

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis saat ini menjadi tantangan baru bagi pelaku usaha untuk tetap bertahan dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan tentu mengharapkan peningkatan pendapatan secara berkelanjutan, dan upaya untuk meningkatkan pendapatan ini sangat penting bagi perkembangan bisnis. Teknologi merupakan salah satu inovasi penting yang muncul seiring dengan pesatnya perkembangan zaman. Kehadiran smartphone dan perangkat komunikasi lainnya telah mempermudah interaksi dan pertukaran informasi dengan orang-orang di mana saja dan kapan saja. Berbagai aplikasi yang tersedia di smartphone memungkinkan pengguna memanfaatkannya sebagai alat yang dapat digunakan dalam konteks promosi.

Kegiatan promosi yang dilakukan bertujuan untuk menyebarkan informasi dan menarik perhatian, serta menciptakan dan meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Tujuan dari promosi adalah untuk mendorong konsumen agar memiliki keinginan untuk membeli produk atau jasa yang tersedia. Oleh karena itu, penting untuk mempengaruhi cara berpikir konsumen agar mereka melakukan pembelian. Selain itu, metode promosi yang digunakan harus efektif dan menarik, sehingga memberikan kesan bahwa konsumen tidak menginginkan produk lain selain yang ditawarkan kepada mereka.

Promosi merupakan aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh individu atau perusahaan kepada masyarakat umum. Tujuan dari promosi adalah untuk memperkenalkan suatu produk (barang, jasa, merek, atau perusahaan) kepada

masyarakat serta mempengaruhi mereka agar membeli dan menggunakan produk tersebut.(Jakarta et al. 2024:261).

Media sosial adalah platform yang berisi konten yang dibuat oleh pengguna dan di distribusikan melalui inovasi yang mudah di akses, Media ini dirancang untuk memfasilitasi komunikasi, interaksi, dan kolaborasi antara individu serta masyarakat secara keseluruhan. Saat ini, hiburan berbasis web banyak digunakan dalam praktik bisnis, terutama dalam bidang pemasaran, di mana hiburan virtual berfungsi sebagai alat untuk mempromosikan merek.

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang sangat populer dan dimiliki oleh perusahaan Facebook, yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi berbagai jenis konten, baik dalam bentuk video maupun gambar. Dengan fitur-fitur yang beragam dan inovatif, seperti *stories* yang memungkinkan pengguna untuk membagikan momen sehari-hari secara temporer, Reels yang menawarkan format video pendek yang kreatif, dan IGTV yang memungkinkan unggahan video berdurasi lebih panjang, pengguna dapat mengekspresikan kreativitas mereka dengan cara yang unik dan menarik, (Maharani et al. 2020:4)

Dalam lima tahun terakhir, penggunaan Instagram tumbuh pesat, dengan jumlah pengguna di Indonesia mencapai 104,8 juta pada Oktober 2023. Secara global, pengguna Instagram diperkirakan mencapai 1,74 miliar pada Februari 2025. Ini menunjukkan bahwa Instagram sangat populer (Julius, 2025).

Selain itu, Instagram juga menyediakan berbagai alat dan filter untuk mengedit foto dan video, sehingga pengguna dapat menciptakan konten yang tidak hanya menarik tetapi juga berkualitas tinggi. Platform ini juga memungkinkan interaksi sosial yang lebih dalam melalui komentar, likes, dan direct messages,

sehingga pengguna dapat terhubung dan berkomunikasi dengan teman, keluarga, serta orang-orang dari seluruh dunia. Dengan komunitas yang luas dan beragam, Instagram menjadi tempat yang ideal untuk berbagi pengalaman, menemukan inspirasi, dan membangun jaringan sosial yang kuat. Oleh karena itu, banyak pelaku bisnis yang memanfaatkan Instagram sebagai media untuk mempromosikan produk dan layanan mereka, mengingat potensi besar yang dimiliki platform ini dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

Instagram berperan penting dalam strategi promosi modern sebagai platform media sosial visual yang memungkinkan bisnis dan merek untuk membangun kesadaran merek, meningkatkan interaksi pelanggan, dan mendorong penjualan melalui konten yang menarik dan mudah dibagikan. Dengan fitur seperti posting foto dan video, Stories yang bersifat sementara, serta Reels yang dirancang untuk konten pendek dan viral, Instagram memfasilitasi pembuatan konten autentik yang dapat menjangkau audiens global secara real-time, memungkinkan pemasar untuk menampilkan produk, layanan, atau cerita merek dengan cara yang lebih personal dan imersif dibandingkan media tradisional. Strategi promosi di Instagram sering melibatkan influencer marketing, di mana kolaborasi dengan akun berpengaruh dapat memperluas jangkauan dan membangun kepercayaan, sementara iklan berbayar melalui Instagram Ads memungkinkan targeting presisi berdasarkan demografi, minat, lokasi, dan perilaku pengguna, sehingga kampanye promosi menjadi lebih efisien dan terukur dengan metrik seperti engagement rate, reach, dan conversion. Selain itu, fitur interaktif seperti live streaming, polling dalam Stories, dan direct messaging memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan, yang dapat digunakan untuk mengumpulkan feedback, menjalankan

kontes, atau memberikan dukungan pelanggan, sehingga memperkuat loyalitas merek dan mendorong word-of-mouth marketing.

Dalam konteks e-commerce, integrasi dengan fitur belanja seperti shoppable posts dan checkout langsung memudahkan transaksi, menjadikan Instagram sebagai alat multifungsi yang tidak hanya mempromosikan produk tetapi juga mengubah pengikut menjadi pelanggan aktif, dengan data analitik yang membantu menyempurnakan strategi berdasarkan performa konten, sehingga secara keseluruhan, Instagram berfungsi sebagai jembatan antara merek dan konsumen di era digital, di mana visual storytelling dan komunitas online menjadi kunci keberhasilan promosi.

Namun, penting untuk diingat bahwa karena sifatnya yang sangat visual, Instagram juga dapat menjadi platform di mana informasi palsu atau tidak akurat dapat menyebar dengan cepat. Oleh karena itu, pengguna harus bijak dalam menggunakan media sosial dengan melakukan evaluasi lebih lanjut dan memfilter berita atau konten yang mereka baca atau lihat.

Jameun Kupie merupakan salah satu kedai kopi yang pertama hadir di kabupaten Bireuen, dengan mengusung tema klasik yang membuatnya berbeda dan menarik dibandingkan dengan kedai kopi lainnya, Jameuen Kupie memanfaatkan platform Instagram sebagai alat promosi, untuk memperkenalkan kedai mereka, mempromosikan produk-produk yang ditawarkan, berinteraksi dengan pelanggan, serta memperluas jangkauan pasar mereka, Melalui berbagai fitur yang tersedia di Instagram.

Akun Jameuen kupie telah berhasil menarik perhatian banyak orang dengan jumlah pengikut lebih dari 61.000. Dengan lebih dari 2.000 postingan yang telah

dibagikan, akun ini menunjukkan konsistensi dalam menghasilkan konten yang menarik dan relevan. Ada beberapa konten yang paling populer bahkan mendapatkan hampir 5.000 like, menandakan bahwa banyak orang yang menyukai konten tersebut. Keberhasilan ini mencerminkan daya tarik dan pengaruh Jameun Kupie di platform yang digunakan.

Dapat dilihat Jameun Kupie secara rutin mengelola akun Instagram mereka dengan memposting konten setiap hari, yang merupakan salah satu strategi utama untuk membangun eksistensi digital yang kuat. Dengan frekuensi posting yang tinggi, mereka tidak hanya menjaga keterlibatan audiens, tetapi juga memastikan bahwa akun mereka selalu terlihat di feed pengikut. Konten yang dibagikan bervariasi, mulai dari foto produk yang menggugah selera, video random yang memperlihatkan kedai dan makanan, hingga informasi mengenai promosi atau acara khusus.

Jameun Kupie juga aktif melakukan repost terhadap unggahan dari pengunjung atau pelanggan yang telah menikmati produk mereka, Jameun Kupie membangun kepercayaan dan kredibilitas di mata calon pelanggan lainnya. Repost ini juga berfungsi sebagai testimoni visual yang kuat, di mana calon pelanggan dapat melihat bagaimana produk Jameun Kupie dinikmati oleh orang lain.

Gambar 1. 1 Akun Instagram Jameuen Kupie



Sumber: Instagram @jameuen_kupie, (2025)

Dengan menggabungkan konten yang dihasilkan oleh pengunjung dengan konten yang mereka buat sendiri, Jameun Kupie menciptakan narasi yang lebih kaya dan menarik. Hal ini tidak hanya meningkatkan interaksi di akun mereka, tetapi juga mendorong lebih banyak pengunjung untuk membagikan pengalaman mereka, sehingga menciptakan efek viral yang dapat menarik perhatian lebih banyak orang. Secara keseluruhan, pemanfaatan akun Instagram sebagai media promosi oleh Jameun Kupie merupakan langkah strategis yang sejalan dengan tren pemasaran modern. Dengan memanfaatkan platform ini secara maksimal, Jameun Kupie dapat meningkatkan brand awareness, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya, meningkatkan penjualan produk mereka.

Dalam salah satu postingannya, Jameuen Kupie menawarkan pengalaman kuliner yang kaya dengan memperkenalkan empat makanan khas, yaitu Keupila Teukerabe, Dughok, Emping Breuh, dan Jagung Teukerabe. Selain itu, akun ini

juga menyajikan satu minuman khas, yaitu Kupa Khop. Dengan berbagai pilihan ini, Jameuen Kupie mengajak pengikutnya untuk menjelajahi dan menikmati kekayaan kuliner yang ada.

Gambar 1. 2 Menu Khas Jameuen Kupie



Sumber: Instagram @jameuen_kupie, (2025)

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Komunikasi Pemasaran Akun @Jameuen Kupie Dalam Meningkatkan Penjualan”

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka yang menjadi Fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi promosi yang diterapkan oleh akun Instagram @jameuenkupie dan dampaknya terhadap minat beli konsumen

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas yang menjadi rumusan masalah adalah:
"Bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh akun Instagram @jameuenkupie dapat meningkatkan minat beli konsumen?"

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai strategi promosi yang diterapkan oleh akun Instagram @jameuenkupie.

1.5 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini penulis berharap ada beberapa manfaat yang dihasilkan, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis, yaitu:

1.5.1 Manfaat Teoritis:

- a. Penelitian ini dapat memberikan wawasan atau informasi dan keilmuan kepada peneliti selanjutnya, terutama bagi mahasiswa dalam mengembangkan komunikasi pemasaran

1.5.2 Manfaat Praktis:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pemahaman kepada khalayak tentang komunikasi pemasaran di sosial media khususnya Instagram
2. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi kepada penerus kedepannya yang ingin melakukan tentang penelitian terkait.