

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Awal mula CEO Burjo Borneo memiliki usaha travel sendiri yaitu Borneo travel hingga akhirnya vakum di karenakan perkembangan teknologi yang semakin berkembang yang menghambat usaha Borneo travel, hingga akhirnya CEO Burjo Borneo membangun usaha yaitu berupa Restaurant/Café dimana tidak ada lagi persaingan dengan teknologi yang ada pada saat ini.

Perjuangan CEO Burjo Borneo tidak terhenti di situ saja setelah membangun restaurant/café burjo borneo, dari sini CEO Burjo Borneo masih memikirkan bagaimana agar semua mobil yang ia jalankan sebagai travel itu bisa berjalan lagi dan menghasilkan sebuah keuntungan tanpa menjual mobil-mobil tersebut hingga pada akhirnya beliau melakukan sebuah tempat rental mobil untuk terus menjalankan semua usaha dan mobilnya yang sempat vakum sebelumnya.

Burjo Borneo sendiri sekarang memiliki beberpa bisnis di dalamnya di antaranya yaitu pejualan tiket Borneo, Restaurant/Cafe Burjo Borneo, rental mobil Borneo, dan Borneo Mart. Hingga akhirnya terbentuk Borneo Grup yang mana di pimpin pak Ridho Alrahman yang menjabat sebagai CEO dari awal hingga sekarang, Dan hingga akhirnya Cafe Burjo Borneo memiliki manajemen nya sendiri yang di pimpin dan di susun langsung oleh pak Ridho Alrahman sendiri dalam manajemen ini semuanya memiliki kepentingan tersendiri dan terstruktur di bagiannya masing-masing dan mengurus beberpa

bisnis yang sudah di bentuk sebelumnya yaitu Borneo Mart, penjualan tiket Borneo, rental mobil Borneo, dan restaurant/café burjo borneo.

Burjo Borneo berdiri sebenarnya dengan sistem pembangunan sendiri tanpa adanya Investor yang terlibat, maka dari itu bisnis ini bisa disebut sebagai bisnis Independent atau bisnis individu yang didirikan oleh satu orang saja, dalam sistem burjo sendiri sangat mengutamakan apa itu WIN-WIN *Solution* dengan perusahaan lain atau pembisnis lain agar tidak adanya kerugian maupun merugikan salah satu perusahaan lainnya agar perusahaan yang di jalankan tetap bisa memiliki kerja sama dengan pihak-pihak lain nantinya.

Dari segi demografi pada Cafe Burjo Borneo sendiri yaitu bersifat naik turun di karenakan target utama dari Cafe Burjo Borneo ini sendiri adalah mahasiswa dan mahasiswi yang menjalankan aktivitas kuliah di Yogyakarta, meskipun target utama dari Cafe Burjo Borneo ini adalah mahasiswa/i tapi tidak menutup kemungkinan untuk kalangan lain seperti pekerja dan *Traveling* yang berkunjung ke kota Yogyakarta.

Dari segi yang utama yaitu mahasiswa yang membuat jumlah konsumen dari mahasiswa/i ini naik dan turun yaitu faktor dari liburan setiap kampus, dan hal ini yang menyebabkan terjadinya faktor tersebut maka dari situ setiap captain dari Cafe Burjo Borneo harus memiliki satrategi untuk tetap bisa menarik konsumen dari salah satu stragei tersebut yaitu dengan mengadakan *live* musik di setiap Cafe Burjo Borneo yang mana bisa marik konsumen yang menyukai musik untuk bergabung dan dimana *live* musik

tersebut bisa di mainkan oleh siapa saja yang ingin memainkannya selain pemain musik yang sudah di kontrak oleh Cafe Burjo Borneo sendiri.

Dalam kondisi demografi yang ada di Cafe Burjo Borneo bisa di anggap normal meskipun terkadang mengalami naik turun tetapi stragei yang di lakukan dapat menurunkan nilai dari kurangnya konsumen yang datang hal ini adalah dapat menabah dan terus menahan dari ketidak normalan kondisi demografi yang ada di Cafe Burjo Borneo sendiri.

