

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Teknologi telah mengalami kemajuan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dan salah satu contohnya adalah internet yang telah mengubah gaya hidup manusia. Penggunaan platform online, termasuk media sosial, telah menggantikan metode promosi tradisional. Saat ini, media sosial dapat disebut sebagai dunia virtual yang menyerupai lingkungan berbasis komputer, dihuni oleh avatar tiga dimensi.

Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial yang digunakan oleh hampir semua perusahaan media, baik yang bergerak dalam media cetak, elektronik, maupun online, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi atau berita. Mereka memanfaatkan Instagram sebagai alat pendukung dan memperluas jangkauan informasi.

Kepopuleran Instagram karena fokusnya pada aspek visual yang menarik dan kemudahan aksesnya telah membuat banyak perusahaan media memilih platform ini untuk menyebarkan informasi.

Dengan kemajuan zaman yang semakin pesat, pasar bisnis di Indonesia saat ini mendapatkan keuntungan dan bantuan yang signifikan dari keberadaan Instagram. Sebagai cerminan dari perkembangan teknologi yang terus berkembang, Instagram merupakan sebuah aplikasi yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi foto dan video. Kemudahan penggunaan aplikasi ini menjadikannya diminati oleh berbagai kalangan, baik untuk keperluan berbagi informasi sehari-hari maupun untuk kepentingan bisnis. Selain itu, dalam konteks pemasaran, komunikasi juga berperan dalam membangun ekuitas merek dengan cara menanamkan merek tersebut dalam ingatan konsumen. Pentingnya komunikasi pemasaran telah mengalami perubahan dari penggunaan media konvensional menuju media baru, di mana media sosial menjadi salah satu platform yang vital dalam proses komunikasi pemasaran saat ini.

Malaka Coffee, sebuah usaha kecil menengah yang berlokasi di Kelapa Dua Wetan, Jakarta Timur, berfokus pada penyediaan minuman kopi dan non- kopi serta makanan ringan. Salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh Malaka Coffee adalah melalui akun media sosial Instagram dengan nama @Malakakopi_. Dengan menggunakan platform ini, Malaka Coffee memanfaatkan Instagram sebagai sarana untuk mempromosikan produk- produknya dan memberikan informasi kepada pelanggan potensial.

Dengan pertumbuhan pengguna Instagram yang terus meningkat dengan cepat, aliran informasi juga semakin lancar dan cepat. Fenomena ini mendorong masyarakat untuk lebih memilih berkomunikasi melalui platform Instagram karena memberikan kemudahan untuk berinteraksi tanpa terbatas oleh waktu, lokasi, atau jarak. Kemudahan ini menjadi daya tarik bagi jutaan orang di seluruh dunia untuk berpartisipasi dalam interaksi web, yang pada gilirannya memunculkan berbagai situs media sosial. Instagram, sebagai salah satu aplikasi yang populer untuk berbagi foto dan video (Kurnianto, 2020, p. 4), kini berkembang menjadi salah satu media pilihan bagi para pengusaha untuk berkomunikasi bisnis mereka melalui kegiatan promosi di platform tersebut. Hal ini tercermin dari penggunaan Instagram sebagai alat pemasaran yang semakin banyak digunakan oleh perusahaan di berbagai belahan dunia.

Usaha mikro, kecil dan menengah atau bisa disingkat sebagai UMKM merupakan usaha yang dimiliki oleh perorang maupun badan usaha, yang mana pelaku usaha mengeluarkan produk dengan macam macam jenis (Ravi, 2023, p.7). Saat ini, Usaha coffee sudah menjadi katagori usaha yang banyak diminati para pelaku usaha saat ini, terutama dalam mengikuti perkembangan zaman usaha coffee shop dianggap menjanjikan dikarenakan tingkat peminat coffee dimasa kini sudah mulai cukup tinggi khususnya dikalangan muda maupun tua.

