

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Vanya Karunia Mulia Putri (2022) Pasar bisnis di Indonesia saat ini sangat diuntungkan dengan kehadiran jejaring sosial Instagram, berkat kemajuan teknologi yang semakin hari semakin pesat. Instagram adalah *aplikasi* yang memungkinkan pengguna berbagi foto dan video dengan konten *komersial*. Kemudahan penggunaannya membuat aplikasi ini sangat populer di berbagai kalangan, baik sekadar untuk berbagi informasi terkait aktivitas sehari-hari maupun bisnis.

Para pengusaha memilih memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan produknya karena kemudahan dalam memasarkan produknya kepada calon konsumen. Jadi secara tidak langsung penggunaan media sosial Instagram sebagai media pemasaran termasuk dalam lingkup periklanan pemasaran, pengguna yang menggunakan Instagram dapat dengan mudah memasarkan produknya karena dapat meningkatkan produknya tanpa mengeluarkan terlalu banyak uang, tenaga dan waktu.

Sejak dimulainya promosi penjualan Steak Unlocked Cafe, perusahaan telah menggunakan media sosial Instagram untuk membangkitkan minat guna menarik audiensi dan pelanggan kembali. Lebih fokus pada media sosial Instagram dibandingkan media sosial TikTok, Unlocked Steak sendiri memiliki akun TikTok @Steakunlocked dengan 61 pengikut, hanya memposting video promosi dan lebih aktif di media sosial. Instagram akan menggunakan media sosial TikTok di media promosi di waktu yang akan datang.

Media sosial TikTok *man power* mengelola akun TikTok @steakunlocked, tidak ada pegawai khusus yang mengelola akun TikTok. Dari kedua akun media sosial tersebut, siapa yang mengelola dan memilikinya. Selengkapnya pada akun media sosial Instagram memberikan informasi mengenai promosi menu Steak lainnya, jumlah *followers* yang makin bertambah, dan Instagram *stories* yang

sering digunakan pengguna untuk berbagi postingan singkat yang dapat ditandai melalui akun media sosial Instagram @unlockedcafe.

*Engagement* merupakan aspek yang sangat penting dalam strategi pemasaran karena dapat mempengaruhi seberapa efektif suatu merek atau bisnis dalam membangun hubungan dengan pelanggan dan menghasilkan pendapatan. Salah satu bentuk keterlibatan media sosial adalah *like*, komentar, dan berbagi. Semakin banyak keterlibatan yang diterima suatu konten atau postingan, semakin besar kemungkinan pengguna media sosial tertarik pada merek atau bisnis tersebut. Untuk meningkatkan keterlibatan di media sosial, merek atau bisnis perlu memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan. Konten yang mereka publikasikan harus *relevan, informatif*, dan menarik.

Steak Unlocked Cafe merupakan sebuah restoran yang terletak di Provinsi Jawa Barat, tepatnya Wilayah Kota Bekasi. Restoran ini menjual berbagai jenis makanan dan minuman seperti menu Steak dan berbagai jenis minuman. Dapat dinikmati keluarga atau teman, Steak Unlocked Cafe merupakan salah satu tempat makanan yang banyak dikunjungi oleh masyarakat sekitar, salah satu restoran Steak yang menggunakan Instagram sebagai media promosi @unlockedcafe merupakan salah satu restoran Steak yang menawarkan produk berupa makanan dan minuman dengan bahan pilihan, sehingga membuat Steak ini menjadi ramai pembeli. Unlocked Cafe pusat terletak Jalan. Pahlawan RT 02 Rw 01, Aren Jaya, Kec. Bekasi Timur, Kota Bekasi, Jawa Barat 17111.

Unlocked Cafe didirikan pada September 2021 dan diikuti oleh 4,608 ribu pengguna Instagram. Saat ini *follower* Instagram Unlock Cafe makin bertambah, dengan pengguna Instagram sebanyak 5.237 ribu dan postingan di Instagram Unlocked Cafe makin banyak sehingga 201 postingan. Steak Unlocked Cafe pemilik restorannya yaitu Bapak Iqbal Mubarak, A.Md. Tempat yang sangat digemari para pelanggan setia Steak Unlocked Cafe adalah Alun-Alun Kota Bekasi yang sudah tersebar di seluruh Kota Bekasi. Setelah mendirikan Unlocked Coffee Shop, mereka memanfaatkan Instagram sebagai media promosi. Meski demikian

akun Instagram @unlockedcafe rajin mengupdate kontennya di Instagram. Steak Unlock Cafe memiliki lima cabang restoran sebagai berikut.