Burjo Borneo adalah salah satu usaha kuliner yang membawa budaya dan cultur Boreno atau lebih tepatnya budaya Dayak yang mana budaya tersebut jarang sekali di ketahui oleh khalayak banyak terutama dalam bidang makanan, Dan Burjo Borneo ini sendiri beletak di Yogyakarta yang mana mahasiswa maupun pekerja yang berada di Yogyakarta yaitu memiliki banyak orang-orang dari Kalimantan namun dalam hal ini target pasar utama bukan hanya mahasiswa maupun perkerja yang berasal dari kalimantan saja, melainkan semua khalayak dari berbagai daerah, yang mana hal tersebut juga dapat mengenalkan kuliner Kalimantan kepada khalayak banyak.

Desain tempat sendiri Burjo Borneo memiliki ciri khas yang menunjukkan budaya-budaya Kalimantan, yang mana hal tersebut bisa mempengaruhi pengunjung yang datang ke Burjo Borneo dan promosi yang di lakukan juga dengan bahasa khas asli orang Dayak yang mana tempat ini sangat kental dengan budaya Dayak di dalamnya, Burjo Boreno sendiri memiliki beberapa cabang yang beralamat di Jl. Jawa No.2, Dabag, Condongcatur, kec. Depok, Sleman, Yogyakarta (Burju Borneo cabang

Wahid Hasyim) Jl, Seturan Raya No.403, Ngropoh, Condongcatur, Sleman, Yogyakarta (Burjo Borneo Cabang Sturan) Baciro, Kec. Gondokusuma, kota Yogyakarta (Burjo Borneo Cabang Timoho) Jl. Wisata Babarsari TB 14/10 B, Jl. Wisata tambak bayan, Caturtunggal, kec. Depok, Sleman, Yogyakarta, Burjo Borneo cabang Babarsari yang menjadi pusat dari semua Burjo Borneo. Dalam hal ini tentunya bagian humas dan juga pihak *Marketing* harus bekerja keras dalam bidang penjualan dan juga harus bisa meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Kegiatan *Marketing* dan humas Cafe Burjo Borneo bertujuan menjaga penjualan dan kepercayaan masyarakat tetap stabil pada masa pandemi Covid-19, yang mana hal ini sangat berpengaruh pada citra dari Burjo Borneo dan juga pada penjualan. Burjo Borneo memiliki banyak khalayak atau *Stakeholder* yang mana hal tersebut dapat menjadi tujuan utama dalam meningkatkan citra namun tidak menutup kemungkinan juga bisa memberikan citra buruk kepada usaha atau Burjo Borneo sendiri yang mana nanti Humas dan juga *Marketing* harus bisa selalu menyetabilkan keduanya yang mana tidak merugikan satu pihak melainkan kedua pihak sama-sama diuntungkan, apa lagi pada masa pandemi pendapatan dan juga pengunjung tentunya berkurang drastis dan juga *Stakeholder* yang tadinya memiliki kepercayaan bisa saja menghilangkan kepercayaan tersebut, karna pada masa pandemi ini semua warga yang berada di daerah keramaian memiliki rasa takut yang tinggi terhadap wabah yang melanda kita sekarnag, maka dari itu

bagaimana seorang *Marketing* dan humas harus terus selalu menjaga semua tetap stabil.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana Strategi komunikasi budaya dalam meningkatkan penjualan pada Cafe Burjo Borneo?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, penulis bertujuan untuk ini yaitu untuk :

- a. Untuk memahami bagaimana sebuah budaya berperan dalam penarikan khalayak dalam sistem penjualan.
- b. Memahami cara pemanfaatan budaya dalam ranah kuliner dan desain tempat.
- c. Memahami cara Mengkenalkan Budaya pada khalayak banyak.
- d. Dapat menjadi acuan untuk bagi penulis untuk membiasakan diri di dunia kerja nantinya.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan dampak dari pencapaiannya tujuan. Seandainya dalam penelitian, tujuan dapat tercapai dan rumusan masalah

dapat dipecahkan secara tepat dan akurat, maka apa manfaatnya secara praktis maupun secara teoritis. Kegunaan penelitian mempunyai dua hal yaitu mengembangkan ilmu pengetahuan (secara teoritis) dan membantu mengatasi, memecahkan dan mencegah masalah yang ada pada objek yang diteliti. Kegunaan hasil penelitian terhubung dengan sarana-sarana yang diajukan setelah kesimpulan. Kegunaan hasil penelitian merupakan follow up pengguna informasi yang didapat dari kesimpulan.

