

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman selalu disertai oleh kemajuan teknologi, yang memberikan banyak manfaat di berbagai bidang. Salah satunya adalah bidang komunikasi, di mana interaksi yang awalnya terbatas pada pertemuan tatap muka, kini telah meluas melalui penggunaan media komunikasi digital seperti *gadget*, komputer, dan berbagai teknologi lainnya, tanpa memerlukan kontak langsung. Kemajuan dalam teknologi informasi, khususnya dalam konteks komunikasi, telah membuat perusahaan dan bisnis mulai beradaptasi dengan memanfaatkan media komunikasi digital sebagai sarana pemasaran.

Komunikasi pemasaran memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi produk kepada konsumen. Dalam pelaksanaannya, komunikasi pemasaran bertujuan untuk mengenalkan suatu usaha dan berinteraksi dengan pelanggan dengan harapan mereka tertarik pada produk atau jasa yang ditawarkan oleh usaha tersebut. Aktivitas promosi atau pemasaran produk dan jasa melalui internet dikenal sebagai *digital marketing*. *Digital marketing* merupakan istilah umum untuk pemasaran yang ditargetkan, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital. Tujuan utamanya adalah mempromosikan merek, membentuk preferensi, dan meningkatkan penjualan.

Media komunikasi sangat penting untuk komunikasi yang bertujuan untuk menginformasikan produk kepada masyarakat. Media komunikasi berfungsi sebagai perantara, pengirim, dan penyalur informasi kepada audiens. Teknologi modern juga membantu masyarakat berkomunikasi dengan lebih mudah. Berbagi

bentuk komunikasi telah membantu manusia berinteraksi dengan lingkungan sosial mereka (Sjafirah & Prasanti, 2016).

Media komunikasi telah menjadi sarana penting untuk berkomunikasi di era informasi saat ini. Masyarakat modern cenderung menggunakan perangkat seperti komputer dan ponsel untuk berkomunikasi, baik untuk menerima maupun menyampaikan informasi kepada orang lain. Beberapa penelitian terdahulu memberikan pernyataan bahwa penggunaan media komunikasi digital dapat membantu pertumbuhan dan perkembangan pemasaran (Chalim & Abdul, 2018). Salah satu komponen penting yang dapat memengaruhi pertumbuhan bisnis adalah pemasaran.

Seiring perkembangannya, pemasaran melalui internet terutama melalui media sosial memberikan dampak bagi penggunaan media iklan konvensional seperti radio, televisi, dan majalah yang mengalami pergeseran secara signifikan. Hal ini terlihat dari popularitas penggunaan media sosial, khususnya Facebook, Twitter, dan Instagram, sebagai *platform* pemasaran oleh pelaku bisnis. Di antara berbagai jenis media komunikasi digital yang ada, Instagram merupakan salah satu media komunikasi yang paling dominan dan terkenal. Menurut SumAll, Instagram diakui sebagai platform komunikasi pemasaran yang efektif karena tingginya keterlibatan pengguna atau *followers* di dalamnya. Berdasarkan laporan *We Are Social*, jumlah pengguna Instagram global mencapai 1,63 miliar per April 2023. Jumlah tersebut meningkat 12,2% dibandingkan periode sama tahun sebelumnya (*year-on-year/yoy*). Pada awal tahun ini, Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak ke-4 di dunia, yakni 89,15 juta pengguna.

Dengan memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi, Kuki padang

berhasil meningkatkan jumlah pengikutnya secara konsisten. Peningkatan jumlah pengikut ini bukan hanya mencerminkan popularitas yang semakin meningkat, tetapi juga menjadi indikator keberhasilan dalam meningkatkan visibilitas bisnis. Selain itu, penggunaan media komunikasi Instagram memberikan Kuki Padang peluang untuk memperluas jangkauan pasar, menarik perhatian pelanggan potensial, dan memperkuat *brand awareness*.

Kuki Padang terletak di daerah Sawahan, Padang Timur, dan dikenal sebagai sebuah rumah kreatif. Kuki Padang mengkhususkan diri dalam penjualan berbagai produk kue dan kudapan yang kontemporer, termasuk *pastries*, *brownies*, serta beragam varian *Art Doughnut* yang sangat menggugah selera. Selain itu, Kuki Padang juga menawarkan beragam menu nasi dengan berbagai pilihan lauk yang bervariasi. Produk-produk cemilan dan kue yang disediakan oleh Kuki Padang dikenal dengan cita rasa yang enak, gurih, serta terjamin kehalalannya. Selain itu, penyajian produk-produk ini dirancang dengan estetika yang menarik, yang menjadikan Kuki Padang diminati oleh berbagai kalangan, terutama remaja, karena desain yang estetik dan kekinian.

Pada awalnya, Kuki Padang adalah sebuah usaha roti yang beroperasi secara sederhana, hanya menjual produk-produk roti dari rumah dan didirikan pada tahun 2020. Namun, kemudian toko roti ini mengalami perkembangan pesat yang signifikan. Kehadiran Kuki Padang semakin dikenal luas, terutama melalui promosi yang aktif dilakukan melalui media sosial, khususnya di *platform* Instagram. Pemanfaatan *platform* Instagram telah memberikan dampak positif yang signifikan pada popularitas Kuki Padang di kalangan masyarakat. Secara khusus, terlihat adanya peningkatan jumlah pengikut (*followers*) secara signifikan yakni menurut

pemilik Kuki Padang bahwa Pada tahun 2020, jumlah pengikut akun Instagram Kuki Padang hanya sekitar 400 *followers*. Meskipun demikian, pemilik Kuki Padang tetap aktif dan konsisten dalam melakukan posting secara berkala, termasuk pembuatan produk, testimoni, dan berbagai produk yang dijual. Hal ini membuat peningkatan jumlah pengikut dari tahun ke tahun sehingga saat ini mencapai 22.400 *followers* di Instagram dan mendapatkan cukup banyak *likes*, yang mencerminkan tingginya minat dan perhatian dari *audiens* terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh Kuki Padang.

Selain itu, penggunaan media komunikasi Instagram yang dilakukan oleh Kuki Padang memberikan ekspansi jangkauan pasar terhadap produk dan layanan di Kuki Padang tersebut. Dengan adanya *platform* Instagram, Kuki Padang dapat menjangkau konsumen potensial di berbagai lokasi. Hal ini memperluas peluang bisnis, meningkatkan penjualan, dan memperkenalkan produk Kuki Padang kepada sejumlah besar orang yang mungkin sebelumnya tidak menyadari keberadaan atau kualitasnya. Dengan interaksi langsung melalui fitur komentar dan pesan langsung di Instagram, Kuki Padang juga dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, mendapatkan umpan balik, dan secara proaktif menanggapi kebutuhan pasar, yang dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan yang mereka berikan.

Penting bagi pelaku usaha dan bisnis lainnya untuk memahami dan memanfaatkan media sosial secara optimal dalam upaya promosi produk atau layanan mereka. Hal ini karena media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas. Dalam menghadapi perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, perusahaan harus terus memperbarui

dan meningkatkan strategi pemasaran agar tetap relevan dan efektif di era digital.

Penggunaan media yang tepat dalam strategi pemasaran akan mempermudah masyarakat dalam mengenal produk- produk yang ada dan mampu meningkatkan pertumbuhan bisnis. Komunikasi pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam penyampaian pesan kepada publik, terutama konsumen yang menjadi target pasar yang sehubungan dengan produk-produk yang tersedia di pasar. Organisasi memerlukan komunikasi pemasaran untuk menyampaikan informasi mengenai produk, mengingatkan pelanggan mengenai keberadaannya, dan memengaruhi calon konsumen agar melakukan pembelian. Signifikansi informasi dalam komunikasi pemasaran semakin mendapat perhatian yang lebih luas dalam berbagai konteks (Ginting dan Hidayati, 2016).

Fokus penelitian ini adalah pada Usaha Cake House Kuki Padang yang akan digali guna memahami bagaimana media komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Kuki Padang memberikan kontribusi terhadap peningkatan penjualan produknya. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti menyusun penelitian dengan judul **Strategi Komunikasi Pemasaran Kuki Padang Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @kuki.pdg)**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditarik rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasaran Kuki di Kota Padang”.

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditarik tujuan masalah pada penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasaran Kuki di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara teoritis, penelitian ini dapat digunakan sebagai kajian teori yang ada dibangku kuliah dengan kondisi yang ada di lapangan.
2. Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi Kuki Padang sebagai tolak ukur pemilihan media komunikasi dalam memasarkan produknya.
3. Secara Akademis, penelitian ini sebagai salah satu syarat penyelesaian studi akhir dijenjang S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas.