

BAB I

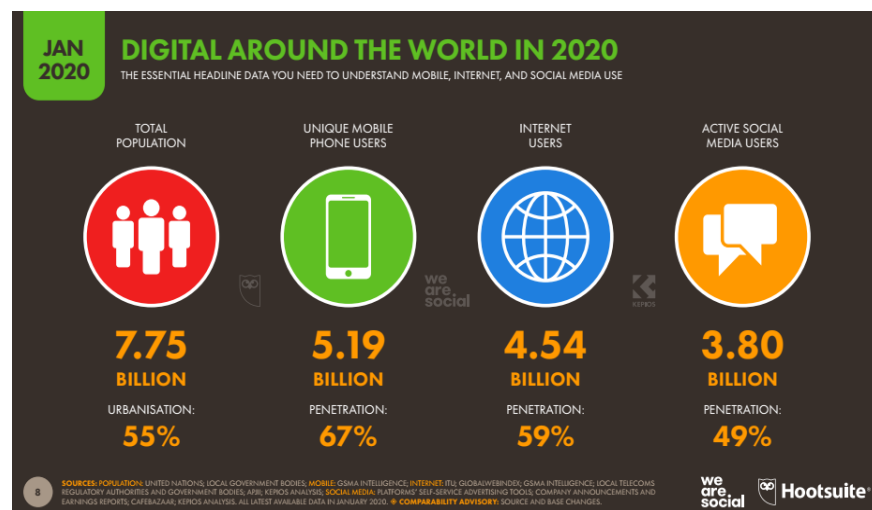
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya zaman, semakin banyak pula temuan-temuan baru yang semakin memudahkan aktivitas manusia, salah satunya adalah teknologi. Teknologi merupakan hal yang tidak dapat di pisahkan atau di jauhkan dari kehidupan manusia,hal ini di karenakan teknologi telah menjadi kebutuhan pokok masyarakat modern pada saat ini.Salah satunya adalah teknologi informasi yaitu *smarphone* yang mana pada *smarphone* itu sendiri banyak sekali berbagai media komunikasi yang memudahkan seseorang untuk melakukan komunikasi,komunikasi menjadi bagian tidak terpisakan dari kehidupan manusia dimanapun berada, karena komunikasi di perlukan oleh seeorang untuk melakukan interaksi sosial dengan individu lain maupun masyarakat luas.Salah satu komunikasi yang paling diminati oleh manusia pada saat ini adalah komunikasi menggunakan internet. Dengan semakin berkembangnya pengguna internet yang semakin pesat, maka arus pertukaran informasi semakin cepat. Hal ini yang membuat manusia lebih memilih menggunakan komunikasi melalui internet karena memudahkan penggunanya untuk melakukan interaksi dan berkomunikasi satu sama lain tanpa adanya batasan.Reset yang di lakukan oleh agensi marketing social we are social yang bekerja sama dengan layanan media daring houtsuite mengungkapkan bahwa pada tahun 2020 pengguna internet di seluruh dunia telah mencapai angka 4,5 milyar orang.ini menunjukkan bahwa pengguna internet telah mencapai 60 persen

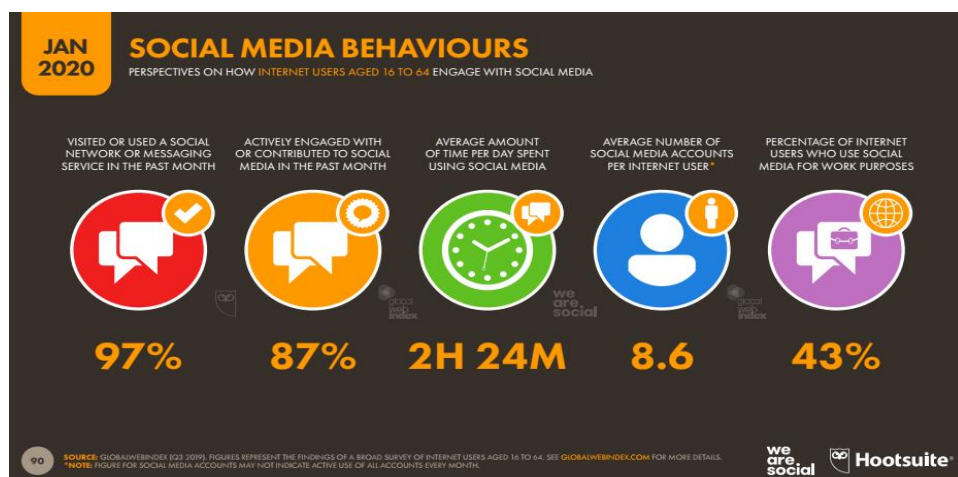
penduduk dunia atau lebih dari separuh penduduk bumi, dari 4,5 milyar pengguna internet dunia, ternyata **3,8 milyar** sudah menggunakan sosial media. Angka ini jelas fantastis, sebab dengan perbandingan seperti ini pengguna media sosial itu ibarat ada 10 orang berkumpul dan ada 8 orang yang telah menggunakan sosial media. Sedangkan di Indonesia sendiri pengguna media social mencapai angka 160 juta jiwa dari 175,4 juta penggun internet yng ada di Indonesia. seperti pada gambar 1.1 di bawah ini.