Tabel 1.1 Daftar Nama Cabang – Cabang Steak Unlocked Cafe

No	Nama Cabang Steak Unlocked Cafe
1.	Steak Unlocked Alun – alun Bekasi
2.	Steak Unlocked Rawa Lumbu
3.	Steak Unlocked Golden City
4.	Steak Unlocked Lippo Cikarang.

**Sumber : Pemilik Steak Unlocked Cafe**

Menurut Rahmawati (2016) Setiap bisnis harus memiliki media promosinya sendiri. Promosi adalah cara memperkenalkan produk *komersial*. Melalui promosi produk akan lebih mudah dikenal masyarakat dan lebih mudah dijangkau oleh konsumen sasaran. Oleh karena itu, promosi sangatlah penting bagi pertumbuhan suatu bisnis. Tidak ada bisnis yang sukses tanpa iklan, seperti halnya Steak Unlocked Cafe yang menggunakan Instagram sebagai media promosi untuk memperkenalkan produk dan menarik konsumen. Beriklan melalui media sosial saat ini sedang digemari oleh para pengusaha online yang sedang ramai-ramainya memasarkan produk usahanya melalui media periklanan online.

Menurut Rahmawati (2016) Instagram adalah aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video. Saat ini Instagram semakin berkembang sebagai media bagi para pengusaha untuk berkomunikasi tentang bisnisnya melalui aktivitas periklanan di aplikasi Instagram. Ini telah digunakan oleh banyak perusahaan di seluruh dunia. Sebuah studi yang dilakukan oleh *Simply Measured* menurut Mardalis dan Hastuti (2017) menemukan bahwa sehingga 54 % *bisnis* dengan *brand* terkenal telah menggunakan Instagram sebagai media periklanan sehingga menyebabkan para pelaku bisnis dan penyedia periklanan berlomba-lomba memasarkan produknya di Instagram. Pengusaha memilih menggunakan Instagram untuk mengiklankan produknya agar mudah tersedia bagi calon pembeli. Oleh karena itu secara tidak

langsung pengguna media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasaran juga termasuk dalam ruang lingkup komunikasi pemasaran.



Gambar 1.1 Akun Instagram @unlockedcafe

### Sumber : Instagram Unlocked Cafe

Akun Instagram @unlockedcafe memiliki 4.608 pengikut dan 145 postingan. Disediakan informasi mengenai Promosi Menu Steak Ayam, Menu Beli 1 Gratis 1, Menu paket Steak dan promo lainnya. Para pengikut akun tersebut sangat aktif memberikan *feedback*, baik melalui Instagram *stories* maupun komentar langsung pada postingan akun Instagram @unlockedcafe yang cukup rajin mengupdate konten di Instagram. Di akun @unlockedcafe, berbagai cara mempromosikan Steak yang selalu menjadi produk dilakukan di Instagram *stories* namun promosi maksimal dilakukan oleh @unlockedcafe.

Alasan utama Steak Unlocked Cafe melakukan promosi adalah membuat produk yang dijual di pasaran dikenal oleh sebanyak-banyaknya orang. makin dikenal produknya, maka hasil penjualan pun akan makin meningkat. Dan mendapatkan testimoni dari berbagai konsumen. Hakikat promosi adalah menciptakan pesan yang persuasif, efektif menarik perhatian konsumen. Strategi pesan yang efektif adalah suatu pesan yang dapat menyampaikan tujuan promosi.

Hasil observasi kepada pemilik Steak Unlocked Cafe yang menjalankan bisnis makanan dan minuman, Steak Unlocked Cafe mendorong penjualan di media sosial Instagram dengan menggunakan video dan konten menarik untuk menarik perhatian pelanggan dan Steak Unlocked Cafe sendiri juga mempromosikan menu Steak Unlocked Cafe dengan berbagai varian *sauce homemade* Steak Unlocked

Cafe menjual konten ini agar semua orang tahu bahwa Steak Unlocked Cafe sedang viral di Alun-Alun Bekasi. Fitur Instagram *stories* sangat *populer* dan sangat diapresiasi oleh pengguna.

