

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman telah membawa manusia ke dalam kebutuhan-kebutuhan baru yang harus dipenuhi. Seiring dengan bertambahnya kebutuhan manusia tersebut, badan usaha juga mengalami perkembangan yang sangat pesat. Bertambahnya kebutuhan manusia ini dimanfaatkan sebagai peluang bisnis yang cukup potensial. Mengingat peluang bisnisnya bagus, pelaku usaha berusaha untuk mengemas usahanya sebaik mungkin untuk menarik perhatian konsumen. Berbagai bidang usaha meramaikan dunia bisnis, salah satunya adalah bisnis Cafe.

. Cafe merupakan restoran kecil yang banyak digemari oleh semua kalangan dan yang melayani atau menjual makanan ringan dan minuman. Pada umumnya cafe digunakan sebagai tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang. Cafe memiliki berbagai fasilitas yang membuat suasana di cafe menjadi rileks dan nyaman, serta menyediakan hiburan seperti alunan musik.

Banyaknya usaha-usaha dalam bidang kuliner ini menjadikan persaingan yang ketat bagi para pengusaha atau perusahaan kuliner berlomba dalam menarik pelanggan dan menciptakan citra yang baik. Banyak cara dilakukan oleh pengusaha agar dapat mencitakan daya tarik minat konsumen, diantaranya yaitu dengan berbagai kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan

untuk membesarkan sebuah brand atau merek yang merupakan bagian dari komunikasi pemasaran. Upaya dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran ini salah satunya bias dilakukan melalui media sosial.

Berkembangnya media sosial pada saat ini semakin pesat dan populer, media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan timbal balik secara terbuka, memberi komentar serta berbagai informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Dewasa ini, media sosial dapat memberikan pengaruh yang cukup besar pada pemasaran. Instagram menjadi salah satu media sosial yang cukup banyak diminati oleh masyarakat luas sehingga dapat digunakan sebagai ruang untuk memasarkan produk dari suatu perusahaan untuk menarik pelanggan.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki jumlah pengguna yang tinggi. Hampir semua lapisan masyarakat menggunakan Instagram sebagai sarana untuk berbagi foto yang memungkinkan penggunannya mengambil foto ataupun video, menerapkan berbagai filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial lainnya. Perusahaan analis marketing media sosial yang berbasis di Warsawa, Polandia, bernama NapoleonCat menjelaskan bahwa hingga akhir November 2019 lalu pengguna Instagram di Indonesia kini mencapai 61,6 juta.

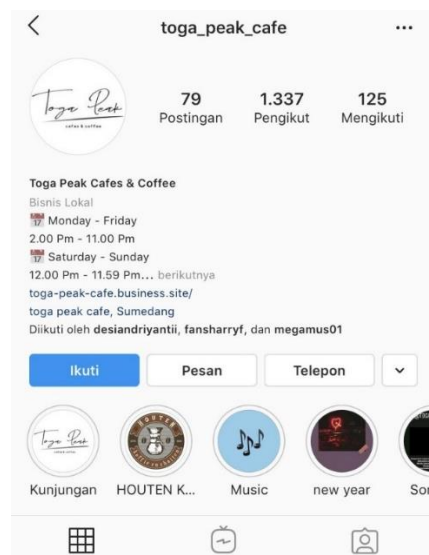
Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut di Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram dapat terjalin dengan memberikan

tanda suka dan juga mengomentari foto atau video yang telah diunggah oleh pengguna akun.

Instagram dapat dimanfaatkan oleh para pengusaha sebagai untuk memasarkan produknya dengan menambahkan foto atau video untuk menarik konsumen. Semakin menariknya promosi yang ditawarkan semakin besar pula peluang untuk konsumen dapat menikmati produk dari suatu perusahaan. Strategi pemasaran lebih efektif apabila dilakukan secara *online* maupun *offline* salah satunya yaitu dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram karena pada jaman sekarang masyarakat lebih aktif menggunakan Instagram untuk memenuhi kebutuhan atau keperluannya. Promosi yang dilakukan melalui *market digital* ini harus dapat memberikan pengaruh yang baik agar perkembangan perusahaan dapat terus ditingkatkan.