Dalam era digital yang semakin berkembang seperti saat ini, penggunaan media sosial sebagai sarana utama. Salah satu platform yang sangat populer di Indonesia adalah Instagram, sebuah aplikasi yang fokus pada berbagi foto dan video dengan durasi singkat. Instagram bukan hanya sebagai tempat untuk berbagi momen-momen, tetapi

juga dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan penjualan bagi para pelaku usaha. Semakin banyak usaha yang memanfaatkan kekuatan media sosial untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan penjualan produk mereka. Data yang diterbitkan oleh We Are Social menunjukkan tren yang menunjukkan peningkatan penggunaan media sosial dari waktu ke waktu, mendorong lebih banyak pelaku usaha untuk memanfaatkannya sebagai bagian integral dari strategi promosi mereka.

Malaka Coffee, sebuah usaha yang terletak di Kelapa Dua Wetan, Jakarta Timur, merupakan salah satu contoh yang aktif memanfaatkan media sosial Instagram. Berbeda dari kafe pada umumnya, Malaka Coffee bukan hanya sekadar kedai kopi, melainkan juga menjadi destinasi yang menyajikan atmosfer yang menarik untuk nongkrong dan bersantai, sambil berbincang. Dengan desain yang menawan dan suasana yang nyaman, Malaka Coffee memberikan pengalaman yang lebih dari sekadar tempat minum kopi. Selain itu, kedai ini juga menyajikan beragam menu snack, khususnya dalam kategori coffee & non-coffee.

Salah satu dari kafe ini adalah memiliki akun Instagram sebagai upaya untuk memasarkan dan mempromosikan produknya. Berbagai strategi yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk melalui platform ini antara lain melalui pembuatan iklan, posting rutin pada Feed Instagram dengan konten yang menarik bagi masyarakat luas, dan menjadikan profil usaha sekomprehensif dan semenarik mungkin. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam yang lebih lanjut tentang Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi di Malaka Coffee.

Bisnis coffee shop merupakan salah satu bentuk usaha yang terbukti mampu memberikan potensi keuntungan yang sangat menjanjikan. Kesuksesan dalam bisnis ini dapat tercapai apabila dijalankan dengan konsistensi dan keahlian yang memadai. Fenomena ini tergambar dengan semakin berkembangnya jumlah coffee shop di Indonesia. Meskipun sebagian besar coffee shop terlihat sederhana, namun bisnis kopi ini memiliki potensi untuk menghasilkan pendapatan yang signifikan bagi para pelaku usahanya (Kurnianto, 2020, p. 4).

Kopi yang tersedia di sebagian besar tempat biasanya menawarkan beragam varian rasa, termasuk yang memiliki ciri asam, pahit, buah, floral, dan manis. Ragam rasa ini dipengaruhi oleh sejumlah faktor, seperti jenis biji kopi yang digunakan,

lokasi tempat tumbuhnya kopi, serta metode penyajian yang digunakan. Proses penyajian kopi umumnya melibatkan penggunaan mesin kopi espresso dan grinder kopi espresso untuk menghasilkan bubuk kopi yang halus, yang nantinya akan membentuk dasar untuk nikmatnya cita rasa kopi.

Malaka Coffee merupakan sebuah Coffee Shop yang berdiri sejak tanggal 18 Agustus 2021. Pendirinya adalah Heru Triatma, yang menginspirasi berdirinya Malaka Coffee karena kecintaannya terhadap kopi. Menurut profil bisnisnya, Malaka Coffee menawarkan berbagai macam menu minuman, termasuk kategori coffee, non-coffee, dan mocktail. Beberapa produk minuman yang menjadi andalan atau menu best seller dari Malaka Coffee antara lain Malaka Latte, Baileys Latte, Berry Sweet, Milky Manggo, dan Malakado. Selain minuman, Malaka Coffee juga menyediakan berbagai macam snack seperti dimsum, kentang goreng, dan roti bakar.

