

BAB I

PENDAHULUAN

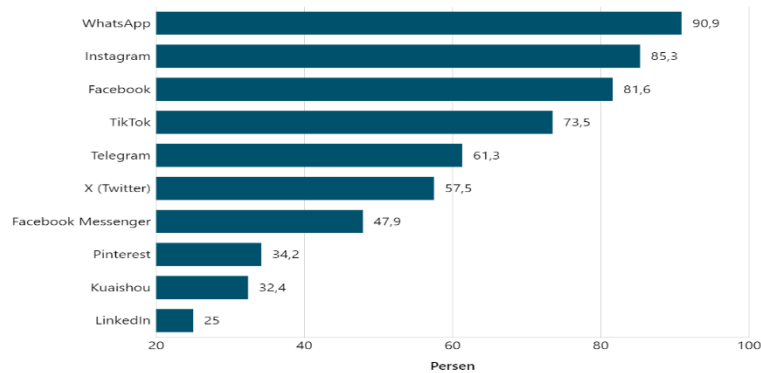
1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang terus berkembang, media sosial telah menjadi salah satu platform yang efektif bagi bisnis dalam mencapai dan berinteraksi dengan audiens mereka. Salah satu platform yang berpengaruh adalah Instagram. Dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan, Instagram menawarkan peluang besar bagi industri restoran untuk memperluas jangkauan mereka memperkenalkan menu mereka dan mempromosikan layanan mereka kepada pelanggan potensial di seluruh Yogyakarta.

Industri restoran, terutama di kota-kota besar seperti kota Yogyakarta, menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam menarik perhatian konsumen. Faktor-faktor seperti kualitas makanan, suasana, harga, dan pelayanan semuanya berkontribusi pada keberhasilan sebuah restoran. Namun, dalam lingkungan yang semakin terhubung secara digital, keberadaan internet juga menjadi faktor penting yang harus dipertimbangkan.

Dalam konteks ini, pemanfaatan media sosial Instagram menjadi sangat penting. Instagram sebagai platform visual yang saat ini sangat kuat, dan dapat menjadi wadah bagi restoran, dalam berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan potensial mereka. Melalui gambar-gambar menarik, video, dan cerita yang dibagikan di Instagram, restoran dapat menarik minat dan membangun kesadaran merek yang kuat di antara pengguna platform.

10 Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet* di Indonesia (Januari 2024)



Sumber:
We Are Social

Informasi Lain:
pengguna internet usia 16-64 tahun yang menggunakan media sosial setiap bulan

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>

Berdasarkan grafik di atas, jumlah pengguna media social Instagram mencapai 85,3% dengan menempati posisi kedua setelah WhatsApp. Data ini menunjukkan Instagram menjadi media sosial yang banyak digunakan di Indonesia saat ini. Di samping itu, perkembangan Instagram yang semakin pesat, juga menjadi alat bagi usaha usaha makro maupun mikro dalam meningkatkan strategi promosi mereka kepada khalayak ramai. Salah satunya pemanfaatan media social Instagram pada Restoran.

Namun, meskipun banyak restoran telah mulai memanfaatkan media sosial instagram sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka, masih banyak potensi yang belum dimanfaatkan sepenuhnya. penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami lebih dalam bagaimana restoran-restoran di Kota Yogyakarta dapat mengoptimalkan penggunaan

Instagram untuk meningkatkan pengunjung mereka. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang praktik terbaik, strategi yang efektif, dan tantangan yang dihadapi dalam memanfaatkan Instagram, restoran-restoran dapat meningkatkan kehadiran online mereka dan menarik lebih banyak pengunjung ke lokasi mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah pengetahuan tersebut dan memberikan wawasan yang berharga bagi industri restoran RedWood dan pemilik bisnis di kota Yogyakarta.

Hadirnya internet dan media sosial membawa peradaban manusia semakin maju dan berkembang. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube menjadi platform yang sangat populer dan paling sering digunakan untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan berbisnis. Media sosial tersebut memungkinkan para penggunanya untuk membuat dan berbagi konten seperti informasi, opini, dan minat dalam konteks yang beragam (informatif, edukatif, sindiran, kritik, komedi dan sebagainya) kepada khalayak yang lebih luas. Sehingga media sosial memiliki efek berantai yang membuat efek transisi yang terjadi tidak berhenti pada satu pokok audiens saja atau memiliki multiplier effect.

Hadirnya media sosial juga dapat membuka peluang pada kuliner Restoran. Pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi dapat sangat membantu bagi pelaku usaha di sektor pariwisata untuk lebih mengenalkan wisata yang dikelolanya kepada masyarakat yang luas. Daerah istimewa Yogyakarta adalah salah satu daerah tujuan kuliner yang

menyimpan segudang daya tarik kuliner seperti gudeg, bakmi jawa, hingga angkringan.

Urgensi instagram bagi restoran sangatlah besar dalam dunia pemasaran digital saat ini, Restoran dapat memanfaatkan keindahan visual makanan mereka untuk menarik perhatian pengguna instagram. Foto-foto makanan yang menggugah selera dan menarik sehingga mendorong mereka untuk mengunjungi restoran tersebut. Dengan berbagi konten konten berkualitas secara konsisten, restoran dapat memperluas jangkauan mereka dan menarik potensial pelanggan baru. Melalui instagram restoran dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan dengan komentar instagram, pertanyaan dan umpan balik pelanggan dengan cepat, yang dapat memperkuat hubungan. Promosi menu dan penawaran khusus atau acara special yang terus di update setiap minggunya. Instagram juga memungkinkan restoran untuk memantau aktivitas pesaing mereka. Dengan melihat apa yang sedang trend dan melihat bagaimana pesaing mereka mempromosikan diri, restoran dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka untuk tetap kompetitif di pasar.

Restoran Redwood sangat mengedepankan cita rasa makanan, kebersihan hingga kenyamanan *customer*. Dengan lahan seluas 2500 meter, desain restoran ini menjunjung konsep tradisional, bangunan utama yang didominasi bahan kayu, tak hanya bangunan induknya yang bergaya arsitektur joglo khas Yogyakarta, tapi juga berbagai perabotan dan aneka pernik-pernik yang menghiasi sekelilingnya. Di Samping luar pagar resto

terbentang petak-petak sawah yang menghijau mengelilingi resto sehingga memberi nuansa alam pedesaan yang menjadikan perbedaan antara restoran Redwood dan restoran lain.

Destinasi wisata di daerah istimewa Yogyakarta yang tersebar luas juga banyak wisata kuliner yang mubazir jika hanya dilewatkan jika hanya dipendam dan tidak banyak diketahui oleh warga Yogyakarta hingga wisatawan-wisatawan yang datang ke Yogyakarta. Restoran Redwood daerah istimewa Yogyakarta turut memanfaatkan media sosial. Pemanfaatan ini juga menjadi sebuah bentuk adaptasi oleh Redwood terhadap perkembangan zaman yang terjadi. Redwood menggunakan *platform* media sosial yaitu Instagram. Nama yang digunakan yaitu @redwood restokop .

Media sosial instagram yang dikelola oleh Redwood dengan akun @redwood_restokopi memiliki pengikut sebanyak 500 orang. Namun, pada fakta lapangan yang ditemukan, akun dari Redwood resto dan kopi pernah mengalami vacuum selama tiga bulan. Hal ini karena terdapat masalah teknis dalam pengelolaan media sosial yang kurang bertanggung jawab sehingga membuat pihak dari restoran redwood membuat akun baru untuk tetap meningkatkan pengunjung. Pembuatan akun media social instagram restoran redwood kemudian kembali aktif pada bulan Maret 2024 hingga saat ini. Akun lama restoran Redwood vakum dari tahun 2023 tepatnya di bulan Desember sampai Februari. Meski pernah vakum, konsep yang diusung Redwood resto pada akun terbarunya tidak berubah,

sehingga memudahkan audiens untuk tetap mendapatkan informasi yang sama, meski dalam akun yang terbaru. Hal tersebut masih menjadi usaha peningkatan media sosial instagram, yang mana akan terus diupayakan hingga menjadi kuliner yang terpopuler.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan media sosial instagram @redwood_restokopi dalam memanfaatkan media social Instagram dalam meningkatkan pengunjung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial instagram @redwood_restokopi dalam meningkatkan pengunjung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diantaranya adalah :

1.1.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah literature pustaka di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Penelitian ini juga diharapkan menjadi bahan referensi atau masukan bagi penulis lain untuk menggali lebih dalam mengenai pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemanfaatan media sosial instagram sebagai strategi promosi restoran kuliner oleh Redwood.

1.1.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membawa wawasan baru tentang bagaimana bentuk pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi kuliner pada restoran Redwood di daerah istimewa Yogyakarta. Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi restoran yang lain untuk dapat memanfaatkan media sosial agar membantu pekerjaannya, juga dapat membuka wawasan baru bagi masyarakat dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya pemanfaatan media sosial dengan baik agar dapat bermanfaat dan membantu dalam kegiatan promosi kuliner.

1.5 Metodologi Penelitian

1.1.3 Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma kualitatif. Paradigma kualitatif berorientasi dan berlandas pada filsafat postpositivisme dan digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti menjadi instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada generalisasi.¹ Paradigma postpositivisme adalah sebuah paradigma yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik/utuh, kompleks, dinamis dan penuh

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

makna.² Perubahan akan cara pandang mengenai realitas tersebut akhirnya memunculkan paradigma kualitatif.

1.1.4 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif pada aktivitas penyebaran informasi dan promosi yang dilakukan oleh Restoran Redwood dengan memanfaatkan media sosial Instagram. Penelitian deskriptif kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati.³ Metode deskriptif kualitatif yaitu menganalisis, menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi dan situasi dari berbagai data yang dikumpulkan melalui wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan.⁴ Tujuannya adalah untuk mengetahui secara mendalam suatu masalah dan melaporkan deskripsi kasus mengenai pemanfaatan media sosial restoran redwood dalam meningkatkan pengunjung yang dilakukan oleh Restoran Redwood melalui media sosial Instagram.

1.6 Subjek & Objek Penelitian

1.6.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah pihak yang berkaitan dengan yang diteliti (informan atau narasumber) untuk mendapatkan informasi

² Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (CV. syakir Media Press, 2021).

³ Bogden Robert and Steven Taylor, *Pengantar Metode Kualitatif* (Surabaya: Usaha Nasional, 2006).

⁴ Sri Lindawati, "Penggunaan Metode Deskriptif Kualitatif Untuk Analisis Strategi Pengembangan Kepariwisata Kota Sibolga Provinsi Sumatera Utara," *Seminar Nasional APTIKOM (SEMNASTIKOM), Hotel Lombok Raya Mataram*, 2016, 833–37.

terkait data penelitian yang merupakan sampel dari sebuah penelitian.⁵ Peneliti memilih subjek penelitian sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan agar data yang diberikan dapat lebih relevan.

Kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- Terlibat dalam pengelolaan akun media sosial Instagram @redwood_restokopi.
- Terlibat secara langsung pada proses pembuatan dan publikasi konten pada akun media sosial Instagram @redwood_restokopi.

Berdasarkan kriteria tersebut, subjek pada penelitian ini adalah Bidang Pemasaran Restoran Redwood Daerah yang mengelola seluruh akun media sosial dari @redwood_restokopi. Narasumber yang akan dimintai informasi mengenai pemanfaatan media sosial instagram pada akun @redwood_restokopi sebagai media promosi kuliner Restoran adalah jimny, Selaku Kepala Seksi Pengelolaan Informasi restoran Redwood sekaligus penanggung jawab dan pengelola dari seluruh akun media sosial @redwood_restokopi.

1.6.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah variabel yang diteliti oleh peneliti di tempat penelitian dilakukan di Restoran Redwood dan akun media sosial Instagram yang dikelolanya yaitu

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

@redwood_restokopi. Alasan peneliti memilih objek tersebut adalah karena seperti yang diketahui Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah yang menyimpan segudang Kuliner di dalamnya, dan peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana cara restoran Redwood menarik minat masyarakat untuk datang melalui akun media sosial instagram yang dikelolanya yaitu @redwood_restokopi.

1.7 Jenis Data

1.7.1 Data Primer

Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari narasumber asli atau pertama. Data primer dalam penelitian ini didapatkan melalui observasi dan wawancara. Peneliti mengobservasi apa saja konten yang diunggah melalui akun instagram @redwood_restokopi dan melakukan wawancara dengan narasumber yang bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai bagaimana aktivitas penyebaran informasi dan promosi yang dilakukan oleh Restoran Redwood melalui pemanfaatan media sosial Instagram.

1.7.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara, data sekunder pada penelitian ini didapatkan melalui analisis jurnal, buku, skripsi dan kajian ilmiah dan kajian ilmiah serta sumber-sumber relevan yang terkait dengan

topik penelitian saat ini secara mendalam. Data sekunder ini diambil dengan tujuan untuk melengkapi informasi yang telah diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

1.8 Teknik pengumpulan data

1.8.1 Observasi

Observasi atau pengamatan adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengamati secara langsung sasaran atau objek penelitian dan merekam peristiwa serta perilaku secara wajar, asli, tidak dibuat-buat dan spontan dalam kurun waktu tertentu, sehingga diperoleh data yang cermat, mendalam dan rinci.⁶ Observasi dilakukan melalui sebuah pengamatan disertai dengan pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.⁷ Metode observasi dapat dimaksudkan sebagai suatu cara pengambilan data melalui pengamatan langsung terhadap situasi atau peristiwa yang ada di lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati konten postingan dari akun media sosial Instagram @redwood_restokopi. Pengamatan yang dilakukan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data tentang pemanfaatan media yang melalui akun instagram @redwood_restokopi dalam meningkatkan pengunjung.

1.8.2 Wawancara

⁶ Saleh and Sirajuddin, *Analisis Data Kualitatif* (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017).

⁷ Abdurrahman Fatoni and 2011, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, n.d.).

Wawancara didefinisikan sebagai sebuah interaksi yang didalamnya terdapat pertukaran atau pembagian aturan tanggung jawab, perasaan kepercayaan, motif, dan informasi. Tujuan dari wawancara adalah untuk mengetahui apa yang terkandung dalam pikiran dan hati seseorang, bagaimana pandangannya, dan hal-hal yang tidak diketahui peneliti melalui observasi.⁸ Wawancara merupakan bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden, komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab. Pada wawancara ini metode yang digunakan adalah metode wawancara semi-terstruktur dimana pewawancara telah menyiapkan panduan wawancara yang berisi topik dan daftar pertanyaan sebelum aktivitas wawancara dilakukan.

1.8.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara memperoleh data dan informasi berupa buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.⁹ Dokumentasi berguna sebagai cara mengumpulkan data yang kemudian ditelaah secara seksama dan diolah agar menjadi informasi yang berguna bagi penelitian. Dalam penelitian ini, dokumentasi yang digunakan ada pada media sosial instagram @redwood_restokopi.

⁸ Herdiyanto, *Buku Ajar Psikologi Sosial* (Denpasar, 2016).

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

1.9 Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian kualitatif berdasar pada tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Tiga alur tersebut yaitu:

1.9.1 Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan dan pemusatan perhatian pada penyederhanaan data yang muncul. Reduksi data merupakan suatu bentuk pengorganisasian data dengan menyeleksi dan membuang data yang tidak diperlukan sehingga terbentuk kesimpulan akhir.

1.9.2 Penyajian Data

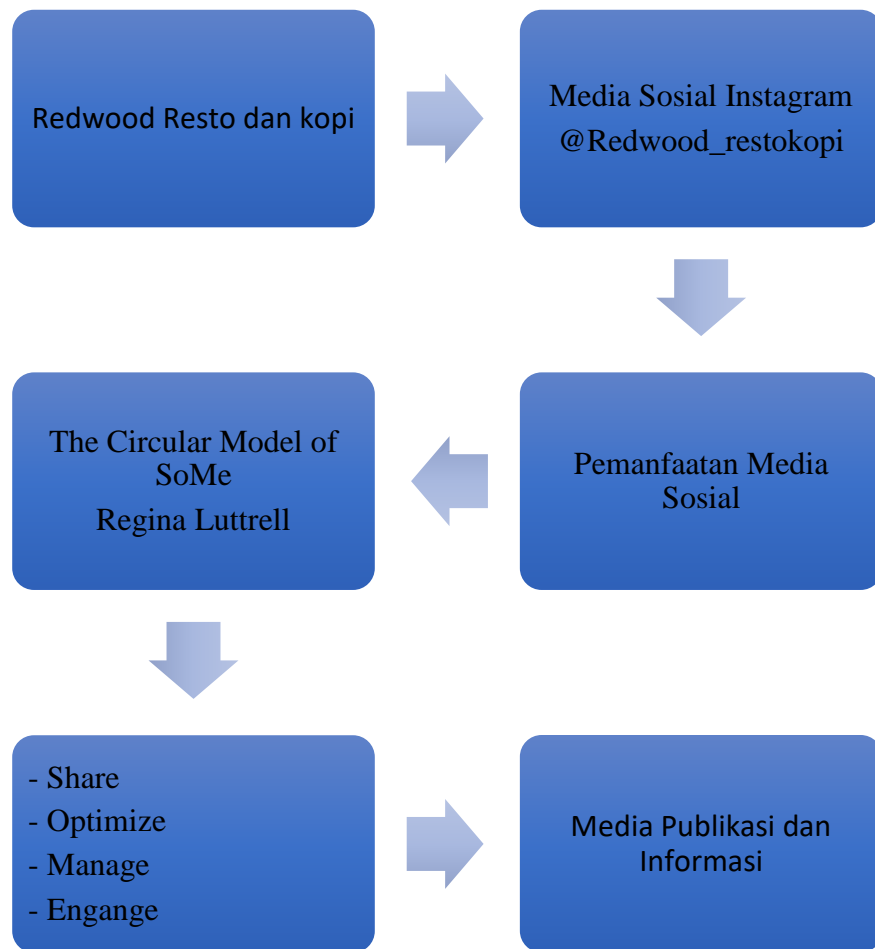
Penyajian data merupakan hal yang penting karena proses ini sangat membantu peneliti dalam mendeskripsikan data agar lebih mudah dipahami sehingga memudahkan saat proses penarikan kesimpulan. Pada proses ini, data dan informasi yang telah terkumpul dimasukkan ke dalam matriks sehingga lebih mudah untuk menemukan pola dan hubungan data satu dengan data lainnya.

1.9.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Data dan Informasi yang telah tersusun kemudian akan memungkinkan untuk ditarik kesimpulan sementara. Kesimpulan sementara tersebut masih belum jelas dan perlu diverifikasi lebih lanjut.

1.10 Kerangka Konsep, Definisi Konsep Dan Operasional Konsep

1.10.1 Kerangka Konsep



1.10.2 Definisi Konsep

Konsep	Definisi
Teori Pemanfaatan Media Sosial Model SOME	The Circular Model of Some merupakan sebuah model yang diciptakan oleh Regina Luttrell agar memudahkan para praktisi media sosial untuk melakukan perencanaan komunikasi.
Media Sosial Instagram	Instagram merupakan layanan jejaring sosial berbagi foto dan video yang dimiliki oleh perusahaan Amerika, Meta

	<p>Platforms. Instagram diciptakan oleh Mike Kriger dan Kevin System pada Oktober 2010. Instagram memungkinkan pengguna untuk mengunggah media yang dapat diedit dengan filter atau diatur dengan tagar dan penandaan geografis. Pengguna bisa menelusuri konten yang dibagikan oleh pengguna lain, melihat konten yang sedang tren, menyukai foto, dan mengikuti pengguna lain.</p>
<p>Promosi</p>	<p>Promosi merupakan aktivitas pemasaran yang bertujuan menyebarkan informasi (informing), mempengaruhi atau membujuk (persuading), dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan atau produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (reminding)</p>
<p>Kuliner</p>	<p>Kuliner adalah sesuatu hal yang berhubungan dengan masakan. Kuliner juga mempunyai arti sebagai sesuatu olahan yang berupa masakan, minuman, atau lauk pauk yang telah diolah. Ranah kuliner pada saat ini telah mengalami perkembangan yang pesat, makanan atau kuliner telah menjadi salah satu identitas suatu wilayah didalam sebuah Negara</p>

Media Publikasi dan Informasi	Media sosial telah menjadi platform utama untuk publikasi dan penyebaran informasi di era digital.
--------------------------------------	--

1.10.2.1 Media Sosial Instagram

Instagram merupakan layanan jejaring sosial berbagi foto dan video yang dimiliki oleh perusahaan Amerika, Meta Platforms. Instagram diciptakan oleh Mike Kriger dan Kevin Systrom pada Oktober 2010. Instagram memungkinkan pengguna untuk mengunggah media yang dapat diedit dengan filter atau diatur dengan tagar dan penandaan geografis. Pengguna bisa menelusuri konten yang dibagikan oleh pengguna lain, melihat konten yang sedang tren, menyukai foto, dan mengikuti pengguna lain.

1.10.2.2 Pemanfaatan Media Sosial The Circular Model Of The SoMe

Pemanfaatan berasal dari kata kata dasar manfaat yang berarti guna atau faedah. Menurut kamus besar bahasa Indonesia Kontemporer, Pemanfaatan memiliki makna proses, perbuatan memanfaatkan.¹⁰

Istilah pemanfaatan berasal dari kata manfaat yang berarti faedah dan diberi imbuhan pe-an sehingga berarti proses atau perbuatan memanfaatkan. Jadi dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial berarti segala cara dan perbuatan memanfaatkan media sosial

¹⁰ Peter Salim and Yenny Salim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer* (Jakarta: Modern English Press, 2002).

agar bisa berguna dan bermanfaat demi mencapai tujuan tertentu, dan dalam hal ini media sosial yang dimanfaatkan adalah Instagram. Pada penelitian ini peneliti menggunakan konsep pemanfaatan media sosial The Circular Model of Some atau Model Sirkuler Media Sosial. The Circular Model of Some merupakan sebuah model yang diciptakan oleh Regina Luttrell agar memudahkan para praktisi media sosial untuk melakukan perencanaan komunikasi.¹¹

¹¹ Regina Luttrell, *Social Media : How to Engage, Share, and Connect* (London, New York: Rowman & Littlefield, 2015), https://books.google.co.id/books?id=72VVBAQAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false .

1.10.3 Definisi Operasional

Konsep	Indikator	Definisi operasional dan daftar pertanyaan
<i>Share</i>	<i>Identity channel</i>	Media apa yang digunakan menjadi saluran untuk menyebarkan konten atau identitas khusus dari redwood resto kopi.
	<i>Connect</i>	Cara untuk terkoneksi atau terhubung dengan konsumen atau audiens lain pada media yang digunakan.
	<i>Build trust</i>	Membangun kepercayaan dengan menyajikan informasi yang bermanfaat sebagaimana fakta yang ada di lapangan pada media yang dipilih.
<i>Optimize</i>	<i>Listen & learn</i>	Media mengerti bahwa jenis konten yang harus dibagikan seperti apa kepada audiensnya.

	<i>Take a part in authentic communication</i>	Tindakan atau sikap yang diambil untuk mempelajari media sosial itu sendiri yakni melihat perkembangan dan tren yang sedang berkembang sehingga akun @redwood_resto_kopi dapat menunjukkan eksistensinya dalam kegiatan bermedia sosial.
Manage	<i>Monitoring</i>	Cara yang digunakan dalam melakukan monitoring media.
	<i>Quick respon, realtime</i>	Merespon dengan cepat dan efektif audiens baik itu komentar, maupun direct message dari audiens
Engage	<i>Influencer /kolaborasi</i>	Memberi daya Tarik dengan melibatkan hal-hal yang menarik perhatian khalayak. Cara akun @redwood_resto_kopi memberi pengaruh atau mempersuasif audiensnya untuk berkunjung ke resto melalui akun media sosialnya.

1.10.3.1 The Circullar Model of SoMe (Regina Luttrell)

Terdapat empat aspek penting dalam The Circular Model of SoMe Regina Luttrell, keempat aspek tersebut memiliki fungsi, kekuatan dan fungsi pada bagiannya masing-masing. Berikut adalah penjelasan mengenai konsep The Circular Model of SoMe menurut Regina Luttrell dalam bukunya *Social Media: How To Engage, Share and Connect*. Peneliti menggunakan teori dari Regina Luttrell yaitu The Circular Model of SoMe (Model Circular Some) dalam teori terdapat 4 tahapan yaitu:

1. Share

Tahapan ini tahapan bagaimana Resto Redwood mengelola sosial media Instagram sebagai media publikasi dan penyebaran informasi sebagai interaksi terhadap Masyarakat melalui like, komentar yang didapat. Semakin banyak like dan komentar yang didapat, maka semakin banyak pula akun instagram @Redwoodrestokopi tersebut menjangkau public.

2. Optimize

Setiap media sosial memiliki karakteristik yang berbeda, maka dari itu pesan atau konten yang akan disampaikan hendaknya dioptimalkan sebaik mungkin, setelah itu organisasi harus mendengarkan, mempelajari dan menjadi bagian dari apa yang sedang dibicarakan oleh publik. Restoran Redwood melalui akun instagram

@redwood_restokopi juga telah melakukan optimalisasi media sosial dengan baik dengan mengunggah konten yang beragam dan selalu mendengarkan apa yang diinginkan publik melalui fitur komentar dan pesan yang masuk melalui DM (*Direct Massage*).

3. Manage

Tahap ini menunjukkan pentingnya pengelolaan sistem manajemen media sosial. Hal utama yang dapat dilakukan pada tahap ini adalah melakukan media monitoring, memberikan respon cepat dan berinteraksi secara langsung di media sosial. Pada tahap ini Redwood Resto & Kopi telah mengelola akun instagram @redwood_restokopi dengan baik dan telah melakukan media monitoring melalui fitur *insight*, *hashtag*, dan pesan yang menandai akun @ redwood_restokopi. Selain itu @redwood_restokopi juga memberikan respon dengan membalas komentar di konten yang diunggah dan berinteraksi melalui fitur *live* instagram.

4. Engage

Dalam pengelolaan media sosial, organisasi harus memperhatikan hubungan dengan orang yang dapat menarik massa.¹² Pada tahap *engage* @redwood_restokopi sering berkolaborasi dengan *influencer* dan akun-akun yang juga mempromosikan pariwisata dengan fitur postingan bersama.

¹² Pakpahan, A, Van Bastern & Dr. Amalia Djuwita Dra., MM, 2019, '*Penggunaan Circular Model of SoMe Melalui Instagram @Trademark_Bdg*', e-Proceeding of Management, Vol. 6, No. 2, hh. 5197-5205.