1.4.1. Manfaat Praktis

- a. Memberikan pengetahuan kepada penulis terkait bagaimana Memperkenalkan Budaya melalui komunikasi kepada masyarakat.
- b. Memberikan referensi kepada peneliti selanjutnya untuk memahami sebuah komunikasi budaya pada sebuah Cafe dan juga tentang sosialnya.
- c. Meminimlisir konflik antara usaha dan masyarakat dengan pemaparan yang tertuang dalam penelitian ini.
- d. Memaparkan bagaimana program dan strategi dari *Public Relations* Cafe Burjo Borneo dilakukan dalam pengenalan budaya dan cara komunikasi kepada masyarakat sekitar.
- e. Memberikan sedikit pengenalan tentang budaya melalui desain yang ada pada Cafe Burjo Borneo.
- f. Mengingatnkan Pengusaha terkait tanggung jawab mereka atas pembangunan usaha yang di jalankan.

1.4.2 Manfaat Akademis

- a. Bagi pengusaha : Menjadi buku pedoman dalam menyesuaikan setiap tindakan atau sikap terhadap usaha dan juga tentang budaya yang di gunakan.
- b. Bagi usaha yang di jalankan : sebagai bahan evaluasi dalam menetapkan suatu program dan strategi yang berkesesuaian dengan kondisi dan lingkungan masyarakat.
- c. Bagi Masyarakat Pada Umumnya : menjadi suatu penelitian yang dapat dijadikan sebagai referensi untuk mengetahui sebuah identitas budaya yang ada pada Cafe Burjo Borneo.
- d. Bagi Peneliti : menjadi bahan acuan bagi peneliti lain sebagai contoh berfikir dalam memaparkan suatu budaya pada lingkungan sosial.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1 Pengertian Metode Penelitian

Sebelum peneliti memaparkan secara detail mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini peneliti akan menjelaskan sedikit berkenaan dengan pengertian metode penelitian itu sendiri, hal ini dilakukan agar pembaca dapat memahami secara utuh terkait metode penelitian sehingga proses penagkapan materi yang disajikan peneliti pada bagian pembahasan dan analisis dapat diterima secara baik oleh pembaca.

Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu Rasional, Empiris, dan Sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah data Rasional, Empiris (Teramati) dan Sistematis yang mempunyai kriteria tertentu yaitu *Valid*. *Valid* menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.¹

1.5.2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan Deskriptif. Metode ini digunakan peneliti untuk mengkaji program dan juga strategi pemasaran yang dilakukan oleh Cafe Burjo Borneo dalam upaya memasarkan makanan

¹ Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta.

dan juga mengenalkan budaya Dayak melalui desain dari Cafe Burjo Borneo.

Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dalam penelitian ini juga akan digunakan peneliti untuk menjelaskan dan menganalisis tentang pengungkapan program dan strategi sebuah usaha. Secara rinci penelitian ini akan ikut memberikan gambaran secara factual terhadap penggunaan strategi public relation pada program pengenalan budaya dayak dan pemasaran apakah memiliki efektifitas dan efisiensi yang tinggi terhadap daya tahan serta peningkatan profit bagi sebuah usaha.

1.5.3. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan patokan yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian untuk mendapatkan jawaban atau pengetahuan tentang identitas budaya yang ada pada Cafe Burjo Borneo.

Dalam penelitian ini, objek penelitian yang ditetapkan peneliti sesuai dengan dengan apa yang terjadi di lapangan. dalam strategi dan juga program pemasaran melalui budaya Dayak yang ada pada Cafe Burjo Borneo.

1.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data yang dimana untuk melengkapi dan memperjelas apa yang diteliti

supaya menjadi sebuah kesatuan dan metode pengumpulan data yang digunakan yakni sebagai berikut :

1.6.1. Data Primer

a. Observasi

Observasi yang dilakukan yakni sebuah pengamatan pada objek dan subjek yang dituju supaya mendapatkan gambaran suatu peristiwa yang dialami dari mulai yang sengaja maupun tidak sengaja.

Peneliti akan melakukan observasi partisipant, yaitu peneliti mengamati secara langsung di lapangan yang berhubungan dengan informasi yang dibutuhkan.²

Observasi yang dilakukan oleh peneliti yakni dengan meninjau lokasi penutupan jalan dan mendatangi kantor perusahaan untuk melihat dan menganalisis secara rinci terkait reaksi yang di tampilkan baik oleh perusahaan maupun oleh masyarakat. Selain meninjau lokasi konflik secara langsung peneliti juga melakukan pengamatan terhadap aksi protes yang dilakukan apakah bersifat alami karena kekesalan masyarakat terhadap perusahaan atau ada pihak yang bermain dan mengambil kepentingan kelompok tertentu dalam aksi protes ini.

² Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.³

Peneliti akan melakukan wawancara secara mendalam dengan model wawancara semi terstruktur. hal tersebut dilakukan dengan cara tanya jawab mengenai suatu topik yang sudah ditentukan untuk memperoleh hasil yang diinginkan peneliti. Model wawancara ini digunakan oleh peneliti karena meskipun peneliti sudah membuat pedoman wawancara, namun masih cukup memiliki kebebasan dalam merumuskan pertanyaan dan menentukan urutan pertanyaan.

Wawancara sangat diperlukan dan wajib ketika sedang melakukan sebuah penelitian, wawancara yang akan dilakukan yakni dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang nantinya akan dijawab oleh pemilik atau Owner Borjo Borneo sehingga informasi yang didapatkan bisa lebih terinci. Media wawancara yang akan penulis pakai yakni dengan menulis dalam sebuah tulisan.

Studi wawancara yang nantinya akan menjadi sumber data bagi peneliti adalah informan yang paling terlibat aktif dalam setiap

³ Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

kegiatan program pengenalan komunikasi budaya yang dilakukan perusahaan. Informan yang dipilih oleh peneliti adalah mereka yang memiliki sumber informasi yang akurat terkait pelaksanaan program dan strategi pemasaran dengan cara mengaitkan budaya di dalamnya secara utuh.

1.6.2. Data Sekunder

a. Dokumentasi

Dalam penelitian komunikasi kualitatif, analisis data dapat dilakukan saat pengumpulan data atau setelah proses pengumpulan data berakhir. Bogdan dan Biklen mengemukakan Analisis data Kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting, dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.⁴

Dokumentasi merupakan sebuah dokumen yang dimana guna menunjukkan sebuah bukti yang akurat yang dimana bisa berupa video maupun gambar/foto saat melakukan penelitian guna mendukung proses penelitian.

⁴ Pujileksono, Sugeng. 2015. Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif. Malang: Kelompok Intrans Publishing

Teknik pengumpulan data selanjutnya ialah dengan mengumpulkan dan foto serta dokumen penting baik itu yang berkaitan dengan konflik perusahaan maupun yang tidak berkaitan sebagai dokumen tambahan. Dokumentasi penulis mengumpulkan berupa foto wawancara, transkrip wawancara, dan berkas lain yang berhubungan dengan Dokumentasi.

1.7. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Cafe Burjo Boreno Jl. Wisata Babarsari TB 14/10 B, Jl. Wisata Tambak Bayan, Caturtunggal, kec. Depok, Sleman, Yogyakarta, Burjo Borneo cabang Babarsari yang menjadi pusat dari semua Burjo Borneo. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei sampai Oktober 2021.

1.8. Tempat Penelitian

Penelitian ini mengambil studi di Cafe Burjo Borneo yang berhubungan dengan Program dan strategi pemasaran melalui identitas budaya Dayak yang diteliti adalah identitas budaya Dayak pada Cafe Burjo Borneo dalam segi penjualan dan juga pengenalan budaya kepada khalayak banyak yang mana hal ini dapat mempengaruhi ketertarikan pelanggan dalam bidang manajemen. Pemilihan lokasi pada penelitian ini diambil secara sengaja (*Purposive*). Alasan memilih Cafe Burjo Borneo tersebut adalah usaha tersebut merupakan usaha yang berkaitan dengan kultur atau budaya Dayak Kalimantan yang juga berperan penting dalam penarikan khalayak atau sebaliknya, penelitian ini dilakukan karena penulis merasa

tertarik dengan adanya budaya yang di masukan dalam bidang usaha yang mana hal tersebut dapat mengenalkan kita kepada budaya Dayak dan sifat sosial dari budaya tersebut. selain itu juga perusahaan sudah dikenal luas oleh masyarakat melalui media Instagram nama besar induk usaha yakni Borneo Grup yang bergerak dibidang kuliner.

