

**PENERAPAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
SARANA PROMOSI DI *CAFE VELOCITY BURGER AND COFFEE* KOTA
PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen Perdagangan
(DIII) Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh

ALFIN KURNIA

2018/18134004

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERDAGANGAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2021

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

PENERAPAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI DI CAFE VELOCITY BURGER AND COFFEE KOTA PADANG

Nama : Alfin Kurnia
NIM : 18134004
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

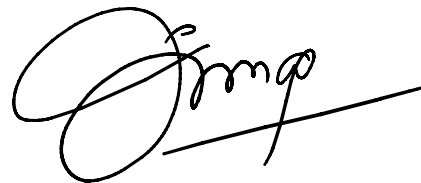
Padang, November 2021

Diketahui Oleh
Kordinator Program Studi
Diploma III Manajemen Perdagangan

Diketahui Oleh
Pembimbing Tugas Akhir



Dina Patrisia, SE., M.Si., Ph.D
NIP. 19751209 199903 2 001



Dina Patrisia, SE., M.Si., Ph.D
NIP. 19751209 199903 2 001

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PENERAPAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI DI CAFE VELOCITY BURGER AND COFFEE KOTA PADANG

Nama : Alfin Kurnia
BP/NIM : 2018/18134004
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

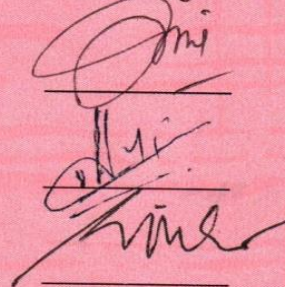
Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir
Prodi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, 4 November 2021

Tim penguji,

	Nama
Ketua	Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D
Anggota	Astri Yuza Sari, SE, MM
Anggota	Rini SArianti, SE, M.Si

TandaTangan



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alfin Kurnia
Thn Masuk/Nim : 2018/18134004
Tempat/Tgl. Lahir : Padang/ 2 Februari 2000
Program Studi : DIII Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Komp. Pemda Blok C No. 18 Padang Sarai
Judul Tugas Akhir : Penerapan Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi di Cafe Velocity Burger And Coffee Kota Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, 1 November 2021

Yang menyatakan,



Alfin Kurnia

ABSTRAK

Judul : **Penerapan Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Di Cafe Velocity Burger And Coffee Kota Padang**

Pembimbing : **Dina Patrisia, SE., M.Si., Ph.D**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana aktivitas promosi yang dilakukan oleh cafe Velocity Burger and Coffee melalui media sosial instagram. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi yang terjadi sesungguhnya. Penelitian deskriptif kualitatif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel tunggal tanpa membuat perbandingan variabel dan mencari hubungan dengan variabel lain. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dari hasil pembahasan dapat dijelaskan bahwa cafe Velocity Burger and Coffee menerapkan beberapa aktivitas promosi melalui media sosial instagram seperti, *instagram sebagai sarana promosi, model pemasaran instagram dan keunggulan instagram sebagai sarana promosi*. Dari variabel tersebut dapat dilihat aktivitas promosi yang dilakukan cafe velocity Burger and Coffee melalui media sosial instagram.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Media Sosial Instagram, Cafe Velocity Burger and Coffee

KATA PENGANTAR

Puju syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmad dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul: **“Penerapan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Cafe Velocity Burger And Coffee Kota Padang”**

Penulisan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penulisan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, doa dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si.,Ph.D selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Perdagangan serta selaku dosen Pembimbing Tugas Akhir bagi penulis yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama masa perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini dan seluruh karyawan/staf pegawai Fakultas Ekonomi atas bantuan yang diberikan selama penulis mengikuti studi.

