



Plagiarism Checker X - Report

Originality Assessment

Overall Similarity: **16%**

Date: Sep 19, 2021

Statistics: 402 words Plagiarized / 2555 Total words

Remarks: Low similarity detected, check your supervisor if changes are required.

EFEKTIFITAS PERANAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI CAFE QUICK CHICKEN

PACITAN ZANUAR SURYA DINATA¹, MUGA LINGGAR FAMUKHIT², NURHAYATI³

¹Pendidikan Informatika, STKIP PGRI Pacitan Email : Zanuar603@gmail.com

²Pendidikan Informatika STKIP PGRI Pacitan Email : mugalinggar@gmail.com

³Pendidikan Informatika STKIP PGRI Pacitan Email : Abstrak: Tujuan **dari penelitian ini:** (1) Untuk mengetahui keunggulan

instagram sebagai media promosi Cafe Quick Chicken Pacitan. (2) Apa faktor-faktor yang

membuat Cafe Quick Chicken Pacitan menggunakan instagram sebagai media promosi. (3)

Untuk mengetahui cara Cafe Quick Chicken Pacitan melakukan promosi melalui instagram

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan

mengambil obyek penelitian adalah Cafe Quick Chicken Pacitan. Pengumpulan data **dalam**

penelitian ini di peroleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan angket(kuisisioner)

dengan para informan-informan yaitu pemilik, pelanggan, karyawan dan Customer Cafe

Quick Chicken Pacitan. **Hasil penelitian ini menunjukkan** bahwa: (1) keunggulan instagram

dalam promosi Cafe Quick Chicken Pacitan menggunakan Media sosial instagram dapat

mempermudah calon pembeli untuk mengetahui adanya berbagai produk menu yang

dijual melalui galeri feed yang menimbulkan adanya pilihan pada Cafe tanpa harus datang

terlebih dahulu ke Cafe yang kemudian terjadi komentar-komentar yang bermanfaat bagi

pengguna untuk mengetahui informasi lebih gambar-gambar dengan fitur yang tampil. (2)

Instagram memudahkan para penggunanya untuk mempromosikan barang dagangannya

karena memiliki fitur yang lengkap, yang memudahkan menjangkau target pasar Cafe

Quick Chicken Pacitan yaitu remaja kisaran umur 15-25 tahun. Penggunaannya yang

mudah serta biaya yang murah menjadikan menjadikan instagram pilihan efektif Cafe

Quick Chicken sebagai media promosi. (3) penggunaan instagram sebagai media promosi

dengan cara Menggunakan Review Dari Pelanggan Berdasarkan Testimoni Langsung,

Posting Menu **Yang Di Tawarkan** dengan menarik, Menggunakan jasa endorsmen.

Efektifitas cara tersebut berpengaruh terhadap, respon dari para customer karena hasil

rekapitulasi data kuisisioner yang disebar kepada customer Cafe Quick Chicken Pacitan

memiliki hasil yang baik dengan rata – rata mencapai 85,9% hal tersebut berada di kategori

sangat baik Kata Kunci: Efektifitas, Penggunaan Instagram, Media, Promosi Abstract: The purposes ³of this study: (1) ¹To find out the advantages of Instagram as a promotional media for Cafe Quick Chicken Pacitan. (2) What are the factors that make Cafe Quick Chicken Pacitan use Instagram as a promotional medium. (3) ⁴To find out how Cafe Quick Chicken Pacitan does promotion through Instagram ⁵This research is a qualitative research with a case study approach by taking the object of research is Cafe Quick Chicken Pacitan. Data collection ⁶in this study was obtained through interviews, observations, documentation and questionnaires (questionnaires) with informants, namely owners, customers, employees and Pacitan Quick Chicken Cafe Customers. The ⁷results of this study indicate that: (1) the advantages of Instagram in the promotion of Cafe Quick Chicken Pacitan using Instagram social media can make it easier for prospective buyers ⁸to find out that there are various menu products sold through the gallery feed which gives rise to choices at the Cafe without having to come to the Cafe first. there are comments that are useful for users ⁹to find out more information about the images with the features that appear. (2) Instagram makes it easy for users to promote their wares because it has complete features, which make it easy to reach the Pacitan Cafe Quick Chicken market target, namely teenagers aged 15-25 years. Its easy use and low cost make Instagram an effective choice for Cafe Quick Chicken as a promotional medium. (3) use Instagram as a promotional medium by using reviews from customers based on direct testimonials, posting menus that are offered attractively, using endorsement services. The effectiveness of this method affects the response from customers because ¹⁰the results of the questionnaire data recapitulation distributed to customers of Cafe Quick Chicken Pacitan have good results with an average of 85.9% it is in the very good category. Keywords: Effectiveness, Use of Instagram, Media, Promotion

