

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

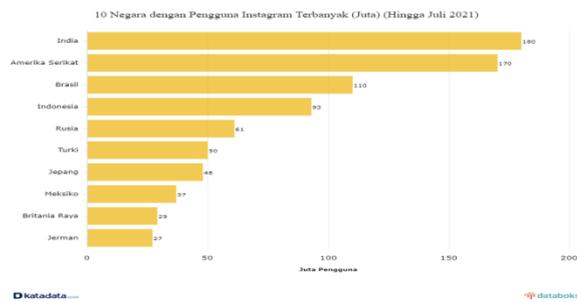
Pada saat ini bisnis di industri food and beverage (F&B) khususnya industri kedai kopi menjadi tren bisnis yang paling diminati. Hal ini dikarenakan tren kopi di Indonesia yang mengalami peningkatan cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Seiring meningkatnya perkembangan bisnis kedai kopi atau yang sering disebut Coffee shop munculah berbagai merek kedai kopi di Indonesia. Munculnya berbagai kedai kopi menjadi pemicu semakin ketat persaingan yang harus dihadapi meliputi beberapa faktor mulai dari jenis minuman, rasa hingga fasilitas yang dimiliki oleh gerai tersebut.

Dalam menciptakan dan meggerakan suatu bisnis seperti gerai kopi kekinian sangat diperlukan adanya skill komunikasi yang dapat mempengaruhi seseorang salah satunya adalah dengan teknik komunikasi pemasaran atau komunikasi secara langsung. Dengan hal tersebut dapat memberi dampak untuk suatu bisnis dalam memperoleh keberhasilan usaha dengan mengutamakan komunikasi yang progresif dan persuasif untuk meningkatkan kualitas suatu produk yang akan di pasarkan nantinya.

Salah satunya dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial yang menjadi wadah untuk menginformasikan berbagai produk makanan dan minuman. Hal tersebut perlu dilakukan agar produk semakin dikenal dan masyarakat semakin tertarik. Pelaku usaha perlu menerapkan kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial Instagram dengan tujuan agar memperoleh peningkatan penjualan serta pendapatan¹.

Instagram adalah salah satu media sosial yang sudah banyak digunakan di Indonesia selain Youtube & Whatsapp. Berdasarkan data yang dikutip dari statista.com hingga Desember 2021 menunjukkan bahwa Indonesia berada pada urutan keempat sebagai negara pengguna aktif instagram terbanyak di dunia sebanyak 93 juta pengguna dengan persentase sebanyak 36,4% pengguna terdapat dikelompook usis 18 – 34 tahun.

¹ Hanifah, N., & Rahadi, D. R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online pada Masa Pandemi COVID- 19. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(2), hlm.11.



Gambar 1. 1 Negara pengguna instagram terbanyak

Melihat data pengguna tersebut perusahaan pun mulai melirik media sosial instagram sebagai salah satu wadah untuk dapat memperkenalkan brand, sekaligus produknya melalui Instagram dengan posting konten yang memanjakan mata pengguna. Hal tersebut membuat perusahaan mulai berlomba - lomba menciptakan konten menarik sesuai dengan trend yang sedang berkembang saat ini, dan tak jarang brand menggunakan konten visual atau audiovisual sebagai sarana sosial media marketing.

Dengan posting konten melalui instagram perusahaan memastikan komunikasi antara perusahaan dengan para pelanggan, menampilkan citra merk yang lebih personal, & memberi gambaran akan merk terhadap customer melalui dorongan pada hastag yang di pasang². Konten visual paling banyak digunakan saat ini dalam marketing dan kampanye melalui sosial media untuk memudahkan pemahaman konsumen dan pemasok memahami arah alami yang di ambil oleh pembeli ketika mengakses konten³. Semakin tinggi konten tersebut di akses, maka mereka telah memberikan ide kepada marketing dalam menyiapkan konten sehingga permintaan dari konsumen lebih tinggi. Karena lebih mudah di pahami dan dapat menarik calon konsumen banyak brand mulai memikirkan ide kreatif & proaktif untuk konten mereka di seluruh platform sosial media.

Aming Coffee Yogyakarta merupakan salah satu cabang resto dan coffee shop Aming Coffee yang menjual aneka macam kopi khas dan berpusat Pontianak. Aming Coffee membuka cabang di Yogyakarta di tahun 2018 dan salah satu bentuk promosi Aming Coffee Yogyakarta adalah dengan pemanfaatan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Aming Coffee Yogyakarta (@amingcoffeejogja) dapat dinilai aktif dengan tetap mengunggah berbagai konten foto dan video di Insta Story dan Instagram Feeds. Instagram @amingcoffeejogja juga mengoptimalkan kegiatan pemasarannya seperti unggahan foto dan video terkait informasi mengenai produk-produk yang ditawarkan dan dapat dilihat oleh masyarakat luas. Akun Instagram @amingcoffeejogja terus melakukan penyesuaian strategi komunikasi pemasaran untuk konten unggahan foto dan video di media sosial Instagram dengan menampilkan berbagai konten video hiburan singkat yang dapat disaksikan oleh

² Bjorkgren, Caroline. 2012“*Kommunicera Ratt Med Instagram.*” New York: Routledge, hlm.17.

³ Hanifah, N., & Rahadi, D. R. (2020).....hlm. 15.

followers Aming Coffee Yogyakarta. Video singkat yang berisi hiburan tersebut baru ditayangkan melalui Insta Story dan disimpan di sorotan Instagram juga terpat pula konten video di reels instagram.

Aming Coffee Yogyakarta juga semakin giat untuk mengapresiasi setiap konsumennya dengan melibatkan mereka di setiap unggahan foto di Instagram Aming Coffee Yogyakarta (@amingcoffeejogja), contohnya seperti ulasan produk dan aktivitas konsumen ketika mengunjungi Aming Coffee Yogyakarta seperti konsumen yang sedang menikmati kopi dengan menerapkan protokol kesehatan sesuai anjuran pemerintah yakni jaga jarak dan menggunakan masker. Pada dasarnya, Aming Coffee Yogyakarta mengoptimalkan penyampaian pesan melalui media sosial Instagram, namun karena adanya pembatasan sosial berskala besar yang menyebabkan minimnya interaksi sosial serta penghasilan menurun, Aming Coffee Yogyakarta mencoba untuk menjalin komunikasi secara terbuka dengan followers di media Instagram @amingcoffeejogja dengan tujuan agar pihak konsumen tetap tertarik dengan produk dan pelayanan yang diberikan oleh Aming Coffee Yogyakarta. Selanjutnya, subjek penelitian merupakan pihak-pihak yang ada dalam penelitian untuk dijadikan sampel atau informan dari penelitian yang dilakukan. Adapun subjek penelitian yang ada dalam penelitian ini adalah pegawai dan pengunjung yang ada di Aming Coffee Yogyakarta.

Peneliti memilih Aming Coffee Yogyakarta sebagai objek penelitian karena berdasarkan hasil pra-riset pada tanggal 1 Mei 2022 pukul 18.05 WIB, Aming Coffee Yogyakarta menjadi salah satu resto yang berada di dalam sebuah mall di Sleman City yang memiliki tempat luas dan menampilkan spot-spot foto yang Instagrammable untuk konsumen. Aming Coffe Yogyakarta merupakan resto unik yang dapat menampung banyak konsumen, serta mengutamakan kenyamanan konsumen dengan harga menu yang relatif terjangkau. Pemberitahuan terkait karyawan Aming Coffee Yogyakarta sudah melaksanakan program vaksin juga menjadi informasi penting agar konsumen lebih tenang ketika ingin berkunjung ke Aming Coffee Yogyakarta.

Kegiatan komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan pemanfaatan media sosial Instagram dibutuhkan dengan tujuan menyampaikan informasi yang disesuaikan kepada calon konsumen maupun konsumen dari Aming Coffee Yogyakarta. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Sosial Media Marketing Aming Coffee Jogja Pada Akun Instagram @amingcoffeejogja Sebagai Media Promosi”.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka fokus penelitian ini yaitu: Bagaimana sosial media marketing akun instagram @amingcofeejogja sebagai media promosi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu mengetahui dan mendeskripsikan sosial media marketing akun instagram @amingcofeejogja sebagai media promosi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Teruntuk para pengemban ilmu agar mampu membuat sebuah karya ilmiah atau penelitian yang terbaru agar memberikan motivasi untuk mengembangkan ilmu komunikasi terkhusus pada bidang *marketing*.
2. Teruntuk peneliti agar bisa menampah ilmu pengetahuan dengan menerapkan ilmu secara langsung di lapangan.
3. Teruntuk peneliti selanjutnya agar penelitian bisa menjadi landasan untuk mengembangkan atau penelitian yang sama.

1.4.2 Manfaat Praktis

Teruntuk seluruh pihak yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan ini, diharapkan mampu menjadi masukan mengenai penggunaan Instagram sebagai media promosi dan sebagai acuan pengambilan – pengambilan kebijakan usaha.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Kegiatan ilmiah yang dilalui dengan adanya rangkaian proses yang sangat panjang disebut juga dengan penelitian. Berdasarkan ilmu sosial, aktivitas ini berasal dari minat yang individu miliki dalam mengkaji secara rinci serta mendalam ketika ada fenomena baru yang muncul⁴.

⁴ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, RT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011, Hal 75.

Pendekatan studi kasus dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif digunakan pada metode penelitian ini. Dimana, studi kasus berada pada analisa deskriptif yang berfokus pada kasus-kasus tertentu saja dalam pengamatan dan konsep analisa yang lebih mendalam dengan lebih cermat.

Dengan sifat deskriptif yang penelitian ini terapkan, maka penelitian hanya akan memperhatikan kondisi atau peristiwa akan suatu hal tanpa mencari ataupun memperjelas hubungan, serta melakukan pengujian terhadap hipotesis serta melakukan prediksi. Dengan penelitian yang sifatnya deskriptif, penelitian mencari teori bukan dengan menguji teori.

1. Menggumpulkan data yang actual secara terperinci dan menggambarkan gejala yang dapat diteliti,
2. Melakukan identifikasi masalah dengan melakukan pemeriksaan keadaan atau praktik yang telah berlaku,
3. Perlunya pembutan evaluasi serta faktor-faktor pembanding,
4. Berharap akan adanya persoalan yang sama sehingga dapat dipelajari berdasarkan pengalaman yang orang lain lakukan dalam menetapkan suatu rencana serta memberikan keputusan di waktu ke depan.

Penelitian yang dilakukan secara langsung dilapangan atau dengan penelitian studi kasus diartikan untuk belajar berdasarkan latar belakang yang ada mengenai persoalan kondisi serta posisi dari suatu kejadian yang saat ini berlangsung, serta adanya interaksi yang berlangsung dilingkungan sosial yang sifatnya apa adanya (*given*). Dengan studi kasus yang terperinci dan mendalam ini tentang suatu unit sosial serta hasil dari penelitian menunjukkan luasnya gambaran serta rincian atau dalamnya penelitian mengenai unit sosial tertentu.

Dalam penelitian tipe deskriptif, penulis melakukan penelitian yang berkaitan dengan *social media marketing* instagram @amingcoffeejogja sebagai media promosi.

Maka dari itu, dalam penelitian ini dibutuhkan sekumpulan informasi berupa data dalam melihat sebuah gambaran serta penegasan mengenai gejala yang telah terjadi serta menjawab beberapa pertanyaan yang sesuai pada penelitian yang dilakukan saat ini.

1.5.2 Metode Penelitian

Penelitian ini memanfaatkan metode kualitatif deskriptif dimana metode ini dilandasi pada suatu filsafat *postpositivisme* yang digunakan dalam penelitian pada keadaan suatu

objek secara alami (eksperimen menjadi lawannya). Peneliti disini menjadi instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan beberapa informasi berupa data dengan konsep penggabungan, data ini menggunakan analisis yang sifatnya induktif/kualitatif, serta hasil dari penelitian dengan analisa ini meberikan makna yang general⁵.

Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk memperoleh jawaban yang bersifat deskriptif, teknis, eksplanatori, dan lebih rinci terhadap masalah-masalah yang perlu dikaji dengan memaksimalkan kajian individu, kelompok, atau peristiwa. Penelitian kualitatif deskriptif berusaha mengumpulkan informasi yang konsisten dengan deskripsi kondisi, objek, atau fenomena sosial di mana penelitian itu dilakukan. Penelitian kualitatif deskriptif adalah alat penelitian dan hasilnya dicatat dalam bentuk lisan atau pertanyaan berdasarkan kebenaran suatu keadaan.

Peneliti menerapkan rancangan penelitian deskriptif kualitatif, yang menjadi alasan penerapan metode ini karena peneliti berusaha memberikan gambaran serta memberi penjelasan tentang konten akun instagram @amingcoffeejogja sebagai salah satu dari banyaknya media promosi.