Gambar 1. 1 Lanskap digital dunia 2020



Sumber: WeareSocial dan Hootsuite

Gambar 1. 2 tentang lanskap digital dunia 2020



Sumber: WeareSocial dan Hootsuite tentang lanskap digital dunia

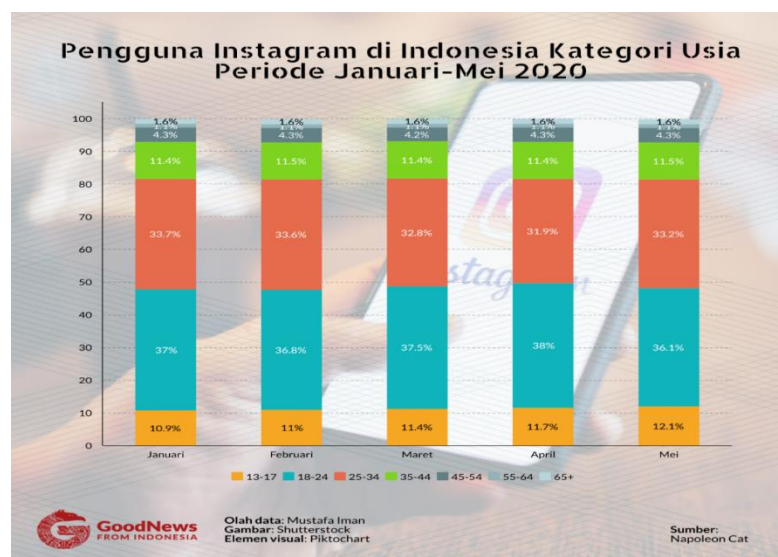
Media sosial adalah sebuah media online, dengan adanya media sosial, para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial merupakan situs dimana seseorang dapat membuat web page pribadi dan terhubung dengan setiap orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Sangat mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama bagi seseorang dalam membuat akun di media sosial. Salah satu media sosial yang cukup populer di kalangan masyarakat adalah media sosial Instagram, pada awalnya Instagram hanya digunakan sebagai media untuk memuaskan hasrat pribadi dengan cara membagikan kegiatan pribadi pada Instagram itu sendiri, namun seiring berjalannya waktu Instagram juga digunakan sebagai alat promosi sebuah usaha, dimana hal ini sangatlah menguntungkan pelaku bisnis yang ada di Indonesia.

Pengguna Instagram di Indonesia pada tahun 2020 mengalami perkembangan yang cukup pesat, yaitu memiliki 63 juta jiwa, maka tak heran jika Indonesia menjadi Negara dengan pengguna Instagram terbanyak no.4 di dunia. Pengguna Instagram di Indonesia banyak memanfaatkan Instagram untuk

menunjukkan eksistensi pada media sosial, ataupun untuk kepentingan bisnis. Berdasarkan informasi di atas, dapat di tarik kesimpulan bahwa instagram merupakan media social yang cukup di minati masyarakat, khususnya di Indonesia. Hal ini tidak lepas dari fitur fitur yang di sediakan oleh instagram sangatlah menarik,dan menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat Indonesia untuk menggunakan instagram.beberapa fitur yang menjadi daya tarik pada instagram antara lain,berbagi foto,video, ,instagram tv, live dan instagram story dengan efek efek yang menarik.Dengan tersedianya fitur fitur yang menarik tersebut,memudahkan pengguna instagram untuk saling berbagi informasi baik terkait informasi aktivitas pribadi maupun kepentingan bisnis. Selain sebagai komunikasi pribadi ,instagram juga digunakan sebagai alat promosi dalam hal berbisnis.instagram memudahkan pelaku bisnis di Indonesia dalam hal melakukan promosi produknya kepada masyarakat luas mealui internet.dengan adanya media sosial instagram memudahkan produsen dalam hal melakukan promosi tentang produknya,agar dapat di ketahui oleh masyarakat luas .begitu juga bagi konsumen,konsumen juga diuntungkan dengan adanya instagram,yaitu dengan adanya instagram,konsumen lebih banyak memiliki referensi barang yang dia cari. Di antara kelebihan instagram yang membuat pelaku bisnis tertarik untuk mempromosikan produk mereka adalah instagram memiliki jangkauan yang luas karena penggunaanya yang tinggi dan menyebar di seluruh dunia.selain itu media sosial instagram merupakan media yang di khususkan untuk membagikan gambar dan video yang membuatnya gampang untuk di gunakan.sehingga memudahkan penggunaanya untuk menangkap pesan yang di sampaikan melaui tampilan tersebut,karena tampilan utama yang di tangkap oleh para konsumen adalah berupa gambar visual.,oleh karena itu media sosial instagram sangatlah bagus bila

di gunakan sebagai media promosi pada era visual ini. Instagram mempunyai beberapa fitur menarik untuk memikat penggunanya, seperti unggah foto dan video, instagram story, dan live instagram. yang mana fitur fitur tersebut sangat cocok dengan perilaku anak millennial yang ada di Indonesia, maka tak heran jika penggun inststagram di Indonesia di dominasi oleh golongan usia produktif,yakni pada rentang 18-34 tahun,atau yang biasa kita sebut dengan kaum millennial.

Gambar 1. 3 Pengguna Instagram di indonesia kategori usia 2020



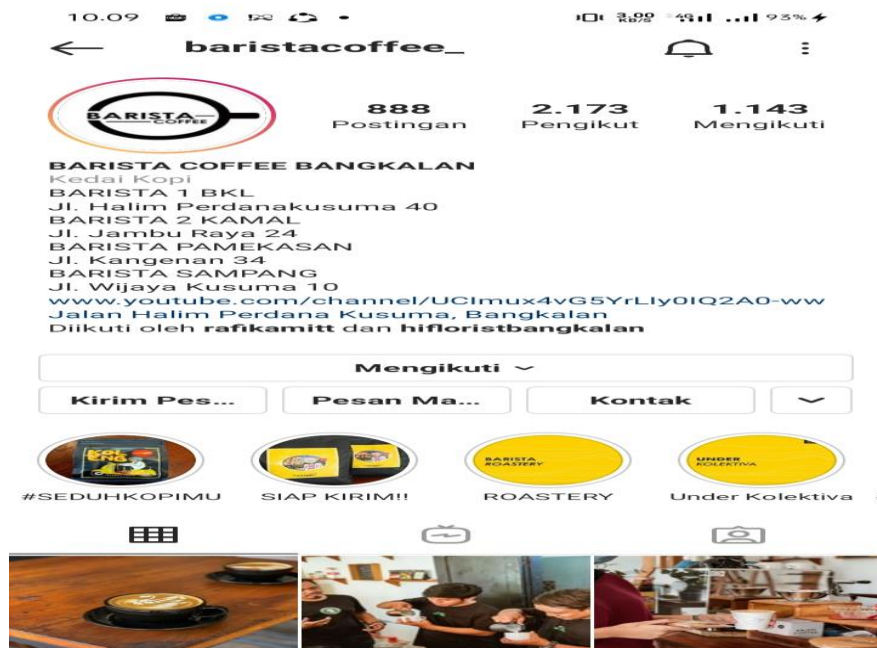
Sumber: goodnews Indonesia)

Dengan kondisi seperti pada gambar 1.3 di atas,memunculkan peluang bagi pelaku bisnis untuk memanfaatkan instagram sebagai media promosinya terutama dalam bidang bisnis yang banyak di minati oleh kaum millennial .tentunya pada saat ini para pelaku bisnis saling berlomba lomba dalam mempromosikan bisnisnya masing masing agar semakin banyak orang yang mengetahui keberadaan busnisnya.salah satu bisnis yang populer di kalangan millennial adalah café atau coffeshope, karena selain mereka bias bersantai untuk nongkrong,mereka juga biasa membagikan aktivitas mereka di media

sosial, terutama instagram. salah satu coffeshop yang memanfaatkan media sosial instagram sebagai media promosinya adalah Barista Coffee Bangkalan.

