

**TINJAUAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
OPUNG WAFFLE CAFE**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Sains Terapan (S.ST) Universitas Negeri Padang*



**ANDIKA ANGGA VERNANDA  
18135223**

**PRODI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN  
DEPARTMENT PARIWISATA  
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
UNIVERSITAS NEGRI PADANG**

**2022**

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

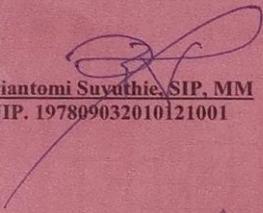
**Tinjauan Instagram Sebagai Media Promosi  
Opung Waffle Cafe**

Nama : Andika Angga Vernanda  
NIM/BP : 18135224/2018  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Jurusan : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing

  
**Hijriantomi Suyathie, SIP, MM**  
NIP. 197809032010121001

Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP

  
**Trisna Putra, SS, M.Sc**  
NIP. 19761223 199003 1001

**HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Proyek Akhir  
Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata  
dan Perhotelan  
Universitas Negeri Padang

Judul : Tinjauan Instagram Sebagai Media Promosi Opung Waffle  
Cafe  
Nama : Andika Angga Vernanda  
NIM/BP : 18135223/2018  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Jurusan : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

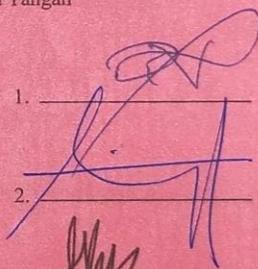
Padang, Agustus 2022

Tim Penguji

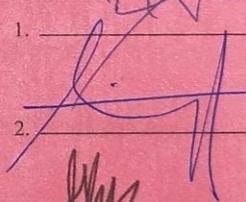
Nama

Tanda Tangan

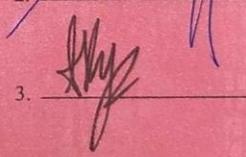
1. Ketua : Hijriantomi Suyuthie, SIP, MM

1. 

2. Anggota : Trisna Putra, SS, M.Sc

2. 

3. Anggota : Arif Adrian, S.E, M,SM

3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
DEPARTEMEN PARIWISATA

Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131  
Telp. (0751) 7051186  
e-mail : kkunp.info@gmail.com

**SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Andika Angga Vernanda  
NIM/TM : 18135223 / 2018  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Departemen : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Tinjauan Instagram Sebagai Media Promosi Opung Waffle Cafe” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,  
Ketua Departemen Pariwisata

  
**Trisna Putra, SS, M.Sc**  
NIP. 19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,

  
  
**Andika Angga Vernanda**  
NIM. 18135223

## ABSTRAK

### **Andika Angga Vernanda. 2022. Tinjauan Instagram Sebagai Media Promosi Opung Waffle Cafe**

Permasalahan ini dilatarbelakangi pelaku usaha yang kurang mengerti dengan pemanfaatan media sosial untuk memasarkan bisnisnya, mereka masih melakukan pemasaran secara tradisional yaitu dengan memasarkan produk langsung kepada konsumen yang hanya mempunyai cakupan wilayah yang masih kecil. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana akun instagram sebagai media promosi di media sosial terhadap peningkatan pengunjung di Opung Waffle Cafe.

Penelitian ini berjenis deskriptif kualitatif. Adapun Informan dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan yang menjadi informan adalah owner dan para karyawan Opung Waffle Cafe yang berjumlah sebanyak 8 orang. Teknik Pengumpulan data menggunakan observasi langsung dan wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Dengan adanya akun instagram media sosial Opung Waffle sekarang menjadi lebih dikenal oleh masyarakat, saat ini Opung Waffle Cafe sudah mempunyai 3 Cabang yaitu Padang dan Pekanbaru. 2) Perkembangan teknologi mengakibatkan upaya promosi melalui media sosial menjadi penting seperti promosi melalui media instagram, dimana saat ini konsumen dapat mengetahui dengan jelas produk serta pelayanan oppung waffle cafe melalui media instagram 3) Jangkauan promosi Opung waffle cafe meliputi berbagai kalangan usia remaja sampai dewasa 4) Opung Waffle Cafe sudah mempunyai tim khusus yang mengelola akun media sosial Instagram yang bertugas untuk menyampaikan pesan promosi kepada follower terkait perkembangan produk dan fasilitas opung cafe. 5) Dengan adanya media promosi instagram, dapat terlihat peningkatan penjualan produk Opung Waffle Cafe.

**Kata Kunci: Instagram, Media Promosi, Jumlah Konsumen**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Fokus Masalah .....	6
D. Rumusan Masalah .....	6
E. Tujuan Penelitian .....	6
F. Manfaat Penulisan.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Media Sosial .....	9
2. Instagram .....	10
3. Promosi.....	13
4. Konsumen.....	20
5. Cafe .....	20
B. Kerangka Konseptual .....	21
C. Pertanyaan Penelitian .....	22
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	24
C. Informan Penelitian.....	24
D. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....	24
E. Teknik dan Pengumpulan Data.....	26

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	29
G. Teknik Analisis Data.....	30

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum.....	32
B. Hasil Penelitian .....	34
1. Akun Instagram Sebagai Media Promosi di Media Sosial Terhadap Peningkatan Pengunjung di Opung Waffle Café.....	34
2. Faktor Pendorong Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi.....	37
3. Jangkauan Promosi Menggunakan Media Sosial Instagram.....	39
4. Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi .....	42
C. Hasil Pembahasan .....	44
1. Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Promosi di Media Sosial .....	44
2. Faktor Pendorong Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi.....	46
3. Jangkauan Promosi Menggunakan Media Sosial Instagram.....	47
4. Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi .....	49

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	50
B. Saran .....	51

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>55</b>
----------------------	-----------

## DAFTAR GAMBAR

### Gambar

1. Instagram Opung Waffle.....	4
2. Kerangka Konseptual.....	22
3. Menu Opung Waffle .....	36
4. Event Opung Waffle .....	48

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Panduan Wawancara Penelitian .....	55
2. Hasil Wawancara .....	58
3. Checklist Observasi Penelitian .....	62
4. Dokumentasi Penelitian .....	63

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pariwisata adalah salah satu sektor yang dapat menunjang perekonomian yang ada di Indonesia. Keindahan alam dan budaya sendiri yang menjadi daya tarik wisatawan dari berbagai mancanegara untuk datang berkunjung ke Indonesia. Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang terencana, yang dilakukan secara individu maupun kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan suatu bentuk kepuasan dan kesenangan semata (Sinaga, 2010: 12). Pada saat sekarang ini salah satu industri pariwisata yang sangat berkembang ialah jasa makanan dan minuman.

Kota Padang yang merupakan ibu kota dari Sumatera Barat memiliki industri pariwisata yang meningkat dibidang *cafe*. Peningkatan jumlah *Cafe* yang terjadi di Kota Padang menuntut para perusahaan *cafe* harus memikirkan cara untuk bertahan didalam persaingan dalam menarik perhatian dan mendapatkan loyalitas konsumen atau pengunjung, mulai dari peningkatan kualitas produk, variasi menu, fasilitas, cara promosi dan kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dan modern, akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan yang bergerak dibidang industri, penjualan, maupun jasa. Dengan keadaan seperti ini, tentu saja tidak menutup kemungkinan perusahaan-perusahaan tersebut akan bersaing ketat dengan perusahaan yang mengeluarkan produk yang sejenis.

Dalam memperluas jangkauan pemasaran diperlukan strategi yang terencana untuk menawarkan produk yang ada. Pernyataan strategi secara eksplisit merupakan kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Strategi memberikan kesatuan arah bagi semua anggota organisasi. Bila konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang diambil akan bersifat subjektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain. (Tjiptono, 2012)

Pada era digital seperti sekarang ini promosi dapat dilakukan dalam berbagai macam media, salah satunya melalui internet. Perkembangan internet saat ini dengan adanya media sosial begitu penting dalam kehidupan masyarakat. Media sosial membuat manusia lebih transparan dalam berkomunikasi, dan aktivitas setiap orang dengan mudah dapat diketahui orang lain, bahkan diketahui seluruh dunia (Nurudin, 2013). Media sosial lebih diminati karena kegiatan komunikasinya bersifat dua arah. Pengguna media sosial dapat memperoleh umpan balik atau komentar langsung dari pengguna lainnya banyak sekali jenis dan media sosial yang pada intinya memberikan kemudahan masyarakat menerima informasi dari mana saja. Media sosial saat ini dipakai sebagai sarana untuk pemasaran atau marketing sebagaimana dikatakan oleh Tjiptono dan Diana (2020: 3), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan

dalam lingkungan yang dinamis, selaras dengan pendapat Astini (2021) yang menyatakan bahwa marketing digital saat ini lebih banyak disaksikan oleh orang dibandingkan marketing konvensional.

Banyaknya kemudahan dan fungsi dalam penggunaan media sosial telah mendorong banyak pengusaha dalam bidang usaha kuliner di Kota Padang juga untuk memanfaatkan fasilitas media digital sebagai sarana promosi produk-produknya. Salah satunya adalah menggunakan media sosial seperti halnya Opung Waffle Cafe yang kebanyakan menggunakan media sosial instagram dalam memasarkan produknya khususnya usaha pada bidang kuliner. Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial berbagi foto yang mengusung konsep *platform* sosial yang memungkinkan penggunanya berinteraksi dengan foto dan video karya mereka dalam media sosial instagram memungkinkan penggunanya mengunggah dan mengedit untuk mempercantik hasil foto dan video sebelum diunggah. Oleh karena itu instagram bisa dimanfaatkan pebisnis sebagai media promosi digital, yaitu kegiatan promosi yang menggunakan media online marketing.

Opung Waffle Cafe sendiri merupakan salah satu usaha kuliner yang menyajikan menu makanan dan minuman seperti waffle, kopi, *milkshake* dan berbagai menu lainnya, dengan pasar utamanya adalah remaja. Opung Waffle telah berdiri sejak bulan Mei 2016 dan berlokasi di Jl. Rimbo Kaluang No. 6 Komplek GOR H. Agus Salim Kota Padang . Hingga tahun 2022 Opung Waffle telah berhasil membuka beberapa cabang hingga ke

kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Dapat di lihat dari jumlah *follower* Instagram Opung Waffle pada gambar berikut :



**Gambar 1. Instagram Opung Waffle**  
Sumber: Instagram

Pengelola memilih media sosial Instagram karena banyak pengguna. Melihat potensi positif dari manfaat Instagram sebagai media promosi dapat meningkatkan jumlah pengunjung setidaknya pada setiap harinya Opung WaffleCafe dapat mengunggah minimal satu foto hasil dari me-repost postingan fotodari pengunjung yang mengunggahnya ke instagram. Promosi lainnya yang dilakukan adalah melalui testimoni kesaksian dari konsumen yang sudah pernah membeli produk, biasanya konsumen memberikan komentar atas produk yang telah dibelinya, lalu merekomendasikan produk yang dia beli kepada orang lain di akun media sosial miliknya.

Pemanfaatan media sosial seperti instagram memang dapat memberikan kemudahan-kemudahan dalam proses promosi dan jual beli yang dilakukan oleh para pelaku usaha kuliner untuk memasarkan usahanya serta dapat meminimalkan biaya. Namun untuk melakukan hal tersebut memnag harus memberikan waktu lebih atau intensifitas untuk mengelola pemasaran melalui media sosial tersebut. Kebanyakan pelaku usaha kuliner

yang menggunakan media sosial kurang maksimal untuk memanfaatkan penggunaan media sosial tersebut, contohnya pelaku usaha kuliner yang hanya menggunakan satu atau dua jenis media saja, sehingga untuk pemasaran onlinenya kurang maksimal. Minimnya pengetahuan tentang mengelola media sosial menjadi beberapa alasan tersendiri.

Namun masih banyak pula pelaku usaha yang kurang mengerti dengan pemanfaatan media sosial untuk memasarkan bisnisnya, mereka masih melakukan pemasaran secara tradisional yaitu dengan memasarkan produk langsung kepada konsumen yang hanya mempunyai cakupan wilayah yang masih kecil.

Peneliti telah melakukan pra penelitian dengan mewawancarai pemilik Opung Waffle Cafe tanggal 23 April 2022 yang menyatakan bahwa pihak Opung Waffle Cafe belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran secara maksimal dan masalah lain adalah pemasaran produk yang kurang luas dikarenakan hanya menggunakan satu media sosial yaitu instagram, serta kurangnya pemahaman mengenai pengelolaan media sosial instagram.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Tinjauan Instagram Sebagai Media Promosi Opung Waffle Cafe”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Penelitian ini membahas mengenai strategi promosi media sosial melalui media sosial instagram dalam meningkatkan jumlah pengunjung di

Opung Waffle, maka muncul masalah-masalah yang perlu diidentifikasi oleh penulis, diantaranya sebagai berikut :

1. Belum maksimalnya penggunaan media sosial instagram sebagai sarana promosi.
2. Masih rendahnya jangkauan promosi dari Opung waffle Cafe.
3. Kurangnya pemahaman mengenai pengelolaan media sosial melalui media promosi Instagram.

### **C. Fokus Masalah**

Adapun permasalahan yang dapat menjadi fokus masalah adalah untuk mengetahui peranan media instagram sebagai sarana promosi dalam meningkatkan jumlah pengunjung di seluruh cabang Opung Waffle Cafe.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimana instagram sebagai media promosi di media sosial terhadap peningkatan pengunjung di seluruh cabang Opung Waffle Cafe ?

### **E. Tujuan Penelitian**

#### 1. Tujuan Umum

Melalui Penelitian ini, Peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana peranan media instagram sebagai media promosi terhadap peningkatan jumlah pengunjung di Opung Waffle Cafe ?

## 2. Tujuan Khusus

- a. Mengetahui faktor pendorong penggunaan media sosial *Instagram* sebagai sarana promosi
- b. Mengetahui seberapa luas jangkauan promosi menggunakan media sosial *Instagram*
- c. Mengetahui pemahaman mengenai pengelolaan media sosial *Instagram* sebagai sarana promosi
- d. Mengetahui sejauh mana *instagram*

## F. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Bagi Opung Waffle

Hasil penelitian ini dapat diharapkan memberikan informasi tambahan serta masukan kepada pengelola Opung Waffle dalam memanfaatkan media sosial untuk kegiatan promosi.

### 2. Manfaat Bagi Jurusan

Hasil Penelitian ini dapat diharapkan menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan mendatang.

### 3. Manfaat Bagi Peneliti Lainnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pembaca dalam rangka pemenuhan informasi dan referensi dalam menambah pengetahuan khususnya di bidang penggunaan serta pemanfaatan media sosial untuk sarana promosi usaha.

#### 4. Manfaat Bagi Peneliti

- a. Untuk menambah wawasan dan ilmu peneliti serta menjawab rasa ingin tahu peneliti terkait strategi pemasaran melalui media sosial instagram untuk meningkatkan pengunjung serta mengaplikasikan semua teori yang didapat selama perkuliahan yang dipraktikan pada penelitian ini
- b. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Sains Terapan