

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Kabobs Premium Kebab merupakan salah satu perusahaan kuliner di Kota Bandung dengan menghadirkan inovasi produk yang unik serta konsep menarik yang dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat luas khususnya masyarakat Kota Bandung. Dengan diterimanya oleh masyarakat, membuat Kabobs Premium Kebab menciptakan produk-produk yang baru agar selalu membuat percaya dan diminati konsumen.

Kabobs Premium Kebab didirikan di Kota Bandung pada tahun 2016 oleh Owner bernama Gun Gunawan seorang pengusaha muda. Kabobs Premium Kebab ini berdiri karena sang Owner yaitu Gun Gunawan merupakan pecinta kuliner terutama kesukaannya pada makanan khas timur tengah ini yaitu kebab. Kabobs Premium Kebab ini pertama kali didirikan di salah satu Mall Kota Bandung Cihampelas Walk dengan sistem *take away* karena pada saat itu belum tersedianya kursi dan meja sebagai tempat untuk konsumen. Namun pada tahun 2018 tepatnya bulan April Kabobs Premium Kebab ini baru *booming* dan dapat dikenali oleh masyarakat luas dan masyarakat Kota Bandung tentunya.

Maraknya usaha-usaha dalam bidang kuliner di Kota Bandung menjadikan persaingan ketat antara perusahaan-perusahaan kuliner yang ada di Kota Bandung berlomba dalam memproduksi produk dengan inovasi yang unik dan kreativitas

tinggi sehingga dapat menciptakan daya tarik tersendiri yang diandalkan oleh mereka dalam menarik minat konsumen yang menjadi tujuan utama dalam perusahaan-perusahaan untuk mencapai penjualan yang berhasil dilakukan sehingga dapat menimbulkan dampak yang menguntungkan bagi perusahaan.

Kabobs Premium Kebab salah satu perusahaan kuliner di Kota Bandung yang ikut dalam persaingan ketat dalam melebarkan sayapnya untuk mengembangkan produk dan pangsa pasar dengan persaingan yang sangat ketat dalam mengambil alih perhatian calon konsumen.

Kabobs Premium Kebab merupakan salah satu usaha kuliner di Kota Bandung dengan menggunakan konsep “Premium“ karena produk andalannya adalah “Premium Kebab” dengan maksud untuk lebih membuat kebab dari Kabobs Premium Kebab ini menjadi sangat berbeda dengan Kebab lainnya yang biasa ditemui di pinggir jalan ataupun di pusat perbelanjaan, hal ini pula yang diharapkan dapat menghadirkan kesan menarik perhatian positif dari masyarakat dimulai dari *packaging* hingga *service* di outlet Kabobs Premium Kebab tersebut yang jelas sangat berbeda dengan penjual kebab lainnya. Konsumen akan merasa sangat dimanjakan oleh pelayanan yang super ramah ketika berada di outlet Kabobs serta dapat menikmati produk dari Kabobs Premium Kebab dengan nyaman karena di dalam outlet tersedianya kursi dan meja untuk konsumen bersantai sambil menikmati hidangan. Selain *packaging* dan *service* nya yang mampu mencuri perhatian banyak konsumen, Kabobs Premium Kebab mampu menghadirkan media sosial instagram sebagai solusi bagi konsumen maupun calon konsumen untuk mendapatkan seputar informasi mengenai Kabobs

Premium Kebab pada media sosial instagram yang dimiliki oleh Kabobs sendiri. Hal inilah yang menjadi tujuan dasar dari Kabobs Premium Kebab agar dapat berbeda dengan Kebab lainnya yang sering dijumpai oleh masyarakat di Kota Bandung dengan menghadirkan konsep “Premium”.

Produk yang diproduksi oleh Kabobs Premium Kebab tak hanya kebab saja melainkan terdapat beberapa minuman dengan berbagai varian rasa dan juga pudding Roffe’s menjadi produk *dessert* yang tak ketinggalan untuk disuguhkan menjadi pilihan produk untuk konsumen yang berada di outlet Kabobs.

Banyaknya pesaing usaha kuliner yang bermunculan, membuat Kabobs Premium Kebab melakukan suatu langkah dalam memperkenalkan produknya dengan cara promosi. Promosi merupakan hal yang wajib dilakukan agar produk yang dimiliki dapat dikenal dan diminati oleh masyarakat luas dan tentunya konsumen tetap, promosi yang dilakukan bukanlah hanya sekedar memberikan informasi mengenai seputar produk dari Kabobs Premium Kebab melainkan juga dapat membuat suatu gebrakan promosi yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk dan mengunjungi outlet.

Pada zaman modern ini, perkembangan media sosial dapat memberikan implikasi yang cukup besar pada pemasaran khususnya promosi. Instagram menjadi salah satu media sosial yang pada saat ini diminati dan dapat menjadi batu loncatan perusahaan dalam memasarkan produknya agar dapat menarik perhatian dari para calon konsumen. Tak heran bila instagram sebagai media sosial yang berkembang pada saat ini menjadi alat promosi yang sangat efektif dalam melakukan promosi. Instagram memanfaatkan popularitas dan jumlah

pengguna untuk menarik pembuat produk, penjual untuk memasarkan dan mempromosikan produk melalui jejaring media sosial ini.

Dalam penjualan melalui media sosial instagram membutuhkan berbagai macam strategi untuk dapat menciptakan promosi agar produk yang akan dipasarkan dapat terlihat menarik perhatian dan pada akhirnya dapat menghadirkan minat beli dari para calon konsumen. Adanya penjualan melalui media sosial instagram ini Kabobs Premium Kebab harus melakukan beberapa strategi dalam melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial instagram agar dapat menghasilkan tujuan akhir yang diharapkan.

Instagram menjadi salah satu cara agar produk Kabobs Premium Kebab ini dapat dikenal oleh orang banyak selain itu juga dapat menarik perhatian para calon konsumen, dengan itu omzet yang akan diperoleh oleh Kabobs Premium Kebab akan meroket. Kabobs Premium Kebab pada saat ini sudah memiliki penggemar yang cukup banyak mulai dari anak-anak hingga usia lanjut karena produk yang dijual oleh Kabobs ini merupakan produk yang dapat dikonsumsi oleh hampir semua kalangan usia. Meskipun outlet dari Kabobs ini selalu ramai dikunjungi oleh konsumen, juga oleh *driver* Gojek dan Grab sebagai perantara konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan tak lantas Kabobs Premium Kebab tetap mencoba melakukan penjualan secara online melalui media online salahsatunya adalah instagram.

Strategi komunikasi pemasaran dari Kabobs Premium Kebab melalui media sosial instagram sangatlah efektif karena masyarakat pada saat ini paling banyak menggunakan media sosial termasuk instagram dibandingkan dengan

media konvensional. Berbagai strategi yang dilakukan dalam mempromosikan produk dari Kabobs Premium Kebab ini membuat konten tampilan instagram dapat konsisten dalam tema kontennya seperti konten menu dan promo yang biasanya menjadi perbincangan dari konsumen. Selain konten yang dapat menarik perhatian calon konsumen, strategi promosi yang dilakukan Kabobs Premium Kebab dalam menarik perhatian konsumen adalah adanya *endorse* yang dilakukan oleh beberapa selebriti instagram atau yang lebih dikenal dengan istilah *selebgram*. Sehingga calon konsumen yang melihat akan merasa bahwa produk yang dimiliki oleh Kabobs ini sudah dikenali oleh beberapa orang terkenal dan hal inilah yang menjadikan masyarakat tertarik untuk mencoba produk dari Kabobs Premium Kebab.

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Kabobs Premium ini tidak lain adalah untuk membuat produk dari Kabobs dapat dikenal dan diminati oleh masyarakat luas khususnya oleh masyarakat kota Bandung dan dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan kuliner lainnya.

Strategi-strategi yang sudah dibuat oleh Kabobs Premium Kebab tak lantas menjadi suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Strategi yang sudah dilakukan itu tak lantas dari suatu tujuan yang sama yang dapat menghasilkan suatu kepuasan tersendiri.

Praktik pemasaran sebenarnya telah sejak lama dilakukan; akan tetapi, studi formal tentang pemasaran bisa dikatakan relatif baru sebagai mata kuliah dan program studi yang dipelajari di universitas, diteliti dan ditulis secara sistematis, disiplin pemasaran 'baru' berusia sekitar 100 tahun. Hal ini terungkap

lewat sejumlah riset sejarah pemikiran pemasaran yang difokuskan pada: (1) riset perkembangan gagasan atau konsep pemasaran; (2) studi tentang aliran pemikiran pemasaran; (3) riset rancangan disiplin pemasaran (sejarah asosiasi, organisasi dan jurnal di bidang pemasaran); serta (4) biografi para pionir akademisi dalam disiplin pemasaran.