1.9. Teknik Analisis Data

Sifat analisis dalam penelitian Kualitatif adalah penguraian apa adanya fenomena yang terjadi (Deskriptif) disertai penafsiran terhadap arti yang terkandung dibalik tampak (Interpretif).⁵

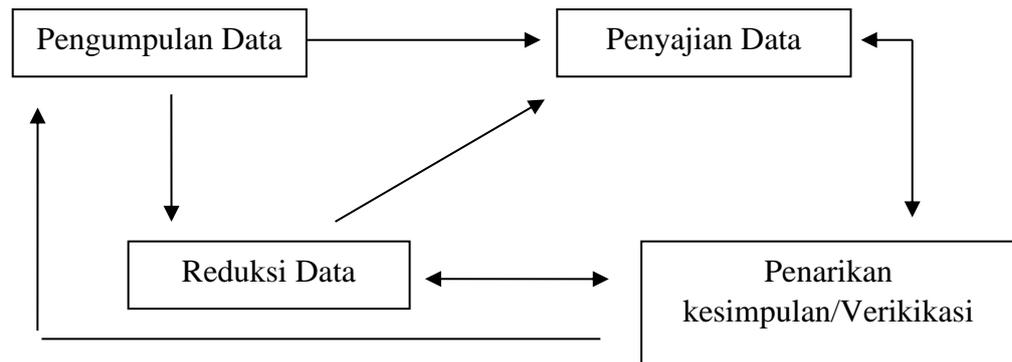
Analisa data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan analisis Deskriptif, dimana tujuan dari analisis ini untuk menggambarkan secara sistematis, Faktual dan Akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Analisis yang di lakukan apa bila semua data yang di butuhkan dalam penelitian sudah terpenuhi. Data yang di dapat adalah tahapan komunikasi pemasaran dan identitas budaya yang ada pada Cafe Burjo Borneo.

Berdasarkan data tersebut, proses analisa penelitian ini dilakukan mulai dari membaca, mempelajari, dan menelaah data dengan

⁵ Andi Mappiare AT, *Dasar-dasar Metodologi Riset Kualitatif Untuk Ilmu Sosial dan Profesi*, (Malang: Jenggala Pustaka Utama, 2009), hal. 80

menggunakan langkah-langkah menurut Miles dan Huberman, diantaranya sebagai berikut:⁶

Gambar 1. Teknik Analisis Data



a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yaitu mengumpulkan data di lokasi penelitian dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi dengan menentukan strategi pengumpulan data yang dipandang tepat dan untuk menentukan fokus serta pendalaman data pada proses pengumpulan data berikutnya.

Pengumpulan data juga di lakukan dengan struktur yang sudah di susun oleh peneliti sebelumnya agar apa yang di dapat sesuai dengan data-data yang dibutuhkan pada penelitian.

b. Reduksi data

⁶ Miles, Matthew B., "Analisis data kualitatif: buku sumber tentang metode-metode baru/ Matthew B, Miles dan A. Michael Huberman; penerjemah Tjejep Rohendi Rohidi", (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 19920, hlm. 15.

Merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sedemikian rupa, sehingga diperoleh kesimpulan akhir dan di Verifikasi.

Reduksi data juga adalah bagian terpenting dalam penelitian karna semua data yang di dapat dari berbagai jenis pengumpulan data dan di analisis dan di Verifikasi setelah itu.

c. Penyajian data

kegiatan mengelompokkan data yang telah direduksi. Pengelompokkan data dilakukan dengan menggunakan label atau lainnya.⁷ Penyajian data ini adalah bagian yang mana semua data yang di dapat dari pengelompokan kegiatan yang telah di verifikasi dengan apa yang terjadi di lapangan akan di paparkan dengan keterangan yang berkait.

d. Penarikan kesimpulan (verifikasi)

Penarikan kesimpulan adalah kegiatan analisis yang lebih dikhususkan pada penafsiran data yang telah disajikan.⁸

Panarikan kesimpulan adalah akhir dari Verifikasi data yang di dapat dari berbagai kegiatan dan juga pengelompokan pengambilan data yang mana nanti pada bagian ini menunjukan sebuah akhir dari semua penjelasan data yang di dapat.

⁷ Imron Rosidi, *Karya Tulis...*, hlm. 26.

⁸ *Ibid*, ..., hlm. 26

Kesimpulan juga bertujuan menjawab rumusan masalah yang menunjukkan tujuan dari sebuah penelitian yang peneliti sedang lakukan.