

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan teknologi yang saat ini semakin pesat pertumbuhannya. Membawa banyak pengaruh positif dan negatif untuk manusia. Salah satu pengaruh positif dari perkembangan teknologi informasi adalah berkembangnya bisnis di media sosial atau biasa kita sebut sebagai *pasar online* atau *market place*. Dimana para pelaku berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi – inovasi untuk mendapatkan perhatian masyarakat akan brand yang mereka ciptakan.

Media sosial merupakan suatu komunikasi online yang menjadi bagian penting dan membangun, menjalin, atau memantapkan suatu hubungan interpersonal. Semakin kuatnya budaya berkomunikasi melalui media sosial ini dengan lambat laun mulai memunculkan berbagai jenis jejaring sosial online seperti Facebook, Twitter, Path, Instagram dan lain-lain. Pada saat ini Instagram menjadi salah satu media sosial yang diminati oleh 2 masyarakat dari berbagai kalangan

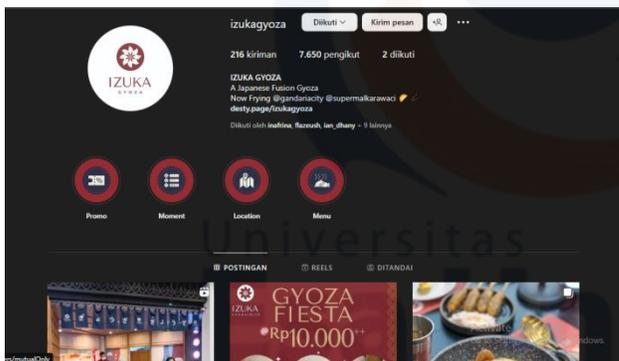
Dalam komunikasi pemasaran terdapat bauran pemasaran, salah satunya adalah promosi. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Setelah produk banyak dikenal orang, maka hasil penjualan juga meningkat. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi pesan yang efektif adalah suatu pesan yang dapat menyampaikan tujuan promosi.

Salah satu manfaat yang dirasakan dari penggunaan teknologi informasi adalah peningkatan akurasi dan kecepatan informasi yang sangat membantu kegiatan operasional lembaga atau organisasi tersebut. Untuk itulah diperlukan adanya tata kelola teknologi informasi yang baik pada suatu organisasi, dimulai dari perencanaan sampai dengan implementasi agar aktivitas organisasi tersebut dapat berjalan optimal (Mandita, 2016).

Jenis media sosial yang dikenal oleh masyarakat sangat beragam. Menurut hasil riset oleh “*We Are Social*” diantara banyaknya jenis media sosial tersebut, media sosial yang diminati oleh orang Indonesia saat ini diantaranya Youtube, Twitter, Facebook dan Instagram. Berdasarkan informasi yang dibuat dalam wartakota, Indonesia merupakan komunitas pengguna Instagram terbesar di Asia Pasifik dengan jumlah pengguna aktifnya mencapai 45 juta orang dari total pengguna global yang berjumlah 700 juta orang. Instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana pemenuh kebutuhan hiburan saja, selain menjadi media sosial yang banyak diminati, Instagram juga merupakan media sosial yang mempunyai peluang besar dalam kegiatan bisnis. Para pelaku bisnis memerlukan media pemasaran yang efektif dengan tujuan memperluas pasarnya. Media sosial sebagai alat pemasaran tentunya berkaitan dengan komunikasi pemasaran brand @IzukaGyoza.

Pada dasarnya fitur-fitur di dalam sebuah Instagram lebih banyak audio visual seperti yang kita ketahui. Audio visual cukup melengkapi makna yang mengenai konten merancang, membuat dan mengunggah sebuah konten dalam melakukan promosi penjualan guna mengenalkan dan memasarkan produknya di Instagram. Setiap konten yang dibuat, tidak hanya memperkenalkan produk saja akan tetapi ini mengemasnya dengan sebuah cerita pendek yang mengandung makna. Konten yang disajikan oleh @IzukaGyoza adalah konten berbentuk foto dan video yang dikemas unik dan menarik. Selain unik dan menarik, konten harus dipastikan memiliki nilai komunikasi yang mengandung pesan informatif maupun pesan persuasif. Berdasarkan pada penelitian ini, keunikan yang membuat peneliti tertarik untuk diteliti adalah unggahan konten video pada Instagram @IzukaGyoza dalam mengemas bentuk dan kegiatan promosi penjualan produknya. Konten yang berhasil menarik perhatian peneliti berupa konten video mengenai produk terbaru dari @IzukaGoza yang dikemas dengan mengandung ajakan untuk berbagi kebaikan yang biasa disebut open kitchen social experience.

Pada akun Instagram @IzukaGyoza yang digunakan berupa testimonial dan galeri foto. Testimonial pada akun instagram @IzukaGyoza dapat berupa video maupun foto dari para konsumen, sedangkan galeri foto yang dimaksud adalah foto-foto yang sudah diunggah pada akun instagram yang biasa disebut feeds. Kegiatan direct marketing yang dilakukan dalam instagram @IzukaGyoza. Memaksimalkan pengelolaan interaksi dengan followers agar mendapatkan engagement media sosial yang tinggi. Pengelolaan interaksi pada media sosial merupakan suatu hal yang jarang dilakukan oleh sebuah brand, sehingga hal ini menjadi sebuah bentuk keunggulan yang dimiliki oleh Izuka Gyoza dalam melakukan pengelolaan media sosialnya. Dalam mengikuti perkembangan tren media sosial, memberikan informasi secara lengkap melalui caption serta keteraturan dalam mengunggah konten. Penyajian konten yang menarik dan beragam, diunggah melalui fitur instagram feed yang merupakan fitur utama yang digunakan dalam menyajikan konten video. Sedangkan instagram story, cenderung digunakan untuk membangun interaksi atau komunikasi dua arah dengan followers.



Gambar 1. Profil akun Instagram



Gambar 2. Postingan Video

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada analisis ini Bagaimana cara lebih memiliki membangun sebuah Produksi Video dalam memproduksi Konten Kuliner di brand @Izuka Gyoza melalui media Instagram.?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun maksud penelitian ini adalah meneliti proses yang berlangsung dalam proses produksi konten kuliner media sosial instagram. Tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Mengetahui penggunaan berbagai macam platform media sosial Instagram
- 2) Mengetahui proses produksi konten visual dan audiovisual pada media sosial Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat dalam kajian ilmu komunikasi, khususnya konten video media menggunakan media sosial Instagram.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Penelitian studi kasus adalah penelitian yang menempatkan objek yang diteliti. Studi kasus adalah satu metode penelitian ilmu-ilmu sosial. Dalam penelitian ini ada beberapa hal yang harus dapat diperhatikan, yang berkaitan dengan studi kasus. Seperti, mengumpulkan bukti-bukti dari berbagai sumber, wawancara dan dokumentasi.