PENDAHULUAN Pengembangan dunia bisnis saat ini kian meningkat dari skala mikro sampai menengah keatas semua berlomba lomba untuk menjajakan produk ataupun jasa mereka. tetapi produk dan pengemasan yang menarik saja belum cukup untuk membuat ¹⁷produk yang di jual bisa bersaing di pasaran. namun juga dibutuhkan pemasaran untuk mendukung ketertarikan

konsumen. Guna menarik konsumen dengan pemasaran dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat. Dalam bauran pemasaran promosi merupakan salah satu bagian dari delapan model komunikasi pemasaran yang utama, yaitu iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, acara dan pengalaman, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut, serta tenaga penjualan (Alo, 2011). Promosi melalui media

sosial menawarkan banyak cara baru untuk mengembangkan bisnis kuliner, dampak perkembangan digital lebih banyak terjadi di level bisnis ketimbang urusan mengolah makanan. Akibatnya pemanfaatan media sosial seperti Instagram sangat digemari. Informasi yang diberikan melalui media sosial memberikan pengaruh menarik bagi konsumen (Lestiana, 2016). Hal itulah yang mendasari Café Quick Chicken Pacitan

menggunakan media sosial instagram sebagai media komunikasi sekaligus media untuk mempromosikan atau mengenalkan produk yang dijual sehingga membuat orang yang belum mengetahui Cafe Quick Chicken Pacitan menjadi penasaran tentang apa saja yang dijual Cafe Quick Chicken Pacitan. Karena sebelum menggunakan instagram sebagai media promosi, Cafe Quick Chicken Pacitan agak kesusahan untuk mengenalkan produk yang mereka jual secara luas sehingga ketertarikan masyarakat akan Cafe Quick Chicken Pacitan agak kurang. selain itu mereka juga kurang intens berkomunikasi dengan para customer, karena sebagian besar pengunjung yang datang, setelah selesai makan dan bayar, mereka langsung pulang tanpa meninggalkan pesan dan kesan tentang pelayanan serta apa yang mereka jual. Keunikan Instagram dalam tampilan foto mampu memperluas peluang-peluang bisnis salah satunya adalah usaha kuliner kekinian. Bisnis tersebut kian populer dan berkembang di Pacitan khususnya dikalangan anak muda yang kerap mengunduh makanan di akun Instagram. Fenomena inilah yang menjadi celah untuk membuka peluang bisnis (Lestiana, 2016). Dengan adanya instagram memudahkan para pelaku usaha kuliner maupun lainnya termasuk Cafe Quick Chicken Pacitan untuk menarik minat masyarakat atas promosi yang di lakukan dengan menampilkan berbagai hal yang didokumentasikan kedalam bentuk foto dan video semenarik mungkin.

METODE PENELITIAN Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif lapangan, yaitu: prosedur penelitian yang berupa kata-kata

tertulis dan lisan dari orang-orang dan perilaku informan yang dapat diamati. Oleh karena itu data primer yang diperlukan berupa hasil wawancara dengan para informan. Tempat dan Waktu Penelitian Penelitian dilaksanakan di Cafe Quick Chicken Pacitan yang beralamat di Jl.P.Sudirman no 182 (depan enggal 2 pacitan). Penelitian dilakukan di lokasi tersebut dengan pertimbangan bahwa letak lokasi dekat dengan tempat tinggal peneliti dan saya lumayan sering mengunjungi cafe tersebut untuk makan sehingga cocok dijadikan sebagai sasaran lokasi penelitian. Permasalahan yang ditentukan pun telah disesuaikan dengan situasi dan kondisi atau keadaan di lokasi tersebut. Subjek dan Objek Penelitian Subjek dalam penelitian ini terdiri dari beberapa informan yaitu Pengawas, Supervisor, Crew. Subjek dipilih berdasarkan teknik purposive sampling yaitu pengambilan subjek berdasarkan pertimbangan tertentu untuk membantu peneliti dalam pengambilan sampel dengan menetapkan ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga dapat menjawab permasalahan penelitian yang dilakukan. Objek dalam penelitian ini adalah Cafe Quick Chicken Pacitan Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data Pengumpulan data dalam sebuah penelitian penting dilakukan untuk mendapatkan data dan bahan yang diperlukan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Wawancara Wawancara digunakan sebagai alat untuk pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2016:317) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui lebih mendalam mengenai Efektifitas peranan instagram sebagai media promosi café quick chicken pacitan. Observasi Menurut pendapat Sugiyono (2012:166), observasi adalah teknik pengumpulan data untuk mengamati perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam, dan responden. tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan mengamati intensitas pengunjung yang datang ke cafe dan memberikan pertanyaan kuisisioner guna mengetahui efektifitas peranan instagram sebagai media promosi cafe quick chicken

pacitan Dokumentasi Dokumentasi Menurut Sugiyono (2015:329) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya yang monumental dari seseorang. Dokumentasi dapat berupa arsip-arsip, gambar atau foto dan catatan lain yang berhubungan dengan penelitian.

Dokumentasi yang dilakukan dalam hal ini adalah segala dokumentasi yang berhubungan dengan gambar atau foto-foto kegiatan, hasil wawancara. Angket (Kuisisioner) Angket menurut Riduwan (2015:71), adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respons (responden) sesuai dengan permintaan pengguna.

Dalam kuisisioner ini menggunakan skala likert sebagai pengukuran variabelnya. Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variable. kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item - item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiono, 2012:133). Teknik pengambilan data dengan menggunakan angket digunakan untuk mengukur indikator-indikator yang dikembangkan dari variabel efektifitas instagram sebagai media promosi Cafe Quick Chicken Pacitan

HASIL DAN PEMBAHASAN 1.

Faktor yang mendasari instagram sebagai media promosi Hadirnya sosial media Instagram saat ini memberikan warna unik bagi penggunaannya, Instagram memiliki nilai lebih di bandingkan dengan sosial media yang lain, karena tampilan visual yang menarik. Di tambah dengan adanya fitur-fitur pendukung seperti fitur dalam mengedit foto dan video. Terdapat 24 efek foto yang di hadirkan yang membuat hasil tampilan foto ketika di upload terlihat lebih menarik dari pada foto aslinya.

Quick Chicken Pacitan memilih Instagram sebagai media promosi sendiri karena menurutnya gambar yang di hasilkan oleh Instagram memiliki visual yang menarik, serta dapat menampilkan video yang dapat di upload di Instastory (story Instagram) atau di upload langsung di galeri. Quick Chicken Pacitan menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi dengan tujuan untuk memperkenalkan produk ke masyarakat luas dengan menampilkan review dari pelanggan, menurut pemilik Quick Chicken Pacitan cara ini efektif untuk menarik pelanggan, karena cara tersebut merupakan promosi jujur dari pelanggan.

Kelompok-kelompok yang di sasar Quick Chicken Pacitan dengan adanya

media promosi Instagram ini adalah kalangan remaja atau anak muda dengan rentang usia 15-25 tahun. Anak muda merupakan pengguna aktif media sosial di seluruh dunia. Menurut (Hanafrian, 2017) terdapat empat variabel segmentasi pasar, yaitu; segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis, segmentasi berdasarkan perilaku, dari keempat variabel tersebut variabel dengan segmentasi demografislah yang saat ini di terapkan oleh Cafe Quick Chicken Pacitan, karena segmentasi demografis adalah segmentasi pasar yang membagi pasar ke dalam kelompok-kelompok berdasar pada variabel demografis seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama dan kebangsaan.

2. Cara melakukan promosi melalui instagram promosi melalui instagram yaitu dengan me-review langsung dari hasil foto yang di upload oleh pelanggan melalui Instagram Story yang datang ke cafe ataupun beli secara online. Hasil review pelanggan akan di repost di akun Instagram Quick Chicken Pacitan melalui Instagram story tanpa harus memilih foto mana yang bagus terlebih dahulu, karena menurut Mas Condro bukan gambar bagus yang ingin di tampilkan melainkan testimoni customer saat me-review menu Quick Chicken Pacitan yang ingin di tampilkan. Strategi yang di ambil oleh Quick Chicken Pacitan inilah yang membuat customer merasa di apresiasi dan di hargai oleh Quick Chicken Pacitan. Customer merasa di anggap dan di hargai ketika hasil review di Instagram story di repost ulang di Instagram story Quick Chicken Pacitan. Terjalannya hubungan baik antara customer dengan perusahaan ini lah yang nantinya akan memberikan keuntungan dalam jangka panjang.

Quick Chicken Pacitan mem-posting konten ataupun menu-menu yang di jual di akun Instagram-nya setiap hari, dari tingkat esensi hasil foto Produk, toon, warna sampai menampilkan konten quotes-quotes menarik sangat di perhatikan oleh Cafe Quick Chicken Pacitan karena kata mas condro suatu perusahaan akan berhasil jika bisa memanfaatkan media sosial khususnya instagram untuk memasarkan produknya dengan baik dan benar, karena dari situlah orang-orang yang awal mula gak tau produk kita, jadi tau hingga tertarik dan membeli produk kita. Intensitas Cafe Quick Chicken Pacitan meng-upload foto di Instagram ini yang membuat promosi melalui Instagram lebih efektif, karena dengan adanya informasi yang di upload setiap hari, customer tidak perlu

reput-repot mencari informasi mengenai Quick Chicken Pacitan. Akun Quick Chicken Pacitan saat ini masih di pegang oleh pemiliknya langsung, dan respon ketika customer memberikan komentar atau bertanya akan di respon oleh pemilik langsung dan relatif cepat untuk membalasnya. Selain itu menggunakan jasa endorser dirasa cukup efektif oleh pengawas cafe. 3. Faktor yang membuat instagram efektif sebagai media promosi

Hadirnya Fitur Yang Memudahkan Dalam Proses Pencarian Produk seperti :

- Judul Judul atau caption yang memperkuat karakter atau pesan yang ingin di sampaikan pada pengguna tersebut.
- Hastag Hastag adalah simbol bertanda pagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan hastag tertentu. Dengan menggunakan simbol pagar ini customer Quick Chicken Pacitan dapat mencari gambar-gambar seputar Quick Chicken Pacitan, baik itu foto menu maupun foto orang-orang yang berkunjung ke Quick Chicken Pacitan. Dengan begitu Cafe Quick Chicken Pacitan dapat di kenal oleh masyarakat luar walaupun bukan merupakan followers dari Cafe Quick Chicken Pacitan itu sendiri.
- Pencarian Lokasi Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna pengambilannya. Jika kita meng-upload gambar di suatu tempat, Instagram menyediakan fitur lokasi yang dapat membantu pengguna mengetahui lokasi pengambilan gambar. Selain itu terdapat fitur petunjuk arah bagi akun-akun bisnis, sehingga para pelanggannya dapat mengetahui dimana lokasi cafe atau restoran yang mereka sukai.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

- Penggunaan instagram dalam promosi Cafe Quick Chicken Pacitan Media sosial instagram memperluas alternatif bagi pengguna instagram, mengetahui adanya berbagai produk pada gilirannya menimbulkan adanya pilihan pada Cafe dengan meningkatkan promosi Cafe, hiburan menu makanan serta fasilitas pelayanan .Promosi melalui instagram menimbulkan kepercayaan bagi konsumennya dan komentar-komentar yang bermanfaat bagi pengguna untuk mengetahui informasi lebih gambar-gambar dengan fitur yang tampil.
- Instagram memudahkan para penggunanya untuk mempromosikan barang dagangannya

karena memiliki fitur yang lengkap, yang memudahkan menjangkau target pasar Cafe Quick Chicken Pacitan yaitu remaja kisaran umur 15-25 tahun. Penggunaannya yang mudah serta biaya yang murah menjadikan menjadikan instagram pilihan efektif Cafe Quick Chicken ¹⁶sebagai media promosi. Karena selain itu intagram juga menjadi media komunikasi pihak Cafe dengan customer tentang Testimoni, masukan atau hal yang bersangkutan dengan Cafe dengan mudah, karena hal itulah ¹yang selama ini sedikit menjadi permasalahan di Cafe Quick Chicken Pacitan. 3. Setelah dikaji lebih lanjut mengenai Efektifitas Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi ternyata rekapitulasi data kuisisioner yang disebar kepada customer Cafe Quick Chicken Pacitan memiliki hasil yang baik dengan rata – rata mencapai 85,9% hal ¹tersebut berada di kategori sangat baik dan menjadi acuan pemilik Cafe untuk kedepanya mengenai Promosi menggunakan instagram. Saran ¹Pada penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah penggunaan instagram sebagai media promosi cafe, dalam melakukan kegiatan promosi menggunakan instagram sudah sangat efektif dengan pendekatan terhadap pelanggan melalui reposts, masukan, dan keluhan diinstagram. Tetapi alangkah baiknya jika setiap satu bulan sekali memberikan reward terhadap follower yang aktif dalam komen maupun like, sehingga membuat follower cafe quick chicken pacitan lebih termotivasi lagi untuk mengikuti setiap update ¹⁷yang dilakukan oleh cafe quick chicken pacitan. DAFTAR PUSTAKA ⁵Aris

Jatmika Diyatma, Pengaruh Promosi melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Distro & Bar, Jurnal Universitas Telkom diakses pada Tanggal 1 April (2017) Artikel Wikipedia (<http://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses 14 Juli 2018 pukul 03:00). Fandy Tjiptono. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset, 2002. Atmoko, B. D. (2012). Instagram Handbook. Jakarta: Media Kita. Boyd, D., & Ellison, N. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13, 210-230. Katadata. (2018, Januari 9). Berapa Pengguna instagram dari indonesia. Databooks. Jakarta. Katadata. (2018, Januari 9). Berapa Pengguna instagram dari indonesia. Databooks. Jakarta. Nisrina, M. (2015). Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang. ³Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods).

Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.

Bandung: Alfabeta Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B.

Bandung: Alfabeta. <http://repository.stkippacitan.ac.id> 3

Sources

1	https://terasfakta.blogspot.com/2008/03/masalah-masalah-pendidikan.html INTERNET 3%
2	https://www.jurnalkommas.com/docs/JURNAL-NURIAN%20LESTIANA-D1213054.pdf INTERNET 2%
3	https://www.researchgate.net/publication/335105812_PENGARUH_KUALITAS_PELAYANAN_DAN_HARGA_TERHADAP_KEPUASAN_PELANGGAN INTERNET 2%
4	https://ituinisana.wordpress.com/2012/05/16/penelitian-kualitatif-untuk-ilmu-ilmu-kemanusiaan-dan-budaya/ INTERNET 2%
5	https://docobook.com/pengaruh-promosi-melalui-media-sosial-instagram-terhadap.html INTERNET 1%
6	http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI/article/download/323/pdf INTERNET 1%
7	http://eprints.ums.ac.id/15579/14/BAB_V.pdf INTERNET 1%
8	https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/392/352 INTERNET 1%
9	http://repository.iainpurwokerto.ac.id/2391/3/bab%203.pdf INTERNET 1%
10	http://repository.upi.edu/33417/6/S_PEA_1300661_Chapter3.pdf INTERNET 1%
11	http://etheses.uin-malang.ac.id/1689/7/11510043_Bab_3.pdf INTERNET 1%
12	http://eprints.umm.ac.id/41293/5/BAB%20IV.pdf INTERNET <1%
13	https://core.ac.uk/download/pdf/286703141.pdf INTERNET <1%
14	https://www.niagahoster.co.id/blog/strategi-pemasaran-produk/ INTERNET <1%

15 <https://adoc.pub/senabastra-8-prodi-sastra-inggris-fakultas-ilmu-sosial-dan-i.html>
INTERNET
<1%

16 <https://accurate.id/marketing-manajemen/contoh-promosi-dan-membangun-promosi/>
INTERNET
<1%

17 <https://ajarikemasan.blogspot.com/2014/05/>
INTERNET
<1%

18 <https://id.berita.yahoo.com/35-kata-kata-promosi-simple-134016077.html>
INTERNET
<1%
