

## **BAB I**

### **1.1 Konteks Penelitian**

Bittersweet By Najla merupakan industri food and beverage yang menjadi pelopor bisnis dessert box sukses di Indonesia. Pendiri dari Bittersweet By Najla sendiri bernama Najla Bisyr seorang ibu rumah tangga biasa yang menyukai kegiatan baking di rumah untuk anak-anaknya. Pada tahun 2018 awal terutama, dessert box Bittersweet by Najla ini sukses mencuri perhatian penikmat makanan manis. Hingga pada tahun 2018, pendiri Bittersweet By Najla yaitu Najla Bisyr memberanikan diri untuk membuka toko kecil di jalan Kalibata Timur yang dikhususkan untuk pemesanan online saja.

Bittersweet By Najla memiliki lebih dari 40 reseller yang tersebar di seluruh Indonesia. 90 persen penjualan Bittersweet by Najla dilakukan secara online dan pada saat ini Bittersweet by Najla memiliki toko offline yang berada di Kalibata, Kemang, Bogor, Rawamangun, Depok, dan Sunter. Melakukan kegiatan pemasarannya di media sosial Instagram, Bittersweet By Najla dalam setiap unggahannya selalu mencantumkan hastag #bittersweetbynajla. Penggunaan hastag tersebut memudahkan para pengguna untuk mengetahui informasi mengenai produk Bittersweet By Najla dan juga postingan promosi dari para celebrity endorser yang diunggah kembali di

akun instagram Bittersweet By Najla. Jumlah hastag #bittersweetbynajla yang sudah digunakan yaitu berjumlah 14.546 kiriman hinggatanggal 7 November 2020.

Pada Perkembangan bisnis yang makin pesat saat ini, perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dalam melakukan hal promosi untuk memasarkan produk-produk dan maupun jasa-jasanya. Perusahaan yang melakukan pemasaran produk berlomba- lomba untuk memasarkan produknya dengan melakukan berbagai cara ataupun berbagai strategi untuk mempertahankan usaha dan bersaing sehat dengan perusahaanlainnya. Dengan demikian sangat diperlukan strategi agar dapat menarik perhatian konsumen dan memenangkan pasar. Salah satu cara dalam perkembangan bisnis yaitudengan mengena liter lebih dahulu kebutuhan dan keinginan masyarakat, demi tercapainya sebuah hasil yang memuaskan bagi para konsumen atau masyarakat dan tentunya bagi perusahaan yang menawarkan produk atau jasa tersebut.

. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh pengusaha Bitter Sweet by Najla dalam memasarkan usaha Dessert Box dalam mempromosikan usahanya untuk menarikminat masyarakat.

Oleh karena itu pemanfaatan media sosial Instagram dilakukan untuk kegiatan promosi secara online yang dapat dengan cepat disampaikan kepada para calon konsumen. Dengan kemudahan tersebut, konsumen dapat melakukan pemesanan produk atau jasa melalui media online sehingga kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan menjadi semakin mudah dan efektif dalam menjangkau kalangan masyarakat.

Perkembangan teknologi komunikasi di Indonesia pada saat ini telah mencapai masa teknologi yang berbasis internet dimana penggunaan internet telah menjadi hal yang sangat umum digunakan, sehingga melakukan kegiatan promosi tidak terbatas dilakukan pada media konvensional, tetapi juga melalui media digital modern yaitu internet. Situs jejaring sosial di Indonesia semakin marak, tidak hanya digunakan untuk sarana berkomunikasi, namun seiring dengan perkembangannya media sosial ini banyak digunakan oleh perusahaan untuk melakukan promosi suatu produk maupun jasa.

Media sosial Instagram dijadikan sebagai media menyampaikan informasi oleh komunikator kepada komunikan untuk memunculkan efek tertentu. Dalam bidang bisnis, media sangat berperan penting dalam menjalankan suatu strategi komunikasi. Komunikasi pemasaran berfungsi untuk membantu para pelaku bisnis mengenakan serta mempengaruhi secara langsung atau pun tidak langsung kepada calon konsumen untuk melakukan transaksi pembelian produk barang atau jasa yang dijual. Dengan berkembangnya zaman, cara melakukan komunikasi pemasaran pun semakin modern. Dalam proses perencanaan, pelaku bisnis menentukan media atau saluran yang akan digunakan untuk menyampaikan informasi produk.

Dengan maraknya penggunaan media sosial Instagram, banyak pelaku bisnis memanfaatkan hal tersebut untuk berbisnis. Melalui media sosial Instagram, pelaku bisnis dapat menjalankan komunikasi pemasaran produk yang berupa barang maupun jasa dengan mengunggah foto dan video dalam akun Instagram. Dengan begitu, target

konsumen atau target pasar dapat terhubung langsung dengan pelaku bisnis. Dengan maraknya tren berbisnis melalui Instagram, kini banyak pengusaha pangan yang merambah dunia online dengan tujuan mempermudah jangkauan berbagai jenis konsumen salah satunya Bitter Sweet by Najla.

Dalam komunikasi pemasaran, instagram dianggap sebagai salah satu hal yang harus diperhatikan, terlebih pada zaman sekarang. Setiap perusahaan harus selektif dalam memilih siapa yang akan menyampaikan pesan media untuk mempromosikan produknya sebagai sarana promosi. Penggunaan celebrity endorser yang tepat dapat menjadi salah satu langkah alternative untuk mewujudkan hal ini. Hal ini dikarenakan, celebrity endorser dapat membantu menarik perhatian calon konsumen untuk sadarkan keberadaan merek tersebut, setelah itu konsumen tersebut mulai paham apa yang menjadi pembedaan antara satu merek dengan yang lainnya, lalu puasa kan kualitas yang diberikan, maka kesetiaan pelanggan akan turut mengikuti.

Kegiatan promosi ini merupakan salah satu kegiatan yang merupakan bagian dari bauran komunikasi pemasaran perusahaan. Pemasaran merupakan kegiatan penting dalam bisnis yang ditunjukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat melalui suatu produk yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi konsumen. selain itu pemasaran ditunjukan untuk meningkatkan keuntungan bagi pelaku bisnis. Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan ingin menciptakan,

menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain (Kotler dan Keller, 2016:27)

Konsep bauran pemasaran secara tradisional (*traditional marketing mix*) terdiri dari 4P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi), sedangkan untuk pemasaran jasa (*non-traditional marketing mix*) terdapat 3P tambahan, yaitu *people* (orang), bukti fisik (*physical evidence*) dan proses (*process*). (sumber: Zeithalm, et.al dialih bahasakan oleh M. Yazid). Bauran pemasaran jasa akan berjalan dengan optimal bila didukung dengan perencanaan yang terstruktur, hal tersebut mencakup kegiatan – kegiatan yang ada dalam bauran pemasaran jasa yang dimulai dari mengidentifikasi produk sebagai kebutuhan konsumen yang akan dipenuhi, menentukan harga, kegiatan promosi yang akan dilakukan, lokasi untuk memasarkan produk kepada konsumen, menetapkan orang yang terlibat dalam kegiatan usaha, serta mengatur proses yang akan digunakan dalam kegiatan usaha dan juga bukti fisik.

Semakin besarnya peluang didalam bisnis kuliner ini membuat terjadinya banyaknya persaingan ketat dalam meraih pangsa pasar. Para pengusaha dibidang kuliner berlomba-lomba bersaing menciptakan sesuatu yang berbeda dan menarik bagi bisnis kuliner yang ditekuni. Dari hal tersebut memicu berbagai persaingan dimulai dari segi harga, jenis hidangan, cita rasa, kualitas, maupun konsep tempat yang dihadirkan. Sebuah keunikan akan menjadi nilai plus bagi para pelaku usaha kuliner dalam menarik minat pembeli untuk datang.

Berdasarkan dari masalah tersebut alasan saya memilih judul ini. Saya ingin menggambarkan kombinasi dari empat input yang merupakan inti dari sistem pemasaran organisasi. Keempat elemen tersebut adalah penawaran produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi yang dikemas dalam media instagram. Atas dasar itulah maka penulis mengambil judulskripsi “Strategi Komunikasi Pemasaran Bittersweet By Najla Melalui Media instagram ini agar penyampaianpesan dari pengirim kepada penerima maupun pengirim kembali respon.

## **1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka peneliti membuat focus penelitian yaitu “Strategi Komunikasi Pemasaran Bittersweet By Najla Melalui Media Sosial Instagram”.

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana periklanan secara online yang dilakukan Bittersweet By Najla dalam menjangkau publik secara luas melalui media sosial Instagram.
2. Bagaimana promosi penjualan yang dilakukan Bittersweet By Najla dalam menjangkau publik secara luas melalui media sosial Instagram.
3. Bagaimana menjalin hubungan masyarakat dan kepercayaan antar Bittersweet By Najla dengan konsumen melalui media sosial Instagram.

4. Bagaimana penjualan personal yang dilakukan Bittersweet By Najla dalam menjangkau publik secara luas melalui media sosial Instagram.
5. Bagaimana pemasaran langsung yang dilakukan Bittersweet By Najla dalam menjangkau publik secara luas melalui media sosial Instagram.

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menelaah lebih jauh mengenai strategi promosi melalui media sosial Instagram Bittersweet By Najla. Tujuan penelitian ini juga merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan program Strata satu (S1) Konsentrasi Hubungan Masyarakat.

Berikut tujuan penelitian berdasarkan permasalahan yang akan diidentifikasi :

1. Untuk mengetahui bagaimana melakukan periklanan secara online agar menjangkau publik secara luas.
2. Untuk mengetahui menggunakan promosi penjualan untuk menarik perhatian dan minat konsumen.
3. Untuk mengetahui menjalin hubungan masyarakat dan kepercayaan antar perusahaan dengan konsumen.
4. Untuk mengetahui penjualan personal dilakukan melalui media untuk menjangkau target secara luas.

5. Untuk mengetahui pemasaran langsung dilakukan melalui Instagram untuk mendapatkan respon segera

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu berkaitan dengan judul penelitian. Kegunaan ini terbagi menjadi dua bagian yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

- a) Menjadi referensi tinjauan ilmiah penelitian berikutnya tentang cara sebuah komunitas membentuk citra di media sosial instagram.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan sumbangan ilmu dalam kajian ilmu komunikasi yang berkaitan tentang komunikasi publik dengan komunitas yang ada di masyarakat.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti, baik secara teoritis maupun praktis. Dan dapat menginspirasi orang lain yang ingin mengembangkan komunitas hobi dengan memanfaatkan kegiatan positif dan media sosial Instagram untuk membentuk citra yang baik di masyarakat. Serta mampu memenuhi syarat untuk kelulusan dalam studi yang dilakukan oleh peneliti.



