BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern seperti sekarang ini yang cukup mengherankan adalah di saat orang yang menggunakan instagram untuk berjualan secara online produk yang mereka jual dapat menarik para konsumen untuk membelinya. Padahal salah satu fitur yang digunakan untuk memperkenalkan produk mereka hanya sebuah foto atau video singkat yang di upload mendapat respon yang positif dari para calon konsumen. Akun @kulinertanjungpinang ini sangat membantu para pengusaha kuliner dalam segi peningkatan penjualan dan pastinya juga dari segi peningkatan followers pada akun pribadi usaha tersebut.

Akun @kulinertanjungpinang ini sangat membantu para pengusaha kuliner dalam segi peningkatan penjualan dan pastinya juga dari segi peningkatan followers pada akun pribadi usaha tersebut. Para penikmat kuliner pun dengan mudah mendapatkan informasi kuliner yang ada di Tanjungpinang hanya dengan cara membuka akun @kulinertanjungpinang sudah sangat lengkap dan detail mengenai informasi kuliner yang dicari oleh masyarakat Tanjungpinang. Konten video dan foto yang diunggah oleh @kulinertanjungpinang memiliki visual yang sangat menarik, yang mana itu bisa meningkatkan daya tarik masyarakat untuk mencicipi kuliner tersebut.

Salah satu platform media sosial yang paling populer saat ini yaitu Instagram. Instagram dapat dikatan sebagai platform utama yang digunakan untuk meningkatkan *brand awareness* (Akifah, A. 2020). Instagram menjadi salah

satunya media yang paling bermanfaat bagi bisnis kuliner di kota Tanjungpinang, penulis mengambil media sosial Instagram @kulinertanjungpinang sebagai media yang digunakan. Ditengah persaingan akun referensi kuliner dikota Tanjungpinang dalam menyajikan konten kuliner yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, terdapat satu referensi akun kuliner yang mampu bersaing diantara akun akun kuliner lainnya yaitu @kulinertanjungpinang. Akun @kulinertanjungpinang banyak membuat konten-konten mengenai referensi kuliner bahkan bisnis UMKM di kota Tanjungpinang. Jika dibandingkan dengan akun akun referensi kuliner lain, akun @kulinertanjungpinang tersebut memiliki paling banyak pengikut di Instagram yakni sekitar 79.000 dan 4.580. Setiap unggahan mendapatkan 200 hingga 500 likes. Informasi yang diberikan adalah menu,harga,rasa,lokasi dan lain lain. Para followers akun tersebut sangat aktif memberikan komentar, terlihat dari banyaknya jumlah komentar yang berisi ajakan seperti mention ke teman temannya, testimonial, atau saran rekomendasi kuliner lainnya.

Gambar 1.1 Profil Akun Kuliner Tanjungpinang

Sumber: Penulis 2024

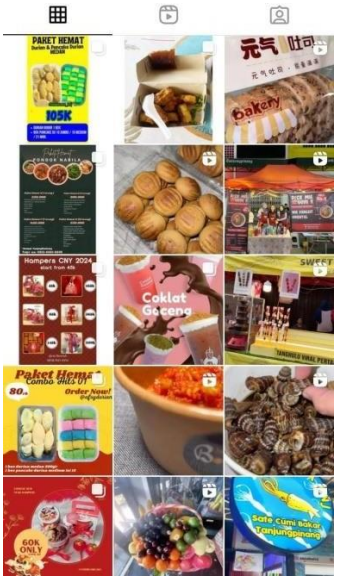
Awal terbentuknya akun tersebut berawal dari hobi mengunjungi berbagai tempat kuliner di tanjungpinang dan memotret makanan sehingga pemilik akun tersebut menyadari bahwa banyak tempat kuliner yang menarik sehingga membuat pemilik akun Kuliner Tanjungpinang ini berbagi informasi kepada masyarakat lokal maupun pengunjung melalui media sosial Instagram. Hingga sekarang konten konten informasi yang diberikan oleh @kulinertanjungpinang selalu diperbarui hanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dengan ada nya upaya tersebut @kulinertanjungpinang selalu dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Akun tersebut bukan hanya mempromosikan dibidang kuliner bahkan ada dibeberapa saat akun kuliner tanjungpinang juga membantu mempromosikan barang dan jasa masyarakat yang membutuhkan.