Banyak pengusaha menggunakan fitur ini sebagai bagian dari strategi pemasaran media sosial mereka. Instagram *stories* dapat membantu mereka menjangkau *audiens* yang lebih luas dan calon konsumen serta melibatkan konsumen. Dengan fitur ini anda dapat menggunakannya untuk berbagai keperluan *bisnis*, seperti menampilkan produk terbaru, mengadakan promosi, atau memberikan informasi terkini tentang aktivitas bisnis. Jumlah penonton melihat *stories* Steak juga menjadi salah satu faktor penting, dengan banyaknya penonton maka secara tidak langsung produk atau *brand* steak tersebut dikenal oleh banyak orang.

Salah satu video viral pertama di Instagram adalah postingan @unlockedcafe di Bekasi, sudah hampir setahun yang lalu Steak Unlocked Cafe menemani kulineran di Kota Bekasi yang berlokasi di Alun-Alun Bekasi. Banyak pelanggan Steak Unlocked Cafe yang cocok dengan menunya dan varian *sauce* untuk Steak dan minuman lainnya, tidak perlu diragukan lagi rasanya, karena sudah puluhan *food vlogger approve* mengiklankan Steak Unlocked Cafe melalui Instagram.

Sebelum mencoba suatu produk makanan, masyarakat hendaknya mencari informasi mengenai produk makanan tersebut. Baik itu *testimoni* dari pengguna lain. Banyaknya *review* positif yang diposting di akun media sosial tentang produk yang ingin dicoba dapat membangun kepercayaan konsumen. Efek dari komentar positif di Instagram *business* adalah dapat meningkatkan popularitas. Semakin beragam komentar yang diterima akun @unlockedcafe yang tidak dikunci, semakin banyak pula produk steak yang dibicarakan. Selain itu jika semakin banyak orang yang memberikan *review* atau komentar positif pada postingan di berbagai media sosial seperti Instagram atau TikTok, maka popularitas akun dan produk tersebut juga akan semakin meningkat.



Gambar 1.2 Postingan Video Promosi Steak Unloceked

Dari salah satu video *reels* berjudul *Chicken Steak Viral Pertama di Bekasi* yang membahas tentang halo sahabat, Masih ingat dengan *Chicken Steak* yang sempat *viral* di Alun-Alun Bekasi, hampir setahun yang lalu kita telah menemani para pecinta kuliner di kota Bekasi. Banyak pelanggan kami yang puas dengan *sauce* Steak kami. Karena Steak Unlocked Cafe membuat *sauce homemade* dengan langsung. Pengelola akun mengucapkan terima kasih sebesar - besarnya kepada para pelanggan setia Steak Unlocked Cafe yang selalu mempercayai cita rasa Steak kami. Dengan menggunakan *hashtag* #steakayam #steakviral #steakbekasi #steakalunalun #steak #steakviral #kulinerbekasi #bekasi #kuliner #kulineran. Diposting di media sosial Instagram, banyak pengguna telah menonton video tersebut dengan mencapai 3.789 *viewers*, 92 *like*, 9 *comment*, video tersebut menggunakan *soundtract* *Fifty Fifty - Cupid*.

Ada beberapa menu yang menjadi favorite atau rekomendasi di steak unlocked cafe, seperti *dakkochi chicken sauce (Barbeque/Black Pepper)* dan *chicken steak sauce (Barbeque/Black Pepper)*. Ada menu baru di Steak Unlocked Cafe yang bernama *crumble bomb*, dari sekian banyak video yang dipromosikan melalui instagram, makanan atau minuman Steak Unlocked Cafe juga harganya sangat terjangkau atau paling murah dan banyak juga promo varian *chicken teak* di berbagai cabang lain-lainnya outlet Steak Unlocked Cafe. Adapun promo kemerdekaan (Merdeka Berempat) hanya berlaku pada tanggal 16 - 18 Agustus

2023, apabila membeli 4 *crumble bomb chicken* semua varian apa pun akan mendapatkan gratis Steak (*Chicken Steak BBQ Sauce / Black Pepper Sauce*) yang diselenggarakan oleh Steak Unlocked Cafe.

Fitur Instagram baru yang dianggap oleh banyak orang sebagai pesaing TikTok, *reels* memungkinkan orang membuat video paling kreatif dan menyenangkan. Siapa pun dapat membuat konten *reels* Instagram dengan merekam, mengedit, dan membagikan video pendek berdurasi hingga 30 detik untuk ditonton orang lain. Untuk menarik minat penonton video *reels* Instagram, beberapa detik pertama video menjadi salah satu hal penting yang harus diperhatikan.

Sebuah fitur Instagram baru yang dianggap oleh banyak orang sebagai pesaing TikTok, *reels* memungkinkan orang membuat video yang paling menyenangkan dan kreatif mungkin. Siapa pun dapat membuat konten *reels* Instagram dengan merekam, mengedit, dan membagikan video pendek berdurasi hingga 30 detik untuk ditonton orang lain. Untuk menarik minat penonton Instagram *reels*, beberapa detik pertama video menjadi salah satu hal penting yang harus diperhatikan. Di mana beberapa detik *concent reels* Instagram akan terputar secara otomatis tanpa harus masuk ke dalam saat pengguna *scrolling feed* Instagram mereka.

Menurut S. Dian Andryanto (2023) dengan begitu konten video tersebut bisa membuat penasaran mereka lalu melihat *reels* Instagram secara keseluruhan. Ciptakan konten menarik dan *kreatif* di awal dengan ucapan maupun teks yang bisa memancing penonton. Contohnya seperti video promosi Steak ayam viral pertama di Bekasi, lalu Steak Unlocked Cafe sisipkan kata-kata yang menarik di awal detik opening video. Dengan begitu *viewers* dan *like concent* akan bertambah banyak.

Saat berjualan Steak Unlocked Cafe, informasi yang bisa dibagikan adalah menu-menu *chicken* Steak yang berbeda-beda, semuanya bisa didapatkan dengan mudah dari informasi postingan Instagram @unlockedcafe, bisa melakukan promosi dengan *Buy 3, Get 1* atau lainnya. Menu promosi di banyak toko lain-lainnya. Mempromosikan sesuatu menggunakan media sosial dan berbagi

informasi terkait produk akan sangat membantu meningkatkan minat terhadap produk unggulan.

Menu disediakan oleh Steak Unlocked Cafe, promosi Instagram sangat berguna dalam meningkatkan produk dari Steak Unlocked Cafe, dengan biaya promosi dapat menyesuaikan jangka jarak kilometer Steak Unlocked Cafe dari titik pusat di Bulakapal dari lokasi 5 kilometer dari lingkaran, mencapai target penonton berusia 18 hingga 35 tahun. Promosi di Instagram membutuhkan waktu cukup lama, seminggu akan datang dan semakin lama waktu yang dibutuhkan untuk membuat iklan dalam sebulan, semakin tinggi biayanya. Biaya iklan Rp 200.000. atau Rp 300.000 semakin bertambahnya jarak biaya iklan bisa mencapai hingga Rp 500.000 atau Rp 1.000.000.

Saat memantapkan *ide* promosi, akan pasti sering melihat lagu-lagu yang sedang *viral* di TikTok atau Instagram menjadi referensi *soundtrack* lagu yang ada di video tersebut. Maka dari itu dengan membuat sebuah video yang fokus menggunakan lagu-lagu yang lagi *trend* seperti lagu *If You Know That I'm Lonely – Fur* ini akan banyak *viewers* di Instagram dan akan banyak dilihat oleh kalangan remaja hingga orang tua.

Dalam menentukan judul skripsi ini, penulis juga melakukan telah terhadap penelitian terdahulu untuk menghindari kesamaan, sekaligus sebagai perbandingan dengan penelitian ini. Berdasarkan hasil penelusuran penelitterkait tema penelitian terdapat beberapa penelitian yang hampir serupa, diantaranya sebagai berikut:

Pertama, skripsi yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @MR.CREAMPUFF Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan”, karya Fadli Harisa Ramadhan dari Universitas Riau pada tahun 2017. Skripsi ini ingin mengetahui bagaimana pemanfaatan instagram oleh akun @MR.CREAMPUFF sebagai media promosi dalam meningkatkan penjualan produk perusahaan. Skripsi tersebut menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif.

Skripsi ini dengan penelitian penulis memiliki kesamaan yaitu sama - sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan membahas tentang pemanfaatan



media instagram sebagai alat promosi. Perbedaannya terletak pada subjek, waktu dan lokasi penelitian serta perbedaan kepentingan perusahaan masing-masing. Penelitian Fadli Harisa Ramadhan memilih akun @MR.CREAMPUFF sebagai subjek penelitian sedangkan penulis memilih Steak Unlocked Cafe sebagai subjek penelitian. Waktu dan lokasi penelitian Fadli Harisa Ramadhan dilakukan pada tahun 2017 bertempat di perusahaan pemilik akun @MR.CREAMPUFF sedangkan penelitian penulis memilih Steak Unlocked Cafe sebagai subjek penelitian.

