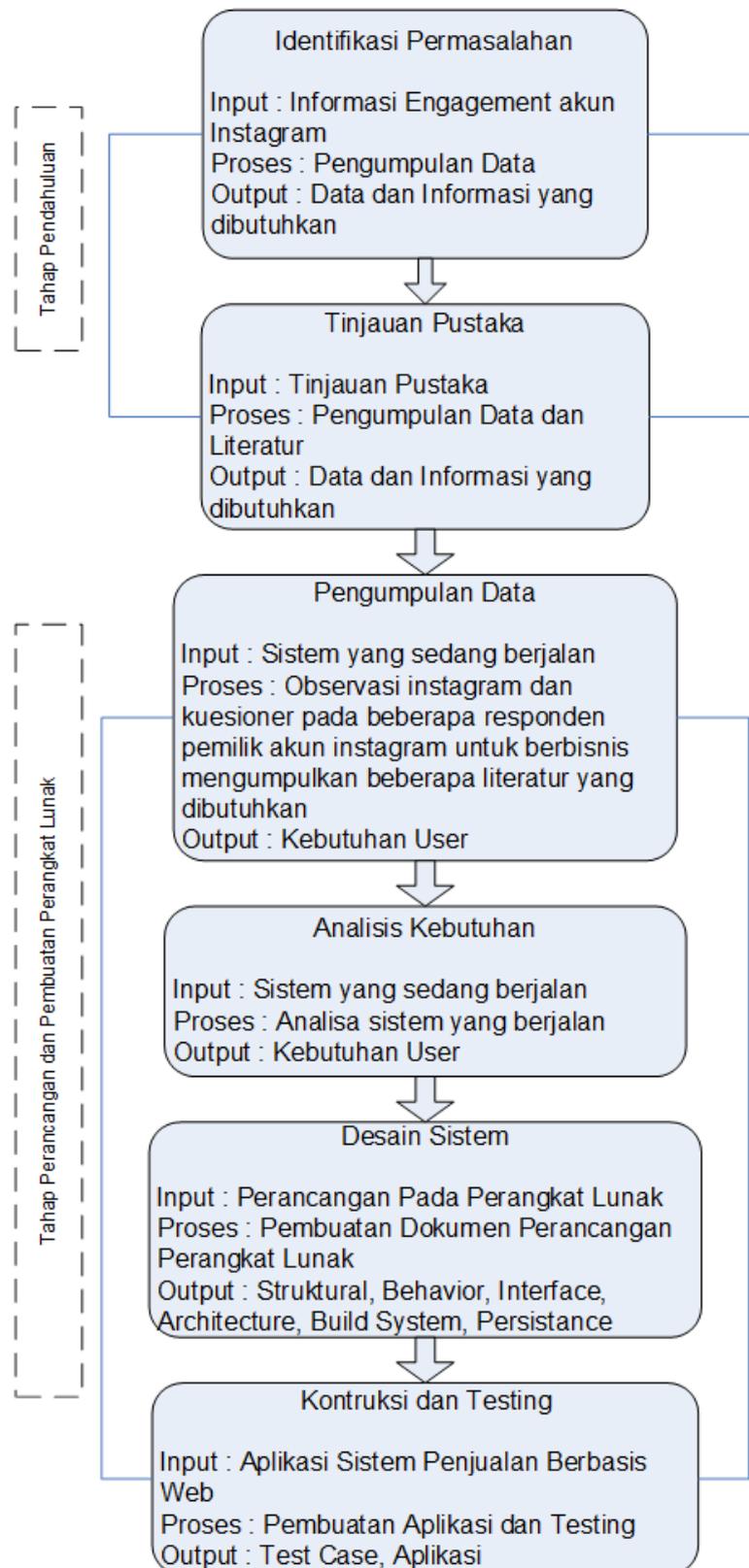
Dari masalah yang dikemukakan diatas, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Aplikasi berbasis *web*
2. Aplikasi ini untuk pengguna instagram yang ingin mempromosikan produk, jasa, atau konten mereka di instagram.
3. Sistem dibangun dengan memanfaatkan instagram *Application Programming Interface (API)*.
4. Aplikasi ini bersifat publik
5. Menggunakan metode *Object Oriented Programming (OOP)* dengan *tool Unified Modelling Language (UML)*
6. Aplikasi harus tersambung dengan *internet*

