

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Konteks Penelitian

Perkembangan digital di era modern yang semakin maju seperti saat ini, hampir semua usaha dalam lingkup besar maupun yang kecil sudah menggunakan media sosial sebagai alat untuk melakukan pemasaran maupun penjualan untuk setiap produknya. Mudahnya akses digital di era modern pada saat ini sangat memudahkan dan sekaligus menguntungkan para pengusaha untuk memperluas pemasaran usahanya kepada para konsumen.

Karena seperti yang kita ketahui sekarang media sosial merupakan salah satu cara yang mudah untuk digunakan dan sangat efektif dalam penyebaran informasi kepada khalayak banyak. Semakin banyaknya para pengguna media sosial dapat memberikan banyak sekali kemudahan dalam berbagi informasi, terlebih apabila dilihat dari semakin berkembangnya *smartphone* di kalangan masyarakat pada era digital yang semakin maju seperti saat ini.

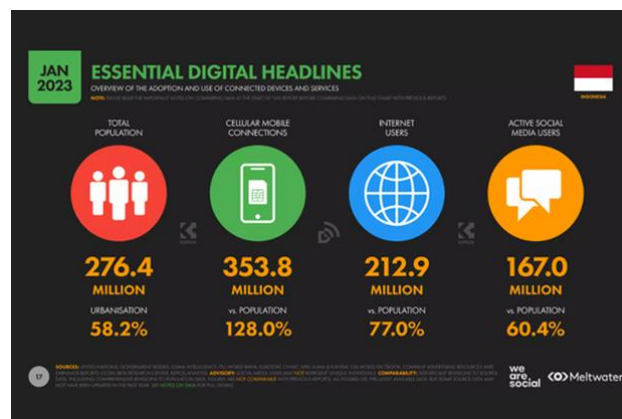
Menurut Van Dijk yang dikutip oleh Nasrullah media sosial adalah media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial (Nasrullah, 2018).

Dari penjelasan diatas menjelaskan bahwa, media sosial merupakan suatu platform yang mana didalamnya, para pengguna bisa dapat terhubung satu dengan yang lainnya dan dapat melakukan aktivitas apapun di dalamnya. Media sosial digunakan dengan cara memanfaatkan teknologi dalam berkomunikasi, dengan mempunyai sifat yang terbuka sehingga dapat dengan mudah semua orang untuk mengaksesnya.

Tidak dapat dipungkiri lagi perkembangan trend dan teknologi, membuat setiap orang selalu berkaitan dengan internet kapanpun dan dimanapun hanya dalam sebuah genggamannya yaitu *smartphone* yang digunakan. Seperti yang tercantum bahwa jumlah pengguna internet yang memiliki media sosial aktif di Indonesia berjumlah 167 juta orang, atau sekitar 60,4 persen dari total populasi masyarakat di Indonesia.

Gambar 1.1

Data Internet dan Media Sosial 2023 di Indonesia



Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

(Diakses pada tanggal 10, April 2023)

Media sosial seperti Instagram, bukan hanya berfungsi sebagai *platform* untuk bersosialisasi dan berbagi foto atau video saja. Tetapi berfungsi juga dalam membangun kesadaran dan mempromosikan suatu produk. Pemasaran melalui media sosial seperti Instagram telah berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting dan efektif dalam era digital saat ini. Adanya unggahan seperti foto, video, reels dan *insta-story* membuat Instagram menjadi media sosial yang banyak diminati untuk menjadi sarana bisnis sebagai media pemasaran secara online.

Semakin banyaknya pengguna media sosial Instagram, menyebabkan munculnya akun-akun Instagram yang bertujuan sebagai media promosi dan penyedia informasi. Salah satunya akun kuliner @roemahhelena, akun ini memberikan informasi mengenai produk yang ditawarkannya mulai dari daftar menu hingga foto produk yang dikemas dengan menarik sehingga mendapatkan perhatian banyak orang.

Gambar 1.2

Logo Rumah Helena



Sumber: Akun Instagram @roemahhelena

Roemah Helena merupakan sebuah tempat kedai sarapan yang terletak di Jl. Aceh No.63 Kota Bandung. Roemah Helena adalah sebuah kedai sarapan yang memberikan pengalaman kuliner dengan nuansa tempo dulu. Kedai ini menggabungkan sentuhan vintage dalam suasana yang dapat mengajak pengunjung untuk bernostalgia. Menu yang disajikan memiliki citarasa klasik yang unik, yang akan membawa kita kembali ke masa lalu. Menu pada Roemah Helena menggunakan tutur bahasa seperti tempo dulu yaitu seperti nasi oedoek, mie koeah kental, loempia koekoes, donat kentang jadoel, roti marijam kejoe soesoe. Selain makanan Roemah Helena juga menyajikan minuman tempo dulu seperti soesoe dingin, tjokelat helena dan kopsu. Roemah Helena menjadi tempat yang tidak hanya memanjakan lidah saja, tetapi juga mengajak pelanggan yang datang untuk merasakan kehangatan dan merasakan nostalgia.