Pada penelitian ini menggunakan akun instagram @kulinertanjungpinang dengan alasan bahwasannya lebih unggul dari jumlah followers dan lebih utama terbangunnya @kulinertanjungpinang dibandingkan akun akun kuliner lain di Tanjungpinang. Followers @kulinertanjungpinang tersebut berisi masyarakat Kepulauan Riau khususnya Tanjungpinang atau masyarakat yang datang mengunjungi Tanjungpinang untuk mendapatkan rekomendasi kuliner di wilayah tersebut. Setiap hari juga selalu ada pembisnis online yang menandai @kulinertanjungpinang dalam fotonya sehingga secara tidak langsung bisnis online tersebut di promosikan oleh akun @kulinertanjungpinang.

Setiap usaha pasti memiliki media promosi masing masing. Promosi merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produk usaha. Dengan promosi, maka produk akan lebih mudah dikenal masyarakat dan mudah dicapai oleh target pasar. Oleh karena itu promosi sangatlah penting bagi perkembangan sebuah usaha.

Tidak ada bisnis yang sukses tanpa melakukan promosi, begitu juga dengan @kulinertanjungpinang yang memanfaatkan instagram sebagai media promosi untuk membantu memperkenalkan produk dan menarik konsumen. Beberapa tahun yang lalu banyak orang mempromosikan melalui televisi atau yang biasa kita lihat yaitu papan billboard yang banyak di tepi jalanan bahkan melalui iklan videotron tetapi melalukan promosi dengan media seperti itu terbilang cukup menguras biaya yang dimana biasanya penyewaan seperti itu ditampilkan hanya dalam kurun waktu yang ditentukan oleh pemiliknya. Maka dari itu sekarang kebanyakan pembisnis mempromosikan jualannya melalui medias sosial yang bisa dijangkau hanya menggunakan smartphone dan tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar. Media promosi melalui media sosial ini memang sedang marak dikalangan para pengusaha online, mereka beramai-ramai memasarkan produk usaha melalui media promosi online.

Gambar 1.2 Feed Instagram Kuliner Tanjungpinang



Sumber: Penulis 2024

Para penikmat kuliner pun dengan mudah mendapatkan informasi kuliner yang ada di Tanjungpinang hanya dengan cara membuka akun @kulinertanjungpinang sudah sangat lengkap dan detail mengenai informasi kuliner yang dicari oleh masyarakat Tanjungpinang. Konten video dan foto yang diunggah oleh @kulinertanjungpinang memiliki visual yang sangat menarik yang mana itu bisa meningkatkan daya tarik masyarakat untuk mencicipi kuliner tersebut. Maka dari itu, media sosial instagram @kulinertanjungpinang tersebut memegang peran penting terutama dalam mempromosikan informasi-informasi mengenai kuliner di kota Tanjungpinang kepada masyarakat ataupun pendatang yang sedang mengunjungi kota tersebut dan sosial media Instagram tersebut dikelola lebih informatif oleh pemilik akun tersebut agar bisa bermanfaat dalam memberikan informasi secara publik.

Media sosial ini merupakan cara baru untuk berkomunikasi, Media komunikasi adalah sarana yang digunakan untuk memproduksi,mereproduksi, mendistribusikan dan menyampaikan informasi. Media komunikasi sangat berperan penting dalam kehidupan masyarakat. Proses pengiriman informasi dimasa ini sangat canggih. Teknologi telekomunikasi paling dicari untuk menyampaikan dan mengirimkan informasi karena teknologi telekomunikasi semakin berkembang,semakin cepat,tepat,akurat,mudah,murah, efektif, dan efisien. Ada beberapa fungsi media komunikasi yang berteknologi tinggi yaitu (Burgon & Huffner, 2002). Efisiensi penyebaran informasi, dengan adanya media komunikasi terlebih yang *hi-tech* akan lebih membuat penyebaran informasi menjadi efisien.

Memperkuat eksitensi informasi, dengan adanya media komunikasi yang *hi- tech* akan lebih membuat penyebaran informasi menjadi efisien. Memperkuat eksitensi informasi, dengan adanya media komunikasi yang *hi-tech*, kita dapat membuat informasi atau pesan lebih kiat berkesan terhadap audiens, media komunikasi yang berteknologi tinggi dapat menarik audiens. Menghibur/ *entertain*/ media komunikasi tinggi tentunya lebih menyenangkan dan dapat memberikan hiburan tersendiri bagi audiens (Firmansyah, M. A. 2020). Kontrol sosial,media komunikasi yang berteknologi tinggi akan lebih mempunyai fungsi pengawasan terhadap kebijakan sosial.

Seperti yang kita ketahui dengan kecanggihan *smartphone*, ada banyak aplikasi di *smartphone* yang dapat mengakses berbagai informasi yang dibutuhkan masyarakat baik yang dapat menampilkan foto dan tulisan seperti artikel, berupa video, atau hanya berupa tulisan saja. Dengan demikian informasi dapat meluas dengan sangat cepat bahkan dalam hitungan detik informasi yang kita butuhkan sudah tersebar melalui media sosial. Inilah mengapa media sosial sangat berperan penting dalam kehidupan sekarang ini.

Di era modern seperti sekarang ini, perkembangan teknologi sangatlah berpengaruh dan menjadi bagian yang sangat penting. Dengan adanya perkembangan zaman cukup menggeser media lama karena biasanya penyampaian informasi bias sampai ke tujuan bisa memakan waktu kurang lebih berminggu minggu, dan dengan adanya perkembangan zaman semua berganti ke media baru yang biasa disebut dengan media sosial yang bisa terhubung dengan internet. Internet bisa mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi melalui media sosial seperti Instagram,whatsApp,email,youtube dan lain sebagainya.

Media sosial yang didorong oleh koneksi jaringan internet yang mampu untuk memperluas informasi yang kita butuhkan secara cepat dan meluasa secara merata. Sebagian besar masyarakat pasti memiliki media sosial yang pada umumnya banyak difungsikan sebagai media berkomunikasi dengan sesama pengguna media sosial.

Informasi yang disampaikan dapat dilakukan dengan baik akan menjadi peluang untuk dapat meningkatkan minat kunjungan dan sebagai alat promosi yang tentu saja diharapkan akan berdampak pada peningkatan angka kunjungan, sehingga akan meningkatkan citra pada akun sosial media tersebut. Seseorang harus memiliki pikiran dan ide-ide yang kreatif agar menghasilkan konsep yang menarik dan unik (Diniati, A., Sutarjo, M. A. S., & Primasari, I. 2024). Berbagai jenis penyampaian informasi dilakukan melalui media online termasuk media sosial didalamnya.

Pelaku bisnis juga harus melihat kebutuhan pasar untuk mengetahui bahkan menguasai pangsa pasarnya. Semakin banyak jenis restoran dan jenis makannya semakin besar juga terjadinya persaingan ketat. Keberhasilan dalam bisnis dibidang kuliner, dapat ditinjau dari beberapa aspek yaitu adalah bagaimana strategi promosi dari pelaku bisnis tersebut, dalam menjalankan atau memasarkan bisnisnya. Menurut (Daru, 2013) promosi dan membangun brand (branding) tidak harus melalui media-media yang mahal. Promosi dengan cara yang efektif dan efisien cukup meningkatkan daya saing produk dan usaha. Tidak sedikit pembisnis melakukan melakukan penjualan dan memasarkan produknya melalui sosial media Instagram, produk yang dijual pun beraneka ragam mulai dari Kuliner,tas, ataupun UMKM lainnya.

Instagram merupakan media sosial atau bisa dikatakan salah satu aplikasi yang dimana penggunanya dapat berinteraksi melalui foto ataupun video. Definisi dari instagram terdapat dari dua kata yaitu Insta atau instan yang berarti segera, langsung, dan cepat yang mana artinya Instagram dapat mengunggah foto atau video dengan mudah dan cepat, dan Gram berasal dari kata Telegram dimana cara Telegram adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cara yang cepat. Sama hal nya dengan Instagram yang dapat mengunggah gambar dengan cepat dikarenakan menggunakan jaringan internet sehingga untuk menyampaikan informasi kepada khalayak dengan cepat. Itulah mengapa instagram berasal dari kata Instan Telegram.

Salah satu media sosial yang banyak di minati ini yang terkenal dengan sebutan Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto,video, menerapkan filter digital dalam sebuah jejaring sosial secara online. Instagram memiliki konsep interaksi antar pengguna dengan mengikuti *(following)*, atau pengikut *(followers)*. Pengguna juga dapat menambahkan komentar pada foto maupun video, menyukai, mengirim hingga menyimpannya dalam sebuah akun, dan instagram ini terdapat beberapa fitur dalam Instagram sendiri yang cukup banyak diantaranya *instagram stories*, *instagram question*, *video live instagram*, *highlight*, *instagram shopping*, *instagram direct message*, *instagram name tag*, dan *add music* (Putra, R. A., & Iskandar, D. 2023). Tidak hanya digunakan sebagai media interaksi sosial tetapi instagram bisa juga digunakan sebagai media hiburan, edukasi, dan inspirasi. Tak heran mengapa banyak orang menggunakan sosial media instagram ini sebagai platform promosi dibandingkan media sosial lainnya.

Kegunan instagram salah satunya ialah sebagai tempat untuk membagi foto ataupun video dengan cara mengunggahnya agar dapat diliat oleh khalayak. Sistem sosial pada aplikasi ini dengan menjadi pengikut akun satu sama lain, dengan demikian komunikasi antar sesama pengguna instagram dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan pengguna juga dapat memberikan komentar terhadap foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur terpenting, dimana jumlah like berbanding lurus dengan tingkat kebagusan foto tersebut dan ke populeran foto tersebut. Hal itu sangat berpengaruh dalam media sosial instagram. Oleh karena itu, semua orang berlomba-lomba mengunggah foto yang terbaik dengan cara mengeditnya sebaik mungkin sebelum di unggah agar mendapatkan perhatian yang lebih banyak dan mendapatkan respon yang positif.

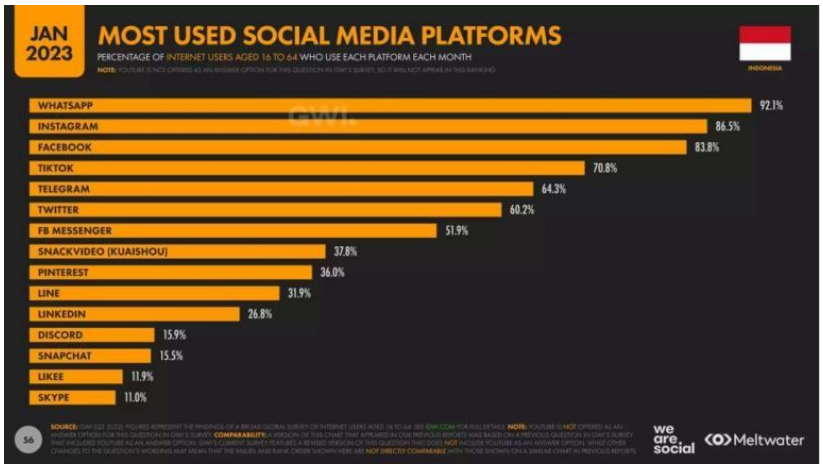
Instagram menjadi media sosial yang memiliki peluang untuk berbisnis bagi penggunanya, dapat digunakan sebagai Media Komunikasi Pemasaran. Menurut (Gunelius, 2011) sosial media merketing merupakan suatu bentuk pemasaran langsung ataupun tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran,pengakuan,daya ingat, dan tidakan merek, bisnis,produk,orang atau entitas lainnya dan dilakukan dengan menggunakan alat dari web sosial seperti *blogging,microblogging*, *social networking*, *social bookmarking*, dan *content sharing*.

Intensitaas penggunaan instagram sangat meningkat dan itu sangat penting bagi penjualan produk ataupun jasa. Upaya ini untuk meningkatkan,menyebarluaskan,memengaruhi, menawarkan dan mengajak masyarakat untuk menjadi pelanggan dari sebuah produk tersebut. Bisa dilihat dari

banyaknya populasi Indonesia menggunakan media sosial khususnya Instagram yang semakin meningkat dan jumlah pengguna yang terus bertambah dalam beberapa tahun terakhir.

Menurut survei WeAreSocial dan Hootsuite, platform media sosial Instagram merupakan jumlah pengguna terbesar ke empat di Indonesia yakni 89,15 juta pengguna dan ketujuh di dunia,jumlah pengguna Instagram global mencapai 1,32 miliar per Januari 2023, meskipun jumlah tersebut menurun 10,8% dibandingkan Januari 2022 maka dari itu Instagram berhasil menjadi aplikasi yang paling banyak diminati penggunanya.

Gambar 1.3 Presentase Pengguna Platform Media Sosial di Indonesia



Sumber: Penulis 2024

Meskipun jumlah pengguna tidak terlalu jauh perbedaan dibandingkan tahun 2022 tetapi tidak sedikit penggunanya yang berbisnis mendapatkan keuntungan melalui platform tersebut, karena media ini sangat berperan penting untuk menjalankan suatu promosi penjualan. Cara melakukan komunikasi pemasaran pun semakin berkembang dan modern. Fungsi komunikasi pemasaran adalah untuk membantu para pelaku bisnis mengenalkan serta mendoktrin secara

langsung ataupun tidak langsung kepada calon konsumen untuk melakukan transaksi pembelian produk yang dijual.