Malaka Coffee pun ikut bersaing dengan kedai-kedai kopi lainnya terutama kedai kopi lokal yang semakin marak di setiap daerah. Karena lokasi coffee shop yang saling berdekatan tentu saja banyak coffee shop yang serupa dengan Malaka Coffee yaitu dengan produk coffee/non coffee seperti yang ada di Malaka Coffee dan memiliki menu makan yaitu kentang goreng, snack platter, & roti bakar, dimsum yang cocok dipadukan dengan minuman apapun.



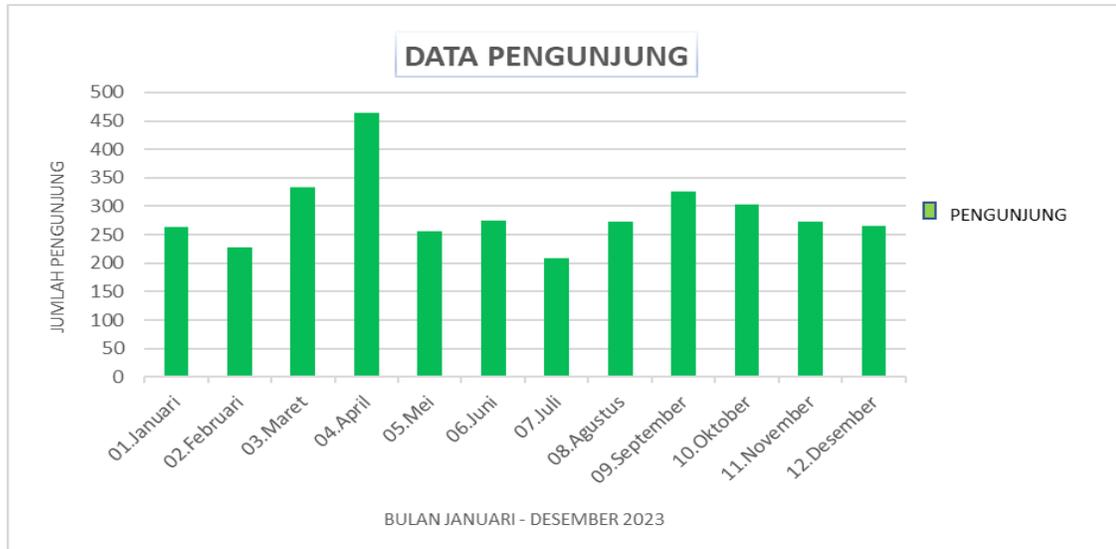
Gambar 1.1 Data penjualan produk signature di malaka kopi
Sumber: Malaka Kopi

Meskipun demikian, Malaka Coffee tidak gentar untuk menghadapi persaingan dengan kedai-kedai kopi lainnya. Pendekatan yang diambil oleh Malaka Coffee dalam bersaing adalah dengan memberikan layanan personal selling yang berkualitas dan mengusung ide-ide kreatif yang inovatif. Media promosi menjadi salah satu alat yang digunakan oleh Malaka Coffee untuk meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) dan menarik perhatian pelanggan baru dengan mempromosikan atau memperkenalkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Secara umum, tujuan dari penggunaan media promosi ini adalah untuk menciptakan minat yang lebih besar terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh Malaka Coffee.

Pemanfaatan Instagram telah memungkinkan Malaka Coffee untuk menciptakan konten visual yang menarik dan berkualitas, berinteraksi langsung dengan pelanggan, serta membangun komunitas online yang aktif. Dalam prosesnya, pemanfaatan Instagram telah meningkatkan kesadaran produk, mendukung pertumbuhan penjualan, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Media promosi merupakan metode yang paling disarankan bagi para pelaku bisnis yang ingin mengembangkan usahanya. Meningkatkan Value Produk, Memberikan Informasi yang Dibutuhkan Customer, Mendapatkan Banyak Calon Customer, Mengingat Customer akan Produk Anda.