7. Aplikasi hanya untuk sampai tahap meningkatkan *engagement* dan interaksi akun instagram

### **1.5 Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian berisi langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini agar terstruktur dengan baik. Dengan sistematika ini proses penelitian dapat dipahami dan diikuti oleh pihak lain. Penelitian yang dilakukan untuk merancang sistem diperoleh dari pengamatan data-data yang ada. Adapun langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dari penelitian ini adalah seperti dibawah ini:



**Gambar 1.1** Diagram alir metode penelitian

## 1. Identifikasi masalah

Tahap awal dalam penelitian ini adalah merumuskan masalah yang akan dijadikan sebagai objek penelitian. Perumusan masalah dilakukan dengan terlebih dahulu melihat kondisi aktual yang terjadi.

Setelah masalah dirumuskan langkah selanjutnya adalah menentukan tujuan dari penelitian. Tujuan penelitian ini merupakan sasaran yang nantinya ingin diwujudkan dari penyelesaian permasalahan yang diteliti.

## 2. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dilakukan guna mencari literatur pendukung penelitian ini. Pada tahap ini dijelaskan dengan mengunjungi dan mempelajari jurnal, buku, *website* atau situs-situs yang berhubungan dengan *customer engagement* akun instagram, teori-teori, untuk pengumpulan data dan *tools* yang digunakan oleh penulis. Serta dijelaskan mengenai metode yang digunakan.

## 3. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara, observasi, dan studi literatur.

- 1) Kuesioner dilakukan terhadap responden yang mempunyai akun instagram yang digunakan untuk bisnis dengan cara menjawab pertanyaan tertulis dengan mengisi kuesioner *online*.
- 2) Observasi dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam perancangan, pengembangan sistem serta proses bisnis yang terjadi pada instagram
- 3) Studi literatur digunakan untuk mengumpulkan data dari penelitian terdahulu, pembelajaran dari berbagai macam literatur dan dokumen seperti buku, jurnal dan teori-teori yang mendukung penelitian, *tools* yang akan digunakan dan data penunjang lainnya yang berkaitan dengan meningkatkan *customer engagement* pada akun instagram.

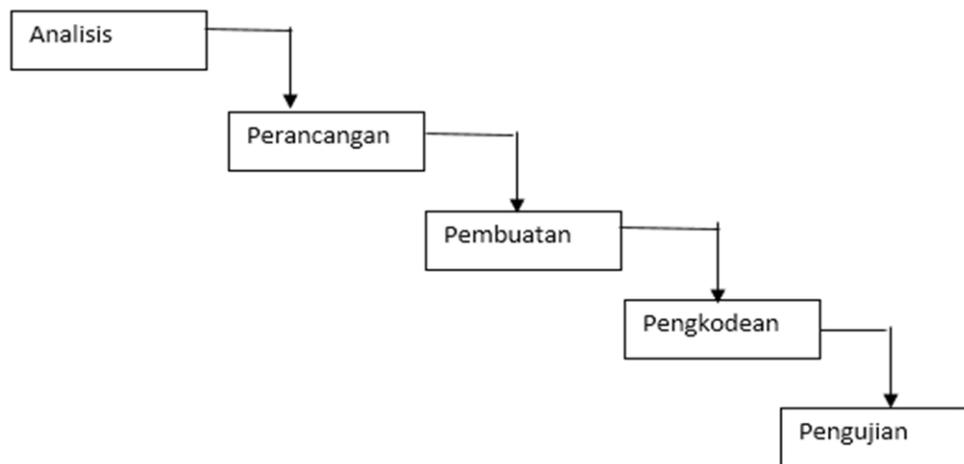
### 3. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan aplikasi dilakukan untuk mengetahui kebutuhan pengguna terhadap aplikasi yang dikembangkan. Hal ini perlu dilakukan agar aplikasi yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dibagian ini juga dijelaskan siapa saja yang akan menggunakan aplikasi ini, dan informasi apa saja yang digunakan oleh mereka.

1. Analisis Masalah
2. Analisis instagram *engagement*
  - a. *Engagement Rate* Instagram
  - b. Mapping fitur instagram terhadap *engagement rate*
  - c. Teknik meningkatkan *engagement* instagram
3. Analisis API instagram
4. Analisis Arsitektur sistem
5. Analisis kebutuhan non-fungsional
6. Analisis kebutuhan fungsional
7. Analisis sistem yang akan dibangun
  - a. Penerapan optimasi fitur terhadap optimasi *engagement* akun instagram
8. Analisis perancangan antarmuka

### 4. Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu menggunakan model SDLC (*System Development Life Cycle*) pengembangan atau rekayasa sistem informasi (*software engineering*).