Dalam melalukan komunikasi pemasaran di media sosial khususnya Instagram, Instagram seolah olah seperti miniaturisasi toko secara fisik. Instagram memfasilitasi dan meleburkan sekat antara batas ruang yang terlah tereliminasi, karena teknologi aplikasi Instagram justru memudahkan seseorang mengakses informasi secara virtual serta Instagram yang mampu dalam meningkatkan kepercayaan pelanganggannya (Banjaransari, 2018). Selain itu, promosi produk melalui postingan di Instagram berupa foto dan video menarik perhatian pengguna instagram yang pada akhirnya akan mencapai kesadaran merek (Sa'diya, 2017).

Intensitaas penggunaan instagram sangat meningkat dan itu sangat penting bagi penjualan produk ataupun jasa. Upaya ini untuk meningkatkan,menyebarluaskan,memengaruhi,menawarkan dan mengajak masyarakat untuk menjadi pelanggan dari sebuah produk tersebut. Kuliner Tanjungpinang sangat membantu masyarakat kota Tanjungpinang untuk mencari cari referensi makanan ataupun informasi mengenai café café yang ada di kota tanjungpinang, Oleh karena itu, sangat dibutukan sekali media yang tepat untuk menyampaikan informasi dan menjadi sarana komunikasi sehingga dapat menjalin hubungan yag baik. Dengan demikian penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai akun @kulinertanjungpinang dengan judul **"PEMANFAATAN INSTAGRAM AKUN @KULINERTANJUNGPINANG KEPRI SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN KULINER DI TANJUNGPINANG KEPULAUAN RIAU"**

1.2 Fokus Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka dapat dirumuskan fokus permasalahan dalam penelitian ini adalah **"PEMANFAATAN INSTAGRAM AKUN @KULINERTANJUNGPINANG KEPRI SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN KULINER DI TANJUNGPINANG KEPULAUAN RIAU"**.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas, peneliti menetapkan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pemanfaatan kesegaran (umpan balik) pada instagram @kulinertanjungpinang Kepulauan Riau sebagai komunikasi pemasaran kuliner di Tanjung Pinang Kepulauan Riau?
2. Bagaimana pemanfaatan keragaman isyarat akun @kulinertanjungpinang Kepulauan Riau sebagai media komunikasi pemasaran kuliner di Tanjung Pinang Kepulauan Riau?
3. Bagaimana pemanfaatan variasi bahasa pada akun @kulinertanjungpinang Kepulauan Riau sebagai media komunikasi pemasaran kuliner di Tanjung Pinang Kepulauan Riau?
4. Bagaimana pemanfaatan sumber personal pada akun @kulinertanjungpinang Kepulauan Riau sebagai media komunikasi pemasaran kuliner di Tanjung Pinang Kepulauan Riau?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perntanyaan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini dapat ditentukan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan kesegaran (umpan balik) pada instagram akun @kulinertanjungpinang Kepulauan Riau sebagai komunikasi pemasaran kuliner di Tanjung Pinang Kepulauan Riau
2. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan keragaman isyarat pada instagram akun @kulinertanjungpinang sebagai komunikasi pemasaran kuliner di Tanjung Pinang Kepulauan Riau
3. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan variasi bahasa pada instagram akun @kulinertanjungpinang Kepulauan Riau sebagai komunikasi pemasaran kuliner di Tanjung Pinang Kepulauan Riau
4. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan sumber personal pada instagram akun @kulinertanjungpinang Kepulauan Riau sebagai komunikasi pemasaran kuliner di Tanjung Pinang Kepulauan Riau.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat membantu pengembangan dalam keilmuan komunikasi, khususnya komunikasi pemasaran. Selain itu, penelitian ini bermanfaat dalam kegunaan untuk kegiatan studi sebagai literatur bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi untuk penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan masukan dalam menambah wawasan dalam kajian Ilmu Komunikasi terutama mengenai Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Kuliner melalui media sosial Instagram serta dapat menjadi referensi bagi calon pebisnis saat akan menggunakan sosial media khususnya Instagram sebagai strategi komunikasi pemasaran online.