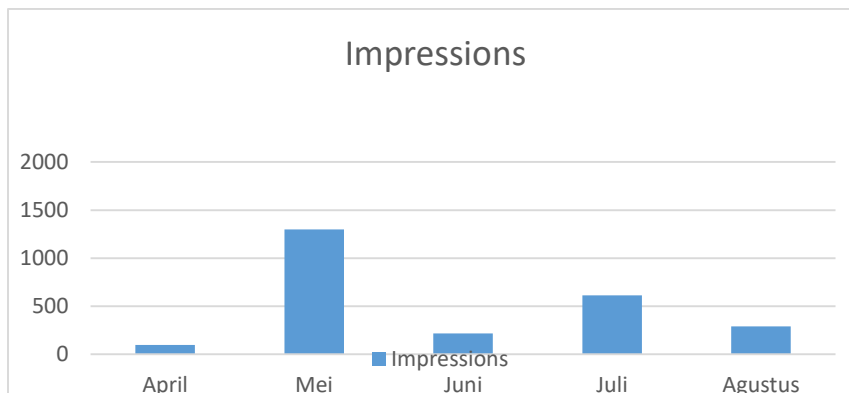


# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Ruang Progress adalah *Startup* yang bergerak dibidang pengembangan diri berbasis *softskill* seperti *public speaking*, *entrepreneurship*, *self healing* dan *productivity*. Dalam menjalankan pemasarannya Ruang Progress menggunakan media sosial Instagram sebagai media pemasaran berbasis digital. Dalam menjalankan pemasarannya, akun instagram Ruang Progress memberikan konten- konten edukasi mengenai urgensi produktif, berbagi tips dan pembahasan konten viral yang memiliki korelasi dengan produktifitas. Selama proses pemasarannya Ruang Progress mengalami masalah terkait *customer engagement* seperti minimnya *reach* dan *engagement* seperti *like*, *comment* dan *share*. *Customer engagement* sendiri menurut Hans Willems (2011) adalah sebuah proses untuk melibatkan pelanggan dengan berinteraksi dengan mereka di dalam sebuah dialog dan pengalaman untuk mendukung pelanggan secara optimal yang mempengaruhi keputusan mereka dalam melakukan pembelian. Setiap pelanggan yang terlibat dalam kegiatan *marketing* perusahaan akan menjadi keuntungan bagi perusahaan yang disebut *customer engagement value*. Jika dilihat pada akun Instagram Ruang Progress, dari sisi *engagement* mengalami penurunan di beberapa bulan terakhir, seperti yang dijelaskan pada gambar di bawah ini:



**Gambar 1. 1 Impresi Instagram Ruang Progress.**  
Sumber gambar: Instagram Ruang Progress Tahun 2022.

Problem yang sering dialami Ruang Progress membuatnya kesulitan untuk menambah *followersnya*, karena minimnya jangkauan konten dan sedikit respon dari *followers* membuat akun tersebut mengalami stagnansi. Untuk menjangkau *customer engagement* yang baik dibutuhkan *content marketing* yang efektif. Menurut Aisyah Fitrih (2020), *content marketing* mempengaruhi variabel *customer engagement*. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang diteliti yaitu variabel *viral marketing* dan *event marketing*. *Content marketing* memiliki pengaruh yang besar terhadap *customer engagement* secara signifikan, Menurut Darmawan (2015) *content marketing* merupakan sebuah strategi yang disusun untuk menarik *audiens* baru dengan tujuan mengenal bisnis yang telah dijalankan. Setelah *audiens* mengenali bisnis yang dijalankan oleh perusahaan, maka tujuan selanjutnya adalah untuk mendorong atau menarik *audiens* menjadi pelanggan. Tujuan lainnya adalah supaya pelanggan yang telah menjadi pembeli bisa tetap setia pada produk atau jasa yang perusahaan tawarkan.



**Gambar 1.2 Konten Instagram Ruang Progress**

Sumber gambar: Instagram Ruang Progress Tahun 2021-2022.

Faiz Ahmad Shiddiq, 2022

**PENGARUH CONTENT MARKETING INSTAGRAM TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT STARTUP RUANG PROGRESS**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan pemaparan di atas *customer engagement* Ruang Progress mengalami inkonsistensi selama beberapa bulan, adanya inkonsistensi *engagement* disebabkan oleh kurangnya pemanfaatan sebuah *content* khususnya *content* Instagram. Dari fenomena yang terjadi dalam dunia bisnis berbasis digital saat ini serta pemaparan data *insight* Instagram diatas, maka perlu diketahui penelitian “Pengaruh *Content Marketing Instagram* Terhadap *Customer Engagement Startup* Ruang Progress untuk mencari tahu apakah ada pengaruh antara *content marketing* dan *customer engagement* yang di ketahui dari *Engagement* Instagram.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian di atas maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran terkait *content marketing instagram* dan *customer engagement* di akun Instagram Ruang Progress.
2. Bagaimana pengaruh antara *content marketing* dan *customer engagement* di akun Instagram Ruang Progress.

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap *content marketing* dan *customer engagement* di akun Instagram Ruang Progress.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap *customer engagement* di akun Instagram Ruang Progress.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta bisa memberikan masukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan *content marketing* dan *customer engagement* agar bisa menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Dapat menjadi bahan rujukan atau referensi bagi para akademisi, pelaku usaha/bisnis, instansi pemerintah terkait dan juga startup Ruang Progress dalam melakukan strategi *content marketing* melalui media sosial Instagram

Faiz Ahmad Shiddiq, 2022

**PENGARUH CONTENT MARKETING INSTAGRAM TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT STARTUP RUANG PROGRESS**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- b. sehingga memiliki bekal pengetahuan yang cukup dalam perencanaan dan praktiknya.
- c. Memberikan pengetahuan kepada para akademisi, instansi terkait, pelaku UMKM, Startup Ruang Progress mengenai pentingnya *content marketing* dalam sebuah usaha/bisnis.