**Gambar 1.2 kerangka kerja pengembangan sistem informasi**

**a. Analisis**

Pada tahap ini kita berusaha mengenal setiap permasalahan yang muncul pada pengguna dengan mendekomposisi dan merealisasi *use case diagram* lebih lanjut, mengenai komponen-komponen sistem atau perangkat lunak, objek-objek, hubungan antarobjek dan sebagainya.

**b. Perancangan**

Pada tahap perancangan dimana penulis mencoba mencari solusi dari permasalahan yang didapat dari tahap analisis.

**c. Pembuatan**

Pada tahap pembuatan (*construction*) ini merupakan proses pembuatan sistem sesuai dengan kebutuhan yang telah dianalisis sebelumnya.

**d. Pengkodean**

Untuk dapat dimengerti oleh mesin, dalam hal ini adalah komputer, maka desain tadi harus diubah bentuknya menjadi bentuk yang dapat dimengerti oleh mesin, yaitu ke dalam bahasa pemrograman melalui proses *coding*.

**e. Pengujian**

Sesuatu yang dibuat diujicobakan. Demikian juga dengan software. Semua fungsi-fungsi software harus diujicobakan, agar software bebas dari error, dan hasilnya harus benar-benar sesuai dengan kebutuhan yang sudah didefinisikan sebelumnya.

## 5. Desain Sistem

Pada tahap ini penulis membuat perancangan sistem yang akan di usulkan. Perancangan tersebut meliputi, merancang tampilan *user*, merancang basis data untuk sistem tersebut agar manajemen *file* yang ada lebih teratur, kemudian yang terakhir adalah merancang coding program dari suatu informasi.

Beberapa *tools* analisis dan perancangan yang akan dijelaskan merupakan komponen metode pengembangan sistem yang berurutan. Diantaranya adalah sebagai berikut :

### a. *Use case diagram*

*Use case diagram* menggambarkan apa yang dilakukan oleh sistem dan tidak menggambarkan bagaimana sistem melakukannya. Komponen *use case diagram* terdiri dari : *Actor*, *use case* dan *relation*. Aktor adalah pemain, sedangkan *use case* adalah apa yang dimainkan atau dilakukannya dengan *relation* sebagai penunjuknya.

### b. *Activity diagram*

Memodelkan alur kerja (*workflow*) sebuah dan urutan aktivitas dalam suatu proses

### c. *Sequence diagram*

Menjelaskan interaksi objek yang disusun dalam suatu urutan waktu. *Diagram sequence* memperlihatkan tahap demi tahap apa yang seharusnya terjadi untuk menghasilkan sesuatu didalam kasus penggunaan (*use case*).

## 6. Implementasi Sistem dan Testing

Implementasi dan testing adalah proses untuk memastikan bahwa aplikasi yang dikembangkan bebas dari kesalahan, dilakukan testing (uji coba) pada aplikasi tersebut. Pada tahap ini juga akan dilakukan evaluasi terhadap hasil penelitian yang dilakukan. Evaluasi dilakukan mencakup evaluasi hasil dan manfaat cara dengan membandingkan hasil yang didapatkan dengan kebutuhan pengguna.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan disusun untuk *memberikan* gambaran mengenai tahapan penulis laporan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Membahas berbagai konsep dasar dan teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian yang dilakukan dan hal-hal yang berguna dalam proses analisis permasalahan serta tinjauan terhadap penelitian-penelitian serupa yang telah pernah dilakukan sebelumnya.

### **BAB 3 ANALISA PERANCANGAN**

Bab ini berisi analisis dalam pengembangan sistem yaitu gambaran umum sistem, analisis basis data, analisis kebutuhan fungsional dan analisis kebutuhan non fungsional. Pada perancangan berisi mengenai perancangan data, perancangan menu, perancangan antarmuka dan jaringan semantik.

### **BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN**

Bab ini berisi hasil implementasi dari analisis dan perancangan sistem yang telah dibuat disertai dengan hasil pengujian sistem yang dilakukan secara *public*.

### **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi mengenai hal-hal penting yang telah dibahas dan kesimpulan yang diperoleh dari hasil implementasi dan pengujian lalu kemudian dibuat kesimpulan. Bab ini juga berisi saran-saran yang diberikan untuk pengembang selanjutnya.