Pemilihan subjek penelitian yang dilakukan didasarkan pada kebutuhan informasi penelitian untuk kemudin dihimpun dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan kebutuhan data penelitian. Subjek penelitian yang ada dalam penelitian ini, yaitu dari karyawan didasarkan pada kebutuhan peneliti berkaitan dengan data internal dari Aming Coffe Jogja dan bagaimana manajemen internal dapat melakukan fungsi dan tugasnya. Sementara itu, pemilihan subjek pada pengunjung yang datang digunakan untuk memenuhi kebutuhan data berkaitan dengan ulasan dan kesan pesan ketika datang ke Aming Coffee Jogja.

1.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian, konsep dalam mencari serta mengumpulkan informasi-informasi untuk dijadikan data penting untuk dilakukan sehingga adanya bahan yang akan digunakan nantinya. Pengumpulan data-data tersebut berupa:

1. Observasi

Dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung terhadap sikap atau tingkah laku dari individu serta interaksi yang terjalin selama dilakukannya

⁵ Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung, hlm.9.

penelitian. Melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut⁶.

Observasi sebagai salah satu dari teknik untuk mengumpulkan informasi atau data akan dikatakan berhasil jika penentuannya oleh peneliti, hal ini karena hanya peneliti yang dapat melihat serta mendengarkan informasi yang berasal dari objek-objek penelitian serta diberikan kesimpulan yang berasal dari pengamatan si peneliti. Nantinya, peneliti harus memberikan makna mengenai pengamatannya dalam kebenaran sesuai dengan konteks alami, dapat dilihat melalui individu yang bertanya serta yang melihat interaksi yang terjalin antara aspek yang satu dengan aspek lain di objek penelitiannya⁷.

Dalam penelitian yang dilakukan ini, observasi dengan konsep mengamati secara langsung di lapangan penelitian dalam mencari tahu keadaan sebenarnya di *Aming Coffee* Yogyakarta.

2. Wawancara (*interview*)

Satu dari banyaknya metode unggulan yang sering diterapkan dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif ini ialah metode wawancara yang menjalin komunikasi dua arah untuk memperoleh informasi dari informan yang terkait. Pertemuan yang terjadi antara 2 individu untuk saling memberikan informasi atau ide-ide melalui pertanyaan-pertanyaan yang peneliti lakukan sehingga makna dari topik tertentu dalam dikonstruksikan disebut juga dengan wawancara⁸.

Teknik ini diterapkan oleh peneliti dengan tujuan menggali informasi mendalam dari responden mengenai peran konten instagram @amingcoffeejogja sebagai media promosi pada *Aming Coffee* Yogyakarta. Saat berlangsungnya wawancara, peneliti akan berperan sebagai pemimpin ataupun pewawancara dalam proses yang sedang berlangsung, sedangkan individu yang dimintai data ataupun informasi terkait topik tertentu dinamakan dengan informan atau responden.

Wawancara yang berbentuk sistematis dimanfaatkan oleh peneliti untuk penelitian ini dengan menyusun ataupun mempersiapkan pedoman dari wawancara sebelum mewawancarai informan ataupun responden. Ketika wawancara sedang berlangsung, peneliti akan memberikan beberapa pertanyaan atau melakukan wawancara dengan konsep yang tidak teratur, maka dari itu sebelum menuju ke

⁶ Ibid, hlm. 29

⁷ Muri Yusuf. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group, hlm. 384.

⁸ Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif.....*hlm, 36.

lapangan peneliti memerlukan persiapan pedoman wawancara yang isinya adalah pertanyaan secara tertulis mengenai topik atau persoalan yang sesuai dengan penelitian.

3. Dokumentasi

Metode lainnya yang dimanfaatkan untuk mengumpulkan informasi serta data ialah dengan studi dokumentasi. Studi ini mengumpulkan seluruh dokumen ataupun catatan penting yang berkaitan dengan data-data yang akan diberikan untuk memecahkan persoalan yang sesuai dengan topik penelitian lalu dilakukan analisis yang lebih lanjut. Sebuah catatan peristiwa yang sudah terjadi sebelumnya dinamakan dengan dokumen yang bentuknya dapat berupa gambar, tulisan, ataupun sebuah karya monumental yang dimiliki individu. Contoh dokumen yang berbentuk tulisan ialah biografi seseorang, catatan harian, sejarah kehidupan, serta peraturan kebijakan⁹.

Memanfaatkan dokumentasi ini menjadi satu dari banyaknya sumber informasi atau data menjadi hal yang penting dalam membantu peneliti memberikan hasil ataupun merumuskan hasil dari sebuah penelitian. Hal-hal ini kemudian didorong pula dengan pernyataan yang dipaparkan oleh Moleong dimana, pemanfaatan dokumen dapat dimanfaatkan menjadi sumber informasi dalam pengujian, interpretasi, bahkan hingga memprediksi. Terdapat beberapa alasan yang sesuai untuk membenarkan penggunaan dokumen dalam mencari informasi di suatu penelitian¹⁰. Dengan kata lain, suatu sumber yang memiliki kondisi stabil, sifatnya mendorong, serta jumlahnya yang banyak disebut sebagai dokumentasi. Dengan metode ini, penggunaannya dapat dilakukan pengujian serta memberi kesempatan yang luas untuk memperoleh pengetahuan yang baru tentang topik yang sedang diteliti secara tertulis.

1.7 Teknik Analisis Data

Suatu proses dalam mencari serta menyusun informasi atau data yang telah dikumpulkan sehingga diperoleh hasil serta kesimpulan untuk menjadi bahan informasi yang bisa dimengerti oleh orang lain maupun diri sendiri dinamakan dengan teknik analisis data. Menggunakan data kualitatif yang dikerjakan dengan interaktif serta berlangsung terus

⁹ *Ibid*, hlm. 51.

¹⁰ Moleong, L. J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, hlm.214.

menerus hingga mendapatkan data yang sudah jenuh adalah aktivitas untuk mereduksi data, menyajikan data, serta memverifikasi data¹¹.

Teknik analisis yang penelitian ini memiliki beberapa tahap untuk mencari serta mengumpulkan informasi yaitu¹² :

- 1) Melakukan reduksi data dengan berfokus atau memilih pada hal-hal penting serta merangkum seluruh informasi yang pokok atau dianggap penting. Dalam konsep mereduksi data, keseluruhan dari laporan yang terjadi di lapangan wajib untuk dirangkum dengan memiliki pokok-pokok pembahasan yang sesuai serta didapatkan tepa serta pola yang sudah sesuai. Dengan adanya laporan lapangan maka adanya bahan baku yang akan direduksikan serta disusun dengan keteraturan sehingga mempermudah pengendalian
- 2) Penyajian data yang penelitian ini memanfaatkan memiliki sifat yang naratif sehingga nantinya para peneliti tidak tenggelam pada sekumpulan informasi atau data. Maka dari itu, untuk melihat keseluruhan dari suatu gambaran atau bagian tertentu yang wajib untuk diupayakan dalam membuat alat ukur yaitu pedoman untuk melakukan wawancara, observasi, serta dokumentasi.
- 3) Penggambaran kesimpulan atau verifikasi menjadi proses ketiga yang dimanfaatkan untuk menganalisis data kualitatif. Proses ini menarik sebuah kesimpulan serta memverifikasi suatu informasi dari informan. Dimana, kesimpulan yang awal dilakukan sifatnya masih sementara dan dapat berubah sewaktu-waktu jika bukti kuat yang mendorong pada tahap mengumpulkan data berikutnya tidak ditemukan.

1.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Tingkat keakuratan dari suatu alat ukur sebagai instrumen dalam penelitian disebut keabsahan data. Dimana, keabsahan ini berlandaskan pada temuan penelitian yang mencerminkan kondisi yang terjadi serta didorong oleh bukti-bukti yang ada. Uji yang dilakukan ini berupa *uji credibility* (validitas interval), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), dan *confirmability* (objektivitas)¹³.

Tingkat kepercayaan terhadap informasi atau data pada penelitian atau dikenal dengan nama uji kredibilitas kualitatif antara lain dengan melakukan pengamatan, konsisten dalam

¹¹ Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif.....* hlm, 70.

¹² *Ibid.*

¹³ *Ibid*, hlm. 78.

penelitian yang sedang dilakukan, melakukan triangulasi, berdiskusi secara seksama, mengalisis kasus-kasus negatif, serta *membercheck*. Penelitian ini memanfaatkan triangulasi dalam pengujian kredibilitas datanya dengan konsep pengecekan data dengan sumber yang sama tetapi teknik yang digunakan berbeda¹⁴.

¹⁴ *Ibid*, hlm.84.

1.9 Kerangka Pemikiran

Berikut kerangka pemikiran pada penelitian ini :