Gambar 1.3

Profile Akun Instagram Roemah Helena



Sumber: Akun Instagram @roemahhelena

Roemah Helena semakin dikenal oleh banyak orang setelah diperkenalkan melalui platform media sosial Instagram. Hal ini terjadi karena media sosial Instagram memiliki berbagai macam fitur menarik yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto maupun video yang dapat menarik perhatian konsumen. Roemah Helena pada saat ini memiliki followers sebanyak 1.324 yang akan bertambah di setiap harinya. Melalui fitur-fitur yang ada di Instagram seperti *feed*, *story* dan *reels*. Roemah Helena memberikan gambaran tentang menu sarapan ataupun kegiatan harian yang dilakukan oleh Roemah Helena sajian yang ditargetkan khusus kepada para pengguna Instagram atau pun *followers* Roemah Helena. Para pengikut atau *followers* serta yang bukan pengikut atau *non-followers* juga dapat bertanya secara langsung dengan cara melalui fitur DM atau yang kita kenal sebagai *direct message* ataupun bertanya melalui kolom komentar yang tersedia disetiap unggahan foto maupun video.

Menurut Astuti dan Matondang (2020) dalam buku yang berjudul Manajemen Pemasaran UMKM dan Digital Sosial Media. Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dalam usaha perdagangan yang bertujuan untuk menawarkan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Komunikasi pemasaran sebagai sarana untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen terhadap produk yang ditawarkan, baik itu secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam menjalankan sebuah kegiatan pemasaran, perusahaan memerlukan media yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam suatu perusahaan. Media pemasaran diharapkan dapat menghantarkan produk kepada

konsumen sasaran secara efektif dan efisien. Pada awalnya, media pemasaran yang dapat digunakan hanya terbatas seperti radio, surat kabar maupun orang. Hal ini dikarenakan oleh terbatasnya sistem informasi dan teknologi yang ada saat ini. Namun pada saat ini dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat media pemasaran menjadi lebih beragam seperti menggunakan media sosial Instagram.

Sebagai salah satu tempat sarapan yang berada di kota Bandung, Roemah Helena perlu memiliki cara yang efektif untuk dapat mempromosikan tempat sarapannya kepada orang lain untuk dapat meminimalisir terjadinya persaingan antara tempat sarapan lainnya. Maka dari itu peneliti akan meneliti mengenai pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media pemasaran yang dilakukan oleh Roemah Helena dengan judul **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Roemah Helena”**.

1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1.3.1. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini akan berfokus pada **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Roemah Helena”**.

1.3.2. Pertanyaan Penelitian

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

1. Bagaimana cara Roemah Helena menarik perhatian (Attention) konsumen melalui media sosial Instagram?
2. Bagaimana cara Roemah Helena untuk menimbulkan minat (Interest) para konsumen maupun pengguna media sosial Instagram?
3. Bagaimana konsumen mencari (Search) informasi mengenai Roemah Helena melalui media sosial Instagram?
4. Bagaimana (Action) yang dilakukan Roemah Helena dalam membuat kepuasan terhadap konsumen?
5. Bagaimana konsumen berbagi (Share) informasi mengenai Roemah Helena melalui media sosial Instagram?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana cara Roemah Helena menarik perhatian (Attention) konsumen melalui media sosial Instagram.
2. Untuk mengetahui bagaimana cara Roemah Helena untuk menimbulkan minat (Interest) para konsumen maupun pengguna media sosial Instagram.
3. Untuk mengetahui bagaimana konsumen mencari (Search) informasi mengenai Roemah Helena melalui media sosial Instagram.

4. Untuk mengetahui bagaimana (Action) yang dilakukan Roemah Helena dalam membuat kepuasan terhadap konsumen.
5. Untuk mengetahui bagaimana konsumen berbagi (Share) informasi mengenai Roemah Helena melalui media sosial Instagram.

1.3.4. Kegunaan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan diharapkan memiliki kegunaan dan manfaat, kegunaan dan manfaat tersebut bias bersifat teoritis dan praktis. Adapun manfaatnya yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan dan memberikan manfaat sebagai referensi, khususnya dalam kajian ilmu komunikasi yang berkaitan dengan penggunaan media sosial Instagram sebagai media pemasaran.

2. Kegunaan Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi peneliti lainnya yang akan melakukan penelitian. Dan hasil penelitian ini juga dapat menginspirasi bagi orang-orang yang akan merintis usaha dengan memanfaatkan media sosial Instagram atau media sosial lainnya sebagai media pemasaran.