Melalui platform media sosial Instagram, Malaka Coffee menggunakan media promosi untuk memberikan informasi terkait lokasi kedai, daftar menu yang tersedia, serta acara-acara yang diselenggarakan di Malaka Coffee, sembari menekankan bahwa Malaka Coffee menawarkan lingkungan yang sangat nyaman bagi pelanggan. Dengan memanfaatkan media sosial ini, Malaka Coffee berupaya menjangkau dan menarik perhatian pelanggan yang lebih luas, sambil mempromosikan beragam produk kopi baik dari merek lokal maupun internasional. Para barista juga turut berperan aktif dengan menggunakan keterampilan personal selling mereka untuk berkomunikasi dengan pelanggan, memperkenalkan produk, dan meyakinkan konsumen untuk membelinya.



Gambar 1.2 Data pengunjung di malaka kopi

Sumber: Malaka Kopi

Malaka kopi pun ikut bersaing dengan kedai kedai kopi lainnya terutama kedai kopi local yang semakin marak disetiap daerah. Karena lokasi kedai kopi yang saling berdekatan tentu saja banyak kedai kopi yang serupa dengan malaka kopi yaitu dengan produk kopi signature seperti yang ada di malaka kopi dan menu cemilan yang beberapa sama, biasanya menu makanan yang ada di setiap kedai kopi adalah kentang goreng yang cocok dipadukan dengan minuman apapun.

Permasalahan dari pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi produk signature dalam meningkatkan pelanggan terkait dengan persaingan yang semakin ketat di pasar. Dalam era digital saat ini, banyak perusahaan berlomba-lomba untuk menarik perhatian konsumen dan memperluas pangsa pasar mereka. Hal ini menyebabkan merek-merek, termasuk produk signature, perlu mencari cara yang efektif untuk membedakan diri mereka dari pesaing dan menjangkau konsumen potensial.

Di sisi lain, konsumen juga semakin terbiasa menggunakan media sosial sebagai sumber informasi dan inspirasi, termasuk dalam mencari produk atau merek yang menarik perhatian mereka. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, menjadi semakin penting bagi merek untuk mempromosikan produk signature mereka dan menarik pelanggan baru. Namun, tantangan muncul dalam menyusun strategi promosi yang efektif dan mengukur dampaknya terhadap peningkatan

jumlah pelanggan. Dengan memahami latar belakang permasalahan ini, merek dapat mengembangkan strategi promosi yang lebih tepat dan berhasil dalam meningkatkan pelanggan melalui media sosial Instagram.

Namun hal itu tidak membuat malaka kopi takut untuk bersaing dengan kedai kopi lainnya. Cara malaka kopi untuk bersaing dengan coffeeshop lain yaitu memberikan layanan personal selling yang baik dan ide kreatif. Berikut daftar beberapa kedai kopi di daerah kelapa dua wetan – Jakarta timur dan sekitarnya, berikut table daftar kedai kopi persaingan dengan produk utama kopi dengan makanan yang juga tersedia:

Tabel 1.1 Daftar Kedai Kopi Di daerah Kelapa Dua Wetan – Jakarta Timur

Sumber: Observasi Penulis

No	Nama kedai kopi	Alamat
1	Halaman Pertama	Jl. Raya Pkp No.2, RT.1/RW.12, Klp. Dua Wetan, Kec. Ciracas, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13730
2	SEATAP Coffee & Space	Arundina, Jl. Lap. Tembak No.A10, RT.1/RW.11, Cibubur, Kec. Ciracas, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13720
3	Kopi Maga	Jl. Melati No.20 2, RT.2/RW.9, Klp. Dua Wetan, Kec. Ciracas, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13730

Proses membangun bisnis yang sukses tidaklah sesederhana membalikkan telapak tangan. Perlu diakui bahwa perekonomian Indonesia sangat bergantung pada sektor usaha kecil dan menengah (UKM). Dalam konteks mempromosikan produk, pelaku usaha sering dihadapkan pada berbagai tantangan yang kompleks. Salah satu kendala

utama adalah kurangnya strategi promosi yang efektif untuk memasarkan produk mereka. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika banyak pelaku usaha mengalami kesulitan dalam menarik minat calon konsumen.

Tujuan utama dari kegiatan media promosi yang dilakukan adalah untuk mengedukasi dan memperkenalkan kepada masyarakat tentang keberagaman kopi nusantara asli Indonesia yang dihasilkan oleh para petani kecil. Hal ini bertujuan agar kopi lokal dapat bersaing dengan kopi dari luar negeri di pasar global. Malaka Coffee menggunakan berbagai strategi promosi sebagai alat untuk menyebarkan informasi ini kepada konsumen, dengan harapan dapat meningkatkan penjualan dan mendorong konsumen untuk memilih produk- produk kopi lokal .

Para pelaku bisnis membutuhkan strategi promosi yang efektif untuk memperluas pangsa pasar mereka. Salah satu alat pemasaran yang paling penting saat ini adalah media sosial, yang terintegrasi dalam mempromosikan produknya. terdapat bauran promosi yang meliputi berbagai elemen, salah satunya adalah promosi. Tujuan utama dari promosi adalah untuk meningkatkan kesadaran produk di kalangan masyarakat. Dengan meningkatnya kesadaran terhadap produk, diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, pesan promosi harus disusun sedemikian rupa sehingga dapat memikat dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

- Promosi apa yang dilakukan oleh Malaka kopi terhadap produk signature dalam akun media sosial Instagram?
- Faktor-faktor apa yang membuat akun instagram Malaka kopi aktif sebagai media promosi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah:

- Mengetahui promosi apa yang dilakukan oleh Malaka kopi dalam akun media sosial instagram.

- Mengetahui faktor-faktor apa yang membuat akun instagram malaka aktif sebagai media promosi.

1.4 Kegunaan Penelitian

1) Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan tambahan keilmuan bagi penelitian selanjutnya, yang diharapkan dapat menambah kajian dalam bidang ilmu komunikasi sehingga dapat menjadi rujukan bila mana akan dilakukan sebuah penelitian yang lebih spesifik.

2) Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak malaka kopi, terutama yang berkaitan dengan penelitian dan jurusan ilmu komunikasi konsentrasi public relations.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada penelitian ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan yangmana ingin mengetahui bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Instagram Malaka Coffee Sebagai Media Promosi Produk Kopi Signature Dalam Meningkatkan Pelanggan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Dalam Kajian teoritis berisi tentang penelitian terdahulu yang relevan yang berkaitan dengan penelitian mengenai Pemanfaatan Media Sosial Instagram Malaka Coffee Sebagai Media Promosi Produk Kopi Signature Dalam Meningkatkan Pelanggan,

Menggunakan strategi bauran promosi 4p, media sosial Instagram.. Serta berisikan kerangka pemikiran yang menjabarkan pola penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam metodologi penelitian, berisi mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini yang dijelaskan meliputi pendekatan kualitatif, jenis penelitian menggunakan deskriptif, pengambilan data dengan menggunakan wawancara terstruktur dan observasi, lalu narasumber dari penelitian dari Malaka Coffee Teknik pengolahan dan analisis data yang akan dilakukan hingga data akhirnya dapat disampaikan dalam bentuk laporan, serta lokasi dan jadwal penelitian nantinya yang akan dilakukan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis membahas hasil penelitiannya yang dilakukan dengan mewawancarai informan dengan terjun langsung ke lapangan. Hasil ini didasarkan pada data yang telah dikumpulkan selama wawancara dan pembahasan data tersebut.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

ada bab ini merupakan bab terakhir dimana penulis membuat kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dibuat. Penulis memasukan kesimpulan dari analisis mengenai Pemanfaatan Media Sosial Instagram Malaka Coffee Sebagai Media Promosi Produk Kopi Signature Dalam Meningkatkan Pelanggan, Sementara pada saran penulis memasukan saran akademis dan saran praktis agar hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat