

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan sektor teknologi informasi yang eksponensial memberikan keuntungan yang signifikan bagi kemajuan peradaban manusia. Para pebisnis yang berpromosi di Instagram telah diuntungkan oleh kemajuan teknologi yang pesat. Instagram mudah digunakan untuk mengunggah foto dan video. Aplikasi ini diperkirakan akan semakin populer di berbagai kalangan masyarakat, baik untuk keperluan pribadi, mendokumentasikan kegiatan sehari-hari, maupun untuk keperluan *profesional*.

Kemajuan teknologi berdampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis dan perdagangan. Dampak ini memungkinkan perdagangan melampaui tempat dan waktu, meningkatkan persaingan bagi semua pihak, terutama produsen.

Untuk memenangkan kepercayaan dan dukungan konsumen, perusahaan harus memilih teknik pemasaran produk dengan cermat. Dengan merumuskan strategi pemasaran yang efektif dan menilai kondisi pasar secara akurat, perusahaan dapat berhasil bersaing dan muncul sebagai pemimpin pasar. Salah satu kunci untuk mencapainya adalah melalui promosi

Rencana pemasaran sangat penting bagi setiap perusahaan. Barang dan jasa yang dipasarkan harus bersaing secara efektif dengan yang lain. Saat memperkenalkan suatu produk kepada konsumen, rencana komunikasi pemasaran sangat penting karena akan memengaruhi penjualan. Pemasaran melalui internet dan pemasaran produk secara langsung memerlukan strategi komunikasi yang efisien.

Instagram, *platform* media sosial yang populer untuk semua umur, dengan banyak fitur menarik seperti foto, video, cerita Instagram, dan video terbaru. Instagram digunakan untuk berbagi aktivitas sehari-hari dan merekam momen,

tetapi juga dapat digunakan untuk bisnis.

Pelaku bisnis, seperti produsen makanan, minuman, serta barang dan jasa, dapat menggunakan Instagram untuk mempromosikan produk mereka kepada publik, Instagram tentunya juga memudahkan para konsumen dalam membeli suatu hal atau mencari apapun yang mereka butuhkan, dengan begitu *social media* Instagram tentunya memudahkan kedua belah pihak baik produsen maupun konsumen.

Bisnis di Indonesia, terutama yang berfokus pada sektor kuliner, saat ini tidak dapat dipisahkan dari penggunaan Instagram sebagai media promosinya. Berbagai produk makanan dan minuman yang di promosikan lewat Instagram akan di kemas dan di rangkai sebaik mungkin agar dapat menarik perhatian minat pembeli. Adanya persaingan sengit dalam industri kuliner menuntut pengusaha untuk memiliki ciri khas sendiri agar dapat menarik perhatian para konsumen.

Menurut data Napoleon Cat pada tahun 2023 dalam dataindonesia.id, Instagram saat ini merupakan platform jejaring sosial yang sangat populer dengan basis pengguna yang signifikan. Instagram merupakan aplikasi media sosial berbasis *Android* yang mengandalkan koneksi internet untuk menjalankan fungsinya. Tujuan utama pengembangan Instagram sebagai platform media sosial adalah untuk meningkatkan persepsi pengguna terhadap kamera di perangkat mereka.

Untuk membangun persepsi baik terhadap suatu produk di kalangan masyarakat umum, promosi tidak diragukan lagi merupakan aspek utama komunikasi pemasaran. Promosi berfungsi untuk menyampaikan pesan bahwa ada barang-barang berkualitas tinggi yang tersedia dengan harga yang sesuai untuk target pasar yang dituju. Kepuasan pelanggan juga harus menjadi suatu perhatian para pelaku bisnis. Pelaku bisnis harus mengembangkan dan mendistribusikan produknya dengan layanan terbaik agar dapat memenuhi ekspektasi para pelanggan, jika pelanggan puas mereka akan melakukan rekomendasi para orang-orang terdekat mereka.

Pemanfaatan media sosial salah satunya untuk meningkatkan kehadiran online merek tersebut di platform media sosial, terutama Instagram. Dengan memiliki kehadiran yang kuat di platform tersebut para pelaku bisnis dapat mencari

audiens yang lebih luas dan meningkatkan kualitas penjualan. Pengelolaan media sosial juga untuk memperluas jangkauan audiens, hal tersebut dilakukan dengan menciptakan konten yang menarik dan relevan sehingga lebih banyak orang tertarik untuk ikut terlibat dalam konten yang di bagikan.

Menurut *We Are Social* dan *Hootsuite*, ada 5,16 miliar pengguna internet dan 4,7 miliar pengguna media sosial pada Januari 2023. Instagram memiliki 2 miliar pengguna aktif per Januari 2023, dan rata-rata waktu yang dihabiskan di perangkat seluler setiap hari telah meningkat tujuh menit dalam setahun terakhir..

Gambar 1.1 Platrom media sosial pengguna aktif terbanyak 2023



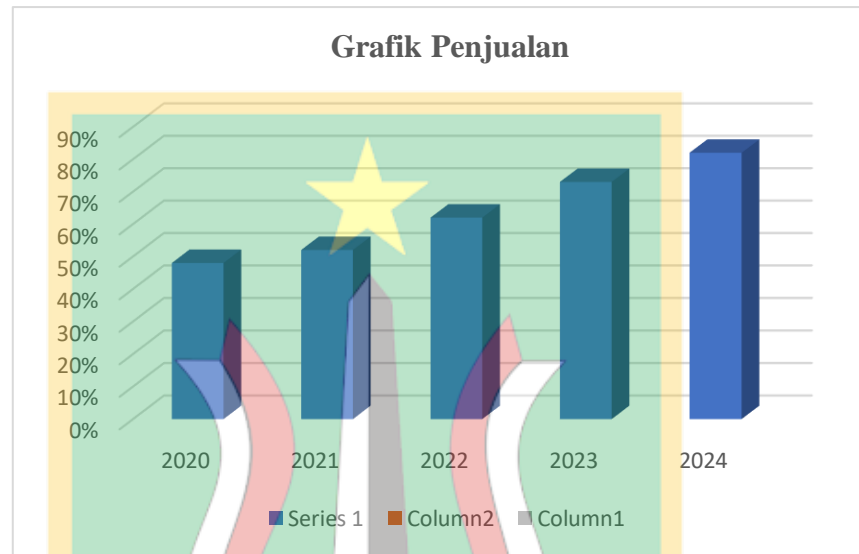
Karena Instagram memiliki jutaan pengguna aktif setiap hari, penggunaan *hashtag*, *geotagging* dan penandaan produk di kafe Homie Cozie dapat menjangkau lebih banyak calon pelanggan dan mendorong penjualan.

Penjualan yang dilakukan oleh kafe Homie Cozie yang dimulai dari tahun 2020 hingga sekarang 2024 mengalami peningkatan di setiap tahun nya ini menandakan keberhasilan dalam melakukan penjualan hal ini bisa dilihat dari grafik penjualan dari kafe Homie Cozie setiap tahunnya.

Setiap tahun, grafik penjualan kafe Homie Cozie menunjukkan tren kenaikan yang konsisten. Pada tahun pertama operasinya, kafe ini sudah menunjukkan potensi besar dengan penjualan yang memuaskan. Seiring berjalannya waktu, berbagai inovasi dan peningkatan kualitas layanan yang diterapkan oleh kafe ini semakin menarik minat pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama.

Memasuki tahun 2024, kafe Homie Cozie terus melanjutkan tren positif ini dengan berbagai strategi pemasaran yang *inovatif* dan pengembangan produk yang sesuai dengan selera pasar. Grafik penjualan yang menunjukkan peningkatan setiap tahunnya menjadi bukti nyata bahwa kafe Homie Cozie berhasil mempertahankan dan bahkan meningkatkan kualitas layanan serta produk yang mereka tawarkan kepada pelanggan.

Tabel 1.1 Grafik Penjualan



Salah satu usaha kuliner yang memanfaatkan Instagram untuk mendongkrak penjualan adalah kafe Homie Cozie seperti melakukan diskon terhadap beberapa varian menu dengan cara membuat *Instagram story* dan memposting di akun pribadi Instagram hal ini dilakukan untuk lebih memperkenalkan kafe Homie Cozie ke lebih banyak orang dan juga Instagram Homie Cozie memiliki perbedaan dengan kafe-kafe lainnya. Didalam profil akun sosial media Instagram tentunya untuk menarik pengguna Instagram, video yang menarik dan atraktif ditawarkan.