Waktu dan lokasi penelitian penelitian Fadli Harisa Ramadhan dilakukan pada tahun (2017) bertempat di perusahaan pemilik akun @MR.CREAMPUFF sedangkan penelitian penulis dilakukan pada tahun 2023 bertempat di Kabupaten Bekasi tepatnya di Steak Unlocked Cafe yaitu pemilik akun @unlockedcafe. Fokus penelitian Fadli Harisa Ramadhan adalah bagaimana pemanfaatan instagram dalam meningkatkan penjualan, sedangkan fokus penulis adalah bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi pada akun Instagram @unlockedcafe.

Kedua, skripsi dengan judul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Page Down Cloth Maker” karya Yudhi Gumbiro Banjarsari dari Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta. Skripsi ini ingin mengetahui pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi pemasaran online. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara metode keyperson.

Skripsi ini dengan penelitian penulis memiliki kesamaan yaitu sama - sama membahas tentang pemanfaatan instagram. Perbedaannya terletak pada subjek, waktu dan lokasi serta fokus penelitian pemanfaatan instagram. Penelitian Banjarsari (2018) memilih Page Down Cloth Maker sebagai objek penelitian sedangkan penulis memilih Steak Unlocked Cafe yaitu pemilik akun @unlockedcafe. sebagai objek penelitian.

Waktu dan lokasi penelitian Yudhi Gumbiro Banjarsari dilakukan pada tahun 2018 bertempat di perusahaan pemilik Page Down Cloth Maker sedangkan

penelitian penulis dilakukan pada tahun 2023 bertempat di Kabupaten Bekasi tepatnya di Steak Unlocked Cafe. Fokus penelitian Yudhi Gumbiro Banjarsari adalah bagaimana pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi pemasaran online sedangkan penelitian penulis lebih fokus pada Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi pada akun Instagram @unlockedcafe.

Ketiga, skripsi yang berjudul “Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Olahan Pertanian “Yoghurt Cimory”, karya Gita Permatasari dari Fakultas Ekologi dan Manusia Institut Pertanian Bogor. Penelitian ini ingin mengetahui efektivitas media sosial instgaram sebagai media promosi oleh perusahaan Yoghurt Cimory.

Penelitian ini dengan penelitian penulis memiliki kesamaan yaitu sama-sama membahas tentang pemanfaatan instagram sebagai promosi. Perbedaanya terletak pada subjek, waktu dan lokasi serta fokus penelitian. Skripsi Gita Permatasari memilih perusahaan Yogurt Cimory sebagai objek sedangkan penulis memilih Steak Unlocked Cafe sebagai objek. Penelitian Gita Permatasari dilakukan pada tahun 2016 sedangkan penelitian penulis dilaksanakan pada tahun 2023. Fokus penelitian Gita Permatasari yaitu membahas tentang efektivitas media sosial instagram sebagai media promosi, dan penelitian penulis membahas tentang Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi pada akun Instagram @unlockedcafe. Penelitian Gita Permatasari menggunakan data kuantitatif berupa kuesioner online yang didukung oleh data kualitatif berupa wawancara dari pihak Cimory sebagai *informan*.

Berdasarkan latar belakang di atas penelitian ini memfokuskan pada Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi pada akun Instagram @unlockedcafe.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Fokus Penelitian ini adalah berfokus pada Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Steak Unlocked Cafe pada akun Instagram @unlockedcafe.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Dari Latar Belakang yang telah ditulis, peneliti memberikan pertanyaan penelitian yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai Berikut:

Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Steak Unlocked Cafe pada akun Instagram @unlockedcafe ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah peneliti paparkan diatas, maka tujuan peneliti yang diteliti adalah untuk memahami Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Steak Unlocked Cafe pada akun Instagram @unlockedcafe.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dalam kajian Ilmu Komunikasi, khususnya promosi menggunakan media sosial Instagram dan dapat dijadikan referensi atau pengembangan kebaruan pada penelitian selanjutnya.

#### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Hasil Penelitian ini dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengaplikasikan teori yang didapatkan oleh peneliti dalam dunia usaha bisnis serta diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti.