

## **Srategi Promosi Perut Bulat Cafe & Resto Melalui Media Sosial Instagram**

Oleh:

**Thabita Carolina<sup>1</sup> & Nuryana<sup>2</sup>**

(e-Mail: thabitacarolina@gmail.com)

<sup>1</sup>Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Tulang Bawang Lampung,

<sup>2</sup>Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tulang Bawang Lampung.

---

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara Perut Bulat *Café&Resto* dalam menerapkan strategi promosi melalui media sosial Instagram. Analisis dilakukan dengan menggunakan *Marketing Mix Theory*, yaitu 4P: *product, price, place, promotion*. Selain itu digunakan pula fitur-fitur Instagram dan teori *New Media*. Penelitian ini menggunakan tujuh informan yang terdiri dari dua pihak restoran dan lima orang konsumen. Hasil penelitian ini mengungkap bahwa pemanfaatan sosial media sebagai media promosi sudah cukup efektif. Fitur-fitur instagram yang digunakan untuk kegiatan promosi pun mudah diterima oleh masyarakat.

**Kata Kunci:** Strategi, Promosi, Instagram, Produk.

---

### **I. PENDAHULUAN**

Seiringdengan perkembangan zaman dan canggihnya teknologi, persaingan di dunia bisnis untuk segala bidang sangatlah ketat, sehingga dapat dikatakan bahwa dunia usaha saat ini sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, tidak hanya pengusaha saja yang bisa berkecimpung di dunia usaha, tetapi juga pegawai kantor bahkan pelajar pun bisa menjadi pengusaha. Segala kebutuhan manusia saat ini hampir semua sudah menjadi komoditas banyak kalangan, dari mulai transportasi, pariwisata hingga kuliner. Kuliner merupakan sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan kita sehari-hari, karena setiap orang memerlukan makanan yang sederhana hingga makanan yang berkelas tinggi dan mewah.

Maraknya usaha kuliner yang semakin hari semakin berkembang, hal ini dapat memicu orang lain untuk membuat usaha kuliner misalnya saja pada Perut Bulat *Cafe & Resto* yang didirikan pada tahun 2016 hingga saat ini, dan merupakan salah satu tempat kuliner yang cukup terkenal di Lampung. Perut Bulat merupakan *cafe* sekaligus *resto* yang memiliki keunikan tersendiri. Hal ini dapat dilihat dari konsep bernuansa alam yang digunakan *cafe* ini

mulai dari adanya pohon dalam *cafe* yang sengaja tidak ditebang, banyaknya hiasan burung hantu dan bunga- bunga kertas yang membuat suasana *cafe* lebih alamiah dan menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung yang datang.

Dalam menjalankan dunia bisnis atau usaha tidak lah mudah, selain membutuhkan modal yang cukup besar, keterampilan, melihat sasaran dan juga lokasi masih kurang lengkap tanpa adanya strategi komunikasi dan promosi yang harus dilakukan oleh pihak pengusaha.

Menurut Onong (1984 : 35), intinya strategi adalah perencanaan atau *planning* dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan yang hanya dapat dicapai melalui taktik operasional.

Dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin berkembang saat ini membuat pihak pengusaha lebih mudah dalam melakukan promosi kepada masyarakat luas sehingga masyarakat lebih mudah mengetahui produk yang di tawarkan oleh setiap pengusaha seperti melalui media sosial Instagram.

Menurut Bambang (2012 : 10), Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir

sama dengan *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaannya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunaannya dan juga dapat meningkatkan kreativitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus. Selain itu juga promosi melalui media sosial Instagram lebih cepat dan tidak membutuhkan waktu lama serta lebih efektif.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk membuat judul penelitian “Strategi Promosi Perut Bulat *Cafe & Resto* dalam Menarik Minat Konsumen”.

Adapun rumusan masalah yang diteliti adalah Bagaimana Strategi Promosi Perut Bulat *Cafe & Resto* Melalui Media Sosial Instagram? Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Theory New Media* yang memanfaatkan fitur-fitur Instagram.

## II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian yang telah dilakukan, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian Kualitatif dalam penelitian yang telah dilakukan adalah bersifat deskriptif. Deskriptif artinya data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka- angka (Moleong 2010 : 11).

Metode analisis data deskriptif kualitatif dalam penelitian ini berguna untuk mengembangkan teori yang telah dibangun dari data yang didapatkan dilapangan. Metode kualitatif pada tahap awalnya peneliti melakukan penjelajahan seperti turun langsung ke lapangan, kemudian peneliti melakukan pengumpulan data sampai mendalam atau lebih detail, mulai dari observasi, wawancara, dokumentasi hingga penyusunan laporan.

Penelitian ini akan diambil data serta penjelasan mengenai strategi promosi Perut Bulat *Cafe & Resto* dalam menarik minat

masyarakat. Harapannya penulis dapat menemukan jawaban-jawaban permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Penulis berinteraksi langsung dengan (*customer*) maupun mengetahui kondisi sebenarnya yang terjadi. Penulis turun kelapangan dan berada dilokasi penelitian untuk memperoleh data. Penulis bahkan melakukan pengamatan dengan melakukan pertemuan dengan *customer* yang merupakan subjek penelitian ataupun informan hingga sehari-hari. Sumber data yang diperoleh melalui sumber-sumber, yaitu : Teknik Observasi, Wawancara, Dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan metode observasi turun langsung ke tempat atau objek penelitian yang sedang diteliti.

Proses analisa data kualitatif dilakukan dengan tahap sebagai berikut: 1.Reduksi Data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, mengabstrakkan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan. 2.Catatan tertulis di lapangan, dimana setelah peneliti memperoleh data, harus lebih dulu dikaji kelayakannya dengan memilih data mana yang benar-benar dibutuhkan dalam penelitian ini. 3. Penyajian data dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang disesuaikan dan diklarifikasi untuk mempermudah peneliti dan menguasai data dan tidak terbenam dalam setumpuk data. 4. Verifikasi (Menarik Kesimpulan) yaitu Kesimpulan selama penelitian berlangsung makna-makna yang muncul dari data yang diuji kebenarannya, kekokohannya dan kecocokannya sehingga diperoleh kesimpulan yang jelas kebenaran dan kegunaannya (Bogdan & Biklen dalam Moleong, 2010: 179).

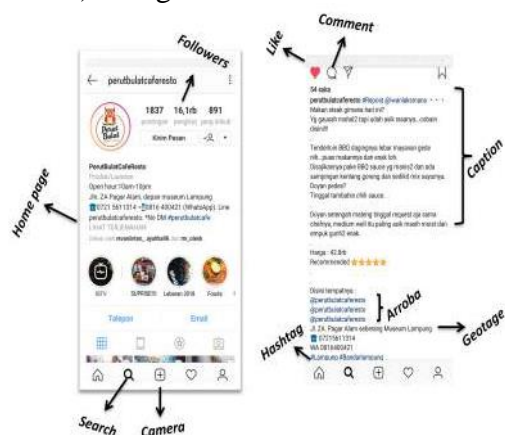
## III. HASIL PENELITIAN

Dalam menghadapi persaingan dibidang yang sama seperti usaha kuliner yang dijalani oleh Perut Bulat *Cafe & Resto* ini tidaklah mudah, selain membutuhkan modal yang cukup banyak, para pengusaha

ini juga dituntut untuk terus berinovasi sesuai dengan perkembangan zaman.

Strategi menjadi tolak ukur keberhasilan dalam mempromosikan Produk kepada masyarakat luas dengan mudah. Adapun hal-hal yang dilakukan oleh pihak Perut Bulat Cafe & Resto dalam mempromosikan produk dan menarik minat masyarakat yaitu dengan menggunakan media sosial instagram yang memanfaatkan fitur-fitur Instagram sebagai media promosi.

Fitur- fitur Instagram yang dimanfaatkan sebagai strategi promosi yang digunakan oleh pihak Perut Bulat Cafe & Resto dalam menggunakan media sosial Instagram sesuai dengan fitur-fitur Instagram yang dikemukakan oleh Atmoko (2012: 123) sebagai berikut:

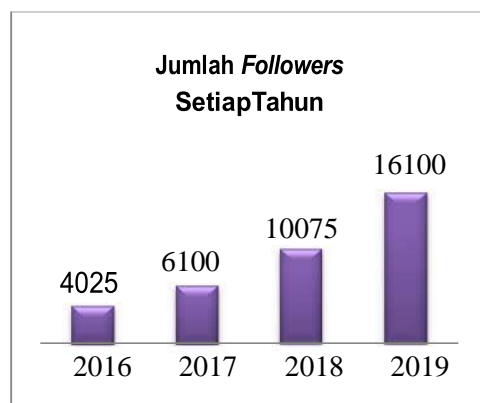


Sumber. Instagram Diolah February 2019

Fitur-fitur instagram yang diterapkan oleh pihak Perut Bulat Cafe & Resto sebagai sarana media promosi dalam menawarkan produk cafe ini melalui media sosial instagram ternyata dapat membantu pihak cafe ini lebih mudah dalam menginformasikan produk atau hal lain yang bersangkutan dengan Perut Bulat Cafe & Resto misalnya saja saat peluncuran produk baru sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengetahui produk terbaru cafe tersebut tanpa harus datang langsung ke lokasi. Dengan menggunakan fitur instagram sebagai media promosi membuat promosi itu sendiri menjadi lebih *simple* dan tidak terlalu rumit.

Promosi melalui media sosial

instagram harus dikemas dengan semenarik mungkin, hal ini dapat membantu untuk mempengaruhi minat beli bagi orang yang melihatnya. Jika banyak orang yang tertarik dan penasaran untuk mengunjungi tempat usaha tersebut maka secara tidak langsung dengan begitu minat beli masyarakat terhadap cafe tersebut meningkat. *masyarakat mengunjungi cafe ini, tidak jarang dari mereka yang mengetahui cafe ini dari media sosial instagram juga, kalau meningkat sih udah pasti ya, dari hari ke hari konsumen yang dateng kesini alhamdulillah bertambah*". (Wawancara dengan Jeanete pada Selasa 12 Februari 2019 pukul 13.00 WIB).



Sumber: Dokumentasi Perut Bulat Cafe & Resto diolah Maret 2019

Semakin menarik gambar yang diposting oleh Perut Bulat Cafe & Resto hal ini dapat membuat masyarakat yang melihat postingan tersebut merasa penasaran dan ingin mengunjungi Perut Bulat Cafe & Resto sehingga secara tidak langsung dengan begitu tingkat pembelian pada cafe ini semakin meningkat setiap harinya. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu *Key Informan*, Jeanete (30 tahun) selaku Manager Perut Bulat Cafe & Resto bahwa:

*"Hampir 50% konsumennya meningkat. postingan yang diposting Perut Bulat Cafe & Resto telah membuat banyak Dari hasil wawancara dengan Jeanete (30 tahun) selaku Manager Perut Bulat Cafe & Resto yang menyatakan bahwa jumlah followers pada akun @perutbulatcaferesto*

setiap tahunnya meningkat begitupun dengan jumlah konsumen yang mengunjungi Perut Bulat *Cafe & Resto*. Beliau juga mengatakan bahwa jumlah *followers* yang mengunjungi Perut Bulat *Cafe & Resto* meningkat hampir 50%. Promosi melalui media sosial instagram dapat dibilang sangat efektif.

Selain ungkapan dari Jeanette (30 tahun), hal yang sama diungkapkan oleh Fitri (24 tahun) seorang mahasiswi Universitas Lampung Jurusan Peternakan menyatakan bahwa promosi melalui media sosial instagram yang dilakukan oleh Perut Bulat *Cafe & Resto* sudah cukup baik dalam menarik minat orang yang melihatnya, mulai dari cara mereka memposting menu, menulis *caption*nya juga jelas, terus mereka juga memposting foto *customer* itu salah satu cara memperkuat promosi pada *cafe* tersebut.

Dalam menjalani bisnis ternyata tidaklah mudah selain membutuhkan modal yang cukup besar, kreatifitas dan inovasi sangat diperlukan, mulai dari menciptakan menu baru, *desain* ruangan yang menarik, menciptakan harga yang terjangkau serta menyusun strategi promosi yang baik yang sesuai juga dengan perkembangan zaman sehingga tidak ketinggalan atau kurang *update*, karena jika pengusaha kurang *update* dengan perkembangan zaman maka usaha tersebut tidak akan bisa bertahan lama karena semakin hari persaingan dibidang yang kuliner semakin meningkat.

#### IV. SIMPULAN

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dijabarkan, maka dapat diambil kesimpulan berdasarkan identifikasi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut: Banyaknya persaingan di bidang yang sama membuat pihak Perut Bulat *Cafe & Resto* harus menciptakan keunggulan atau ciri khas pada *cafe*, pihak Perut Bulat *Cafe & Resto* juga menerapkan pemasaran dalam menghadapi persaingan dibidang yang sama yaitu dengan cara memperhatikan:

- a. *Product* (Produk)
- b. *Price* (harga)
- c. *Place* (tempat)
- d. *Promotion* (promosi)

Banyak cara strategi promosi yang dapat dilakukan oleh setiap pengusaha dalam menarik minat beli konsumen dengan berbagai produk yang di tawarkan salah satunya melalui media sosial Instagram. Dalam memperkenalkan produk dan menarik minat masyarakat Perut Bulat *Cafe & Resto* memanfaatkan fitur- fitur Instagram sebagai strategi promosi melalui media sosial Instagram sebagai berikut: (1)*Homepage*, (2)*Followers*, (3)*Search*, (4)*Camera*, (5)*Like*, (6)*Comment*, (7)*Caption*, (8)*Arroba* (@), (9)*Hashtag*, (10)*Geotage*.

Adanya kemajuan teknologi yang semakin berkembang saat ini membuat pihak pengusaha lebih mudah dalam melakukan promosi kepada masyarakat luas sehingga masyarakat lebih mudah mengetahui produk yang di tawarkan oleh setiap pengusaha. Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi yang dilakukan @perutbulatcaferesto sudah cukup efektif, apalagi melihat pada zaman era *digital* ini semua orang lebih dimudahkan dengan jaringan internet, adanya fitur-fitur Instagram yang dapat membantu Perut Bulat *Cafe & Resto* dalam mempromosikan produknya kepada masyarakat sehingga informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh Perut Bulat *Cafe & Resto* pun mudah diterima oleh masyarakat luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Hermawan 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta, Erlangga.
- Ahmad, Susanto. 2013. *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Alo Liliweri. 2011. *Komunikasi serba ada serba makna*. Kencana : Jakarta
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cetakan Kedua . PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2001. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Flew, Terry. 2005. *New Media an Introduction (2 nd, Edition)*. New York: Oxford University Press.
- Moleong L.J. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung:PT Remaja Rosdakarya.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Mukhtar. 2013. *Metodologi Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta BP Press Group.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Ke-12 Jilid 2*. Erlangga. Jakarta
- Rogers, Everet M. 1986. *Communication In Organization*. New York: *The Fle Press*.
- Slameto. 2013. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Soerjono Soekanto. 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar* Jakarta: Raja Grapindo Persada.
- Sugiyono, 2013 *Metode Penelitian (Pendidikan Pendekatan Kuanitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Stanton, William J. 1991. *Prinsip Pemasaran*. Jilid Dua, Edisi Ketujuh, Terjemahan Drs. Dadu Sundaru, Bandung: Penerbit Erlangga.
- (Diakses pada Senin, 20 Agustus 2018).
- Wahyu Hidayat. 2014. *Strategi Promosi Urban Coulture Melalui Media Sosial Instagram Dalam Memperkenalkan Produk*. Skripsi: Universitas Telkom. (Diakses pada Senin, 20 Agustus 2018).
- Mikharisti Tampulon, Yuliana Rachma Putri, Nur Atnan. *Strategi Promosi Coffe Shop Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Crematologi)*. Jurnal e- *Proceeding of Managemen*: Vol.3, No.2 Agustus 2016. (Diakses pada Senin, 20 Agustus 2018).

### **Skripsi/Jurnal:**

*Strategi Promosi Kedai Kopi Espresso Bar (Keiko) Melalui Media Sosial Instagram*. Skripsi: Universitas Negeri Malang.