Barista Coffee Bangkalan berdiri pada tahun 2014 yang bermula dari sebuah kedai kecil yang berukuran 3x4 meter dan bertempat di Jl. Halim Perdana Kusuma, Bangkalan. Barista Coffee Bangkalan menyediakan beberapa produk aneka makanan dan minuman untuk dijadikan cemilan saat bersantai di café. Tidak hanya mengandalkan produk saja, Barista Coffee Bangkalan juga terus mengikuti perkembangan zaman dalam mempromosikan bisnisnya, salah satunya dengan menggunakan media sosial instagram sebagai media promosi Barista Coffee Bangkalan. Dipilihnya Instagram sebagai media promosi karena kebanyakan dari target pasar Barista Coffee Bangkalan kebanyakan adalah pengguna Instagram. Sebenarnya sejak awal berdirinya yaitu pada tahun 2014, Barista Coffee Bangkalan telah menggunakan instagram sebagai media promosinya, namun bukan menggunakan akun atas nama barista coffee bangkalan melainkan menggunakan akun pribadi milik ownernya yaitu herry ahmad dan baru menggunakan akun atas nama @Barista Coffee Bangkalan pada tahun 2017 setelah 2 tahun vakum dan kembali dengan menggunakan akun instagram resminya. akun @batista coffee bangkalan sendiri memiliki jumlah *followers* 2,173 *followers*. dengan jumlah *followers* yang telah mencapai 2.173 tersebut, membantu barista coffee bangkalan untuk memasarkan produknya.

Gambar 1. 4 Screenshot profil instagram Barista Coffee Bangkalan



sumber:Instagram Barista Coffee Bangkalan

Dengan adanya peluang untuk melakukan promosi melalui Instagram membuat café café yang ada di Bangkalan berlomba-lomba untuk melakukan promosi melalui Instagram, tidak hanya Barista Coffee Bangkalan, café café lain juga menggunakan Instagram sebagai salah satu media promosinya, seperti: one cup coffee, M café, Palenggien café, B coffee, NOBI's CAFÉ & RESTO, BNS Café and Resto, Coffin coffee Bangkalan dan lain-lain. Dengan adanya pesaing yang sama-sama menggunakan Instagram sebagai media promosinya, maka perlu dilakukannya promosi yang efektif agar promosi yang dilakukan membuahkan hasil yang maksimal. Karena keefektifan penggunaan media sosial Instagram sendiri tergantung pada pemiliknya dan bagaimana cara penggunaannya.

Setiap harinya Barista Coffee Bangkalan melakukan promosi produknya menggunakan foto dan video yang diunggah melalui akun Instagram @Barista Coffee Bangkalan. Foto dan video yang diunggah mengandung pesan promosi dan

kalimat yang berusaha untuk membangun komunikasi dengan pengikutnya. dan pengikutnya dapat memberikan respon dengan cara memberi like ataupun komentar pada postingan yang di unggah .setiap harinya *followers* @Barista Coffee Bangkalan semakin bertambah sehingga memudahkan barista coffee bangkalan dalam mempromosikan produknya. Namun, penambahan *followers* setiap harinya tidak drastis dan kadang juga tidak bertambah, bahkan terkadang pada beberapa postingan akun @Barista Coffee Bangkalan terlihat kurangnya interaksi dari para pengikutnya, hal itu terlihat dari like yang sedikit dan komentar yang juga sedikit bahkan ada juga postingan yang tidak ada komentar dari pengikutnya. Dengan adanya fenomena ini dan berdasarkan pemaparan owner Barista Coffee Bangkalan, peneliti melihat kurangnya keefektifan penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosinya untuk mencapai tujuan yang di inginkan.

Dengan fenomena yang disampaikan tentang strategi promosi yang di lakukan oleh Barista Coffee Bangkalan dengan menggunakan media sosial instagram, menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana promosi melalui media sosial instagram yang di lakukan oleh barista coffee bangkalan. kemudian dengan pertanyaan tersebut peneliti mengambil judul **“EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI (studi kasus pada @Barista Coffee Bangkalan)**. hal ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial instagram sebagai media promosi oleh Barista Coffee Bangkalan. penelitian ini nantinya diharapkan untuk menjadi bahan pertimbangan bagi Barista Coffee Bangkalan agar nantinya bisa lebih baik lagi dalam menggunakan media sosial instagram sebagai media promosinya.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di sampaikan di atas, peneliti menyusun rumusan masalah sebagai berikut:

Efektivitas media sosial instagtam digunakan sebagai media promosi oleh barista coffee bangkalan?

1.3 .Tujuan penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah:

Untuk Mengetahui efektifitas penggunaan media sosialInstagram sebagai media promosi pada Barista Coffee Bangkalan dengan menggunakan media analysis, conversation analysis,dan network analysis.

1.4 .Manfaat penelitian

a) Bagi peneliti

penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan membantu untuk memperaktekkan ilmu yang di peroleh selama di bangku kiuliah.

b) Bagi pembaca

di harapkan menjadi Penelitian ini informasi dapat menjadi tambahan serta pengetahuan bagi pembaca dan juga bias tambahan referensi dalam melakukan penelitin kualitatif bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan metode kualitatif.

c) Bagi Barista Coffee Bangkalan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi Barista Coffee Bangkalan dalam menggunakan media sosial instagram sebagai media promosinya agar lebih maksimal lagi dalam penggunaannya.