Istilah komunikasi pemasaran merupakan pengembangan dari istilah promosi. Kata “promosi” berkonotasi arus informasi satu arah. Tepatnya, dari penyampaian pesan (pemasar) kepada penerima pesan (calon konsumen). Sebaliknya, komunikasi pemasaran lebih menekankan interaksi dua arah/konsekuensinya, promosi dipersepsikan sebagai bentuk komunikasi yang bersifat massal, sedangkan komunikasi pemasaran lebih bersifat personal atau individual. Selain itu, istilah “terintegrasi” menunjukkan keselarasan atau keterpaduan dalam hal tujuan, fokus dan arah startegik antar elemen bauran promosi (periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, *public relations*, dan *direct & online marketing*) dan antar unsur bauran pemasaran (produk, distribusi, harga dan komunikasi pemasaran). Dengan kata lain, komunikasi pemasaran terintegrasi menekankan dialog terorganisir dengan audiens internal dan eksternal yang sifatnya lebih *personalized*, *customer-orientated*, dan *technology-driven*. Fokus bab ini adalah proses komunikasi pemasaran dan program spesifik dalam bauran komunikasi pemasaran terintegrasi.

Strategi komunikasi pemasaran sangat dibutuhkan oleh setiap perusahaan, sebagai jembatan untuk perusahaan melakukan promosi produknya. Untuk itu diperlukan suatu strategi promosi yang melakukan promosi dengan mengarah

pada suatu penyampaian pesan yang efektif dan tepat sasaran. Hal itu perlu dilakukan agar perusahaan tak ditinggalkan oleh konsumen tetap maupun calon konsumennya. Begitu pula pada strategi promosi yang dilakukan oleh Kabobs Premium Kebab memiliki strategi promosi dalam meningkatkan minat konsumen dalam penjualan produk. Berdasarkan konteks penelitian diatas memberikan suatu inspirasi kepada peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KABOBS PREMIUM KEBAB MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”**

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka fokus penelitiannya adalah bagaimana “Strategi Komunikasi Pemasaran Kabobs Premium Kebab Melalui Media Sosial Instagram” Dengan penggunaan media sosial instagram sebagai media yang efektif untuk penyebarluasan informasi dengan perkembangan teknologi saat ini yang sudah sangat modern, sehingga produk dari Kabobs Premium Kebab ini dapat dengan mudah dikenal pada saat ini oleh masyarakat luas khususnya masyarakat Kota Bandung karena penyebarluasan informasi di akun instagram nya (@kabobs.id) yang berhasil dilakukan dengan sukses oleh para marketing komunikasi Kabobs tersebut.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka peneliti akan menyusun pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi *Advertising* pada Kabobs Premium Kebab Bandung melalui media sosial Instagram
2. Bagaimana strategi *Public Relations* pada Kabobs Premium Kebab Bandung melalui media sosial Instagram
3. Bagaimana strategi *Event Sponsorship* pada Kabobs Premium Kebab Bandung melalui media sosial Instagram
4. Bagaimana strategi *Sales Promotion* pada Kabobs Premium Kebab Bandung melalui media sosial Instagram

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas maka peneliti mempunyai tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah :

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan *Advertising* pada Kabobs Premium Kebab Bandung melalui media sosial Instagram
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan *Public Relations* pada Kabobs Premium Kebab Bandung melalui media sosial Instagram
3. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan *Event Sponsorship* pada Kabobs Premium Kebab Bandung melalui media sosial Instagram
4. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan *Sales Promotion* pada Kabobs Premium Kebab Bandung melalui media sosial Instagram

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan kegunaan penelitian yang hendak dicapai berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini menjadi kegunaan praktis, kegunaan

akademik dan kegunaan teoretis. Diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengembangan ilmu komunikasi khususnya teori-teori hubungan masyarakat (Humas) maupun *Public Relations*.

2. Kegunaan Praktis :

Bagi peneliti hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu wawasan dan pengetahuan dalam bidang *public relations* ilmu komunikasi terutama mengenai strategi komunikasi pemasaran pada Kabobs Premium Kebab melalui media sosial Instagram.

3. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran pada Kabobs Premium Kebab ini diharapkan dapat menjadi dokumen dan dijadikan referensi bagi aktivis akademis. Dan diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang amat berguna bagi peneliti lain khususnya bagi peneliti yang melakukan penelitian dengan topik yang berkaitan dengan penelitian ini.