Melalui media sosial instagram masyarakat akan lebih mudah mengetahui menu, fasilitas, promosi, kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Teknologi informasi dikembangkan dengan mengikuti tren yang ada sehingga masyarakat akan terus mendapatkan informasi terbaru secara lebih cepat dan mudah. Masyarakat sekarang ini cenderung menggunakan media sosial untuk berinteraksi satu sama lain dibandingkan berinteraksi secara langsung. Terbukti dengan maraknya perusahaan yang menggunakan teknologi sebagai alat untuk mempromosikan, mengenalkan, serta mempublikasikan produk atau jasanya. Untuk itu dalam menarik perhatian atau minat konsumen agar membeli produk yang ditawarkan, maka dibutuhkan adanya promosi yang efektif, harga yang sesuai dengan target konsumen, kualitas produk yang bermutu, dan juga layanan yang diberikan harus mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Toga Peak Cafe merupakan salah satu usaha bisnis di bidang kuliner yang menyediakan aneka ragam makanan dan minuman dengan menu-menu yang menarik. *Toga Peak Cafe* terletak di daerah Sukjawa Sumedang Selatan, Kabupaten Sumedang. *Toga Peak Cafe* ini memiliki desain tempat yang sangat Instagramable karena disini pengunjung dimanjakan dengan pemandangan Kota Sumedang yang membuat suasana menjadi lebih rileks, serta beberapa spot foto yang mengusung konsep alam. *Toga Peak Cafe* memiliki akun instagram yaitu *@toga_peak_cafe*, melalui instagramnya *Toga Peak Cafe* selalu membagikan foto atau membuat instastory mengenai cafenya tersebut untuk para pengikut instagramnya. Akun instagram *@toga_peak_cafe* selalu membagikan informasi-informasi seperti menu-menu makanan terbarunya, kegiatan yang dilakukannya, dan pemandangan yang ada di *Toga Peak Cafe*.



Gambar 1.1
Tampilan Instagram *@toga_peak_cafe*

Sumber : Screenshot Instagram *Toga Peak Cafe*

Toga Peak Cafe menggunakan akun Instagramnya ini sebagai tempat untuk melakukan strategi komunikasi pemasarannya karena lebih efektif dalam menyampaikan segala informasinya. Melalui media sosial Instagram *@toga_peak_cafe* dapat mudah dikenal lebih banyak orang karena jangkauan dari Instagram sangat luas, sehingga dapat meningkatkan penjualan secara cepat.

Melalui Instagram masyarakat dapat mengetahui informasi perusahaan, produk dan kegiatannya melalui fitur-fitur yang ada di Instagram. Fitur-fitur tersebut memiliki fungsi yang berbeda-beda, contohnya seperti masyarakat dapat mengikuti perkembangan dari suatu perusahaan melalui unggahan foto dan video di Instagram. Selain itu, ada juga fitur komentar yang dapat memudahkan masyarakat untuk memberi feedback secara langsung dengan perusahaan. Dengan adanya Instagram dapat memberikan kemudahan bagi sebuah perusahaan dalam penyebaran informasi, maka penjualan pun dapat lebih meningkat.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Pada *Toga Peak Cafe* melalui Media Sosial Instagram.”**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka dapat ditentukan fokus dari penulisan yang digunakan sebagai pembatas dari penelitian ini. Ini dimaksudkan agar penelitian ini dapat berjalan sesuai dengan jalurnya dan memiliki jawaban yang sesuai dengan permasalahan dan tujuannya. Oleh karena itu, fokus

dari penulisan ini adalah “**Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Toga Peak Cafe melalui Media Sosial Instagram.**”

1.2.1 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penulisan diatas, adapun pertanyaan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana *Advertising* yang dilakukan oleh *Toga Peak Cafe* melalui media sosial instagram?
- 2) Bagaimana *Public Relations* yang dilakukan oleh *Toga Peak Cafe* melalui media sosial instagram?
- 3) Bagaimana *Event Sponsorship* yang dilakukan oleh *Toga Peak Cafe* melalui media sosial instagram?
- 4) Bagaimana *Sales Promotion* yang dilakukan oleh *Toga Peak Cafe* melalui media sosial instagram?
- 5) Bagaimana *Personal Selling* yang dilakukan oleh *Toga Peak Cafe* melalui media sosial instagram?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan dari peneliti ini yaitu:

- 1) Untuk mengetahui bagaimana *Advertising* yang dilakukan oleh *Toga Peak Cafe* melalui media sosial instagram.

- 2) Untuk mengetahui bagaimana *Public Relations* yang dilakukan oleh *Toga Peak Cafe* melalui media sosial instagram.
- 3) Untuk mengetahui bagaimana *Event Sponsorship* yang dilakukan oleh *Toga Peak Cafe* melalui media sosial instagram.
- 4) Untuk mengetahui bagaimana *Sales Promotion* yang dilakukan oleh *Toga Peak Cafe* melalui media sosial instagram.
- 5) Untuk mengetahui bagaimana *Personal Selling* yang dilakukan oleh *Toga Peak Cafe* melalui media sosial instagram.

1.3.2 Kegunaan penelitian

Kegunaan penulisan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan judul penulisan, maka penulisan ini terbagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Hubungan Masyarakat.

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan keilmuan dalam kajian studi Ilmu Komunikasi, khususnya pada konsentrasi Humas.
- 2) Memberikan masukan secara umum mengenai strategi promosi yang dilakukan melalui media sosial Instagram.
- 3) Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian dengan topik yang berkaitan dengan penelitian ini.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

- 1) Penulisan ini menjadi salah satu masukan bagi yang memiliki perusahaan produk atau jasa, bahwa setiap perusahaan dapat memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat untuk promosi.
- 2) Hasil penulisan ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk penulis selanjutnya sehingga dapat menggali aspek-aspek yang masih kurang dalam penulisan ini.