Kafe Homie Cozie sendiri sudah bertahan lebih dari empat tahun sejak awal berdirinya pada tahun 2019. Kafe ini memulai operasinya dari sebuah ruko kecil yang sederhana. Namun, dengan dedikasi dan kerja keras, kafe ini berhasil berkembang pesat dan kini memiliki area *rooftop*, *indoor*, bahkan *outdoor* yang nyaman dan menarik bagi para pelanggannya.

Transformasi kafe Homie Cozie dari sebuah ruko kecil yang hanya mampu menampung 10-20 pelanggan hingga menjadi kafe dengan area yang lebih luas

merupakan fenomena yang mencerminkan dinamika pertumbuhan bisnis kuliner di perkotaan. Pada awal berdirinya, Homie Cozie memulai operasinya dalam ruang yang terbatas. Namun, seiring dengan meningkatnya popularitas dan permintaan, kafe ini menghadapi tantangan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus bertambah.

Peningkatan jumlah pengunjung, baik dari pelanggan tetap maupun dari rekomendasi mulut ke mulut serta promosi di media sosial, mendorong manajemen untuk memperluas kapasitas dan memperbaiki fasilitas. Transformasi ini melibatkan ekspansi fisik untuk menciptakan ruang yang lebih nyaman. Dengan area yang lebih luas, kafe ini tidak hanya mampu menampung lebih banyak pelanggan, tetapi juga menawarkan suasana yang lebih bervariasi, seperti area duduk dalam ruangan dan luar ruangan, yang menarik bagi berbagai segmen pasar.

Fenomena ini menunjukkan bagaimana adaptasi terhadap kebutuhan pasar yang terus berkembang dapat mendorong pertumbuhan bisnis kecil menjadi lebih besar dan lebih mapan.

Gambar 1.2 Kafe yang berada di kalisari



Di kawasan Kalisari, Jakarta Timur, terdapat sejumlah kafe yang sering menjadi pilihan masyarakat untuk bersosialisasi dan menikmati berbagai jenis minuman serta makanan. Beberapa kafe yang cukup menonjol di daerah ini meliputi Terasaya Kalisari, Kultur Jaringan, Law Kopi, dan Kopi Apato. Masing-masing kafe ini menawarkan karakteristik dan menu yang berbeda, mulai dari minuman

kopi tradisional hingga hidangan dengan cita rasa internasional yang modern.

Berdasarkan data terkini, terdapat lebih dari 15 kafe di wilayah Kalisari dan sekitarnya, termasuk area Cijantung yang berdekatan. Keberadaan kafe-kafe ini menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap tempat-tempat yang menyediakan pengalaman bersosialisasi yang nyaman dengan.

Meski persaingan kuliner di Kalisari sangat ketat, dengan banyaknya kafe dan restoran baru yang bermunculan, kafe Homie Cozie berhasil mempertahankan eksistensinya. Beberapa kafe di sekitar Kalisari bahkan harus tutup karena tidak mampu bersaing, namun Homie Cozie tetap bertahan. Keberhasilan ini tentu tidak lepas dari berbagai inovasi dan strategi yang diterapkan, mulai dari peningkatan kualitas menu, pelayanan yang ramah, hingga promosi yang efektif.

Selain itu, kafe Homie Cozie juga aktif dalam mengikuti tren kuliner dan terus beradaptasi dengan perubahan selera pasar. Mereka sering kali mengadakan *event-event* menarik, seperti *live music*, *workshop*, dan berbagai acara komunitas yang mampu menarik lebih banyak pelanggan. Keterlibatan aktif dengan komunitas lokal juga membantu memperkuat hubungan antara kafe ini dengan pelanggan setianya.

Gambar 1.3 Perkembangan kafe @homie.cozie



Kafe Homie Cozie juga mempunyai beberapa menu yang sangat di sukai atau menjadi salah satu menu *best seller*. Untuk di bagian makanan sendiri ada mie nyemek Bangladesh yang mempunyai rasa rempah yang kuat dan juga tekstur dari mie yang sangat khas dan untuk di minumannya ada es kopi karamel, kopi yang *strong* dan dicampur dengan karamel yang manis membuat kopi ini sangat pas di

nikmati ketika sedang jenuh ataupun sedang mengerjakan tugas maupun skripsi.

Gambar1.4 Menu *best seller* yang ada @homie.cozie



Sumber: Akun Instagram @homie.cozie

Berdasarkan pembahasan diatas penulis merasa tertarik untuk merancang skripsi dengan judul “Pemanfaatan Instagram kafe @homie.cozie sebagai Media Promosi”

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah penelitian ini didasarkan pada konteks latar belakang yang telah diuraikan dalam penelitian ini, yaitu “Bagaimana pemanfaatan Instagram kafe @Homi.cozie sebagai media promosi?”

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang penulis buat, tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk mengetahui pemanfaatan Instagram @homie.cozie sebagai media promosi”.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan wawasan baru, tetapi juga dapat menjadi bahan pembelajaran yang bermanfaat bagi berbagai pihak yang tertarik dalam memahami dan mengembangkan promosi melalui platform Instagram. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang signifikan serta saran yang praktis terkait upaya berpromosi di Instagram, yang dapat diterapkan oleh berbagai bisnis, khususnya dalam industri kafe, untuk meningkatkan efektivitas kampanye promosi mereka di media sosial

2. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dengan menyediakan informasi yang bermanfaat bagi penelitian dan pengembangan teori di masa mendatang, khususnya dalam konteks promosi produk, layanan, dan pola konsumsi layanan melalui platform Instagram. Temuan-temuan yang dihasilkan dapat menjadi referensi penting bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang ingin mengeksplorasi lebih dalam tentang bagaimana Instagram digunakan sebagai alat promosi yang efektif.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika berikut digunakan untuk menjelaskan masalah dalam penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, peneliti secara rinci menguraikan berbagai aspek penting yang menjadi dasar dan kerangka acuan dari penelitian yang dilakukan. Peneliti memulai dengan menyajikan latar belakang penelitian, yang mencakup konteks, alasan, serta urgensi topik yang dipilih. Selanjutnya, peneliti merumuskan masalah-masalah yang hendak dijawab melalui penelitian, disusun dalam bentuk rumusan masalah yang terstruktur dan fokus. Tujuan penelitian kemudian dijabarkan secara jelas, menggambarkan hasil yang diharapkan dari penelitian ini. Selain itu, peneliti juga menjelaskan manfaat penelitian, yang meliputi kontribusi teoritis dan praktis bagi berbagai pihak yang berkepentingan. Akhirnya, bab ini ditutup dengan penjelasan mengenai sistematika penelitian, yang memberikan panduan mengenai alur dan struktur penulisan dari keseluruhan penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari beberapa komponen penting yang membentuk dasar teoretis dan konseptual dari penelitian yang dilakukan. Pertama, peneliti menyajikan landasan konseptual yang memberikan definisi, konsep, dan pengertian dasar yang relevan dengan topik penelitian. Selanjutnya, landasan teori diuraikan dengan mendalam, mencakup teori-teori yang telah ada

sebelumnya dan yang relevan dengan topik penelitian, serta bagaimana teori-teori tersebut mendukung kerangka penelitian yang sedang dikembangkan. Peneliti juga menyajikan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan. Terakhir, kerangka pemikiran dijelaskan untuk menggambarkan hubungan antara konsep, teori, dan temuan yang diharapkan, yang membimbing arah dan fokus dari penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memuat penjelasan mendalam mengenai metode penelitian yang digunakan dalam studi ini. Pertama, peneliti menguraikan pendekatan penelitian yang dipilih. Selanjutnya, metode penelitian dijelaskan dengan detail, Penentuan informan, objek, dan subjek penelitian juga dibahas secara komprehensif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dijelaskan secara rinci, Peneliti juga membahas teknik analisis data yang diterapkan, Keabsahan data juga diuraikan, mencakup langkah-langkah yang diambil untuk memastikan validitas dan reliabilitas data yang digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, lokasi penelitian dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan mengenai hasil dari penelitian yang dihasilkan dari pengumpulan data, kemudian yang membahas keterkaitan antara faktor-faktor dari data yang diperoleh dalam permasalahan yang di ajukan. Kemudian masalah tersebut diselesaikan dengan metode yang di ajukan serta menganalisis hasil penyelesaian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dari penelitian secara keseluruhan tentang pemanfaatan media sosial Instagram serta saran bagi pembaca