

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kebutuhan paling dasar pada setiap manusia adalah kebutuhan fisiologis yakni kebutuhan untuk mempertahankan hidupnya secara fisik. Salah satu kebutuhan fisiologis manusia adalah makan. Kebutuhan manusia akan makanan sebagai kebutuhan dasar fisiologis membuat pertumbuhan industri makanan akan tetap baik bahkan terus mengalami kenaikan. Jakarta merupakan salah satu kota di Indonesia yang sangat menonjol perkembangan industri makanannya.

Perkembangan kuliner di Kota Jakarta saat ini sedang mengalami kemajuan yang cukup pesat. Sehingga hal ini menimbulkan dampak banyaknya pelaku bisnis baru pada bidang makanan yang bermunculan. Terbukti saat ini banyak bermunculan cafe-cafe dengan mengusung tema dan ciri khas yang unik dan berbeda-beda yang tentunya menjual berbagai jenis menu makanan yang berbeda-beda pula. Hal ini membuat persaingan bisnis cafe sangat ketat sehingga para pelaku bisnis harus memiliki strategi yang tepat untuk dapat bersaing.

Pelaku bisnis dituntut untuk berinovasi dengan bisnisnya dengan mengikuti perkembangan atau trend agar lebih unggul dan memberikan kesan yang berbeda dari para pesaingnya. Sekarang ini banyak bermunculan bisnis cafe yang memanfaatkan trend dengan menggunakan akun *social media* terutama instagram untuk mengiklankan

produknya, salah satu yang memanfaatkannya adalah Whats Up cafe. Whats Up cafe harus memiliki strategi yang tepat untuk dapat bersaing serta memperhatikan kegunaan *social media* yang sesuai dengan target pasarnya. Sehingga pesan yang diberikan efektif, efisien dan sampai dengan tepat ke konsumen.

Lalu pada saat ini faktanya siapa yang tidak memiliki akun *social media*? Pertanyaan ini rasanya menjadi pertanyaan yang biasa saja dalam obrolan keseharian. Hampir dipastikan bahwa siapa pun memiliki handphone, memiliki akun di Facebook, Twitter, Instagram dan sebagainya. Kondisi tersebut seperti kelaziman yang mengubah bagaimana cara berkomunikasi pada era yang serba digital ini. Jika dahulu perkenalan selalu diiringi dengan bertukar kartu nama, saat ini setiap kita yang bertemu orang baru cenderung untuk bertukar alamat akun atau membuat pertemanan di media sosial.

Berbicara masa kini di tahun 2017, globalisasi berkaitan langsung dengan internet, serta kecanggihan teknologi yang sudah tidak bisa dibatasi oleh siapapun. Perkembangan internet yang sangat cepat di beberapa Negara membuat media *online* mudah cepat berkembang khususnya di Indonesia.

Perkembangan media sosial di Indonesia semakin berkembang pesat sejak didukung infrastruktur baik dari perangkat, jaringan internet maupun teknologi. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di tahun 2012, 63 juta masyarakat Indonesia terhubung dengan Internet dan sebanyak 95 persen aktivitas akses dunia maya adalah membuka media sosial. Indonesia saat itu diramal akan menjadi pengguna media sosial paling aktif dan dari segi jumlah paling besar. Mengapa ini bisa terjadi? Hal ini disebabkan karena *mobile* internet yaitu web perangkat *mobile* dan harga smartphone semakin terjangkau untuk semua kalangan.

Pada tahun 2016 kemajuan media sosial semakin pesat dan populer. Media sosial digunakan secara luas, salah satunya di gunakan untuk komunikasi pemasaran, seperti melakukan promosi, meningkatkan *brand awareness* serta meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan atau konsumen.

Layanan yang di berikan setiap *social media* berbeda antara satu dan lainnya. Tapi secara umum layanan yang di berikan tetap hampir sama seperti untuk berbagi pesan (*messaging*), berbagi foto atau video, mengunggah kata-kata dan lain-lain. Salah satu media sosial yang sangat pesat perkembangannya ini ialah Instagram, instagram di Indonesia mulai dikenal di tahun 2011. Pada awalnya instagram hanya bisa diakses di sistem operasi iOS, namun karena perkembangannya yang semakin pesat instagram hadir juga di sistem Android.

Seiring perjalannya, instagram di Indonesia yang mulai dikenal pada tahun 2011 sudah menjadi media sosial yang sangat banyak di minati oleh banyak orang. Seperti layaknya *facebook* dan *twitter* yang memiliki status untuk menunjukkan eksistensinya, maka intagram menunjukkan eksistensinya melalui unggahan foto-foto. Inilah salah satu hal yang mambuat instagram cepat mendapat tempat dikalangan masyarakat.

Instagram dapat menceritakan sesuatu hanya dari sebuah gambar. Pengguna lebih sensitif untuk menunjukan sesuatu, Instagram adalah tempat dimana kumpulan foto lah yang berbicara. Fenomena inilah yang banyak dipakai beberapa pengguna Instagram untuk membagikan foto tentang kegiatannya yang memiliki makna tersendiri ataupun menyampaikan sebuah informasi kepada pengikut akunya.

Selain sebagai wadah *photo-sharing*, Instagram ternyata juga bisa dimanfaatkan menjadi media promosi, terutama dalam *mobile commerce*. Tidak jarang beberapa akun merek, tempat usaha atau jasa menawarkan ataupun menyalurkan kampanye produk mereka secara visual lewat Instagram.

Saat ini, Instagram makin menjadi favorit masyarakat dunia. Menurut Global Web Index tahun 2016, pengguna Instagram di Indonesia sudah bertumbuh sebesar 215%. Jumlah pengguna Instagram juga sudah mencapai angka 300 juta login per-bulan dengan pengguna aktif berjumlah 284 juta. Pengguna Instagram tersebar di seluruh dunia, salah satunya di Indonesia.

Melihat perkembangan yang terus terjadi seperti yang telah dijabarkan di atas, penggunaan Instagram sebagai media untuk kegiatan *marketing* dan meningkatkan *brand awareness* merupakan suatu hal yang cukup menjanjikan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengambil judul penelitian “**Pemenuhan Unsur Komunikasi Whats Up Cafe di Instagram dan Hirarki Efek pada pengunjung (Chapter Tanjung Duren)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Selama ini, belum diketahui apakah unsur-unsur komunikasi yang disampaikan melalui akun instagram Whats Up cafe dan Hirarki Efek pada pengunjung sudah sesuai dan dapat diterima dengan baik oleh para *followers*. Maka itu, jika dilihat dari penjabaran sebelumnya timbul beberapa pertanyaan, yaitu:

1. Bagaimana pemenuhan unsur komunikasi Whats Up Cafe di Instagram?

2. Bagaimana hirarki efek pada pengunjung Whats Up Cafe Chapter Tanjung Duren?

1.3 Tujuan Penelitian

Ada pun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pemenuhan unsur komunikasi Whats Up Cafe di Instagram.
2. Untuk mengetahui hirarki efek pada pengunjung Whats Up Cafe Chapter Tanjung Duren.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis, berikut penjabarannya:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat menjadi informasi tentang pedoman pemahaman unsur komunikasi di instagram dan hirarki efek pada pengunjung.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama dengan penelitian yang telah ada. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada Whats Up cafe mengenai pemenuhan unsur komunikasi di instagram dan hirarki efek, terutama melalui media sosial instagram.

1.5 Sistematika Penelitian

Berikut penjabaran lengkap tentang sistematika penulisan penelitian yang diuraikan secara kuantitatif, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang permasalahan, rumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematis penulisan yang menjabarkan secara singkat kerangka laporan penelitian yang peneliti buat.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori-teori yang mendukung penulisan laporan penelitian peneliti. Beberapa teori umum yang peneliti lampirkan di sini adalah Periklanan, Media Massa, New Media, Media Sosial, Instagram, dan sebagainya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan metode dan desain penelitian yang digunakan oleh peneliti, unit analisis, validitas dan reliabilitas, serta Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan juga disertai saran-saran agar penelitian ini dapat lebih sempurna.