3. Bapak Prof. Dr. yasri, M.S selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan bimbingan, nasehat dan arahan bagi penulis selama penulis mengikuti studi.
4. Bapak Rizo Nakamiko selaku *owner* Cafe Velocity Burger and Coffee yang telah memberikan waktu dan kesediaannya kepada penulis untuk memperoleh data dalam menyelesaikan Tugas Akhir penulis.
5. Kepada orang tua yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materil dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
6. Kepada Cindy Fatika yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Rekan-rekan seperjuangan dalam bangku perkuliahan, khususnya Program Studi DIII Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
8. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan, karena terbatasnya kemampuan, pengalaman dan pengetahuan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulis dapat memperbaiki pada karya ilmiah selanjutnya. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Komunikasi Pemasaran	7
B. Elemen Pemasaran	8
C. Promosi	10
1. Pengertian Promosi	10
2. Tujuan Promosi	11
D. Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	12
E. Media Sosial	13
1. Pengertian Media Sosial	13
2. Jenis-jenis Media Sosial	14
F. Instagram	16
1. Pengertian Instagram	16
2. Pemanfaatan Instagram	17
3. Instagram Sebagai Sarana Promosi	18
4. Model Pemasaran Instagram	19
5. Keunggulan Instagram Sebagai Sarana Promosi	23

BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Bentuk Penelitian	25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
1. Lokasi Penelitian	25
2. Waktu Penelitian	25
C. Rancangan Penelitian	25
1. Jenis Penelitian.....	25
2. Tahapan Penelitian	26
3. Teknik Pengumpulan Data	27
4. Objek Penelitian	30
5. Sumber Data.....	30
6. Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV PEMBAHASAN.....	32
A. Profil Perusahaan.....	32
1. Sejarah Berdirinya Cafe Velocity Burger and Coffee.....	32
2. Visi dan Misi	34
3. Stuktur Organisasi Cafe Velocity Burger and Coffee	35
4. Jenis-Jenis Produk.....	36
B. Hasil Penelitian.....	38
C. Pembahasan.....	39
1. Instagram Sebagai Sarana Promosi	40
2. Model Pemasaran Instagram	43
3. Keunggulan Instagram Sebagai Sarana Promosi	48
BAB V PENUTUP.....	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan Kompetitor Sejenis.....	5
Tabel 2. Jenis Produk Minuman.....	36
Tabel 3. Jenis Produk Makanan	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Profil Instagram Velocity Burger and Coffee	4
Gambar 2. Model Pemasaran Instagram.....	22
Gambar 3. Suasana cafe Velocity Burger and Coffee Pasar Baru	34
Gambar 4. Struktur Organisasi Cafe Velocity Burger and Coffee	35
Gambar 5. Foto Pelanggan.....	41
Gambar 6. Foto Produk.....	42
Gambar 7. Foto Bersama Selebriti Instagram	43
Gambar 8. Promosi <i>Giveaway</i>	47
Gambar 9. Foto Diskon.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

1. Permohonan Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini perkembangan teknologi sangatlah pesat. Bahkan manusia sangat bergantung pada teknologi yang ada untuk membantu menjalani aktifitas sehari-harinya. Dengan perkembangan teknologi manusia dapat dengan mudah dan cepat dalam memperoleh informasi. Salah satu teknologi yang biasa digunakan oleh manusia untuk memperoleh pusat informasi yang mudah diakses adalah internet. Inilah yang menyebabkan banyak kegiatan manusia yang memanfaatkan internet.

Perkembangan internet disertai dengan munculnya berbagai media sosial membawa perubahan signifikan dalam kehidupan masyarakat. Menurut Widyaningrum, (2016) media sosial merupakan media yang menggunakan teknologi berbasis web yang mendukung interaksi sosial dengan mengubah komunikasi sebagai dialog interaktif. Penggunaan media sosial menunjukkan adanya komunikasi bersifat dua arah dimana kita bisa memperoleh umpan balik dari pengguna lainnya. Pada intinya media sosial memberi kemudahan untuk menerima informasi dari mana saja.

Keberhasilan promosi melalui media sosial akhir-akhir ini merupakan sebuah bukti pentingnya keberadaan media sosial terhadap promosi yang membuat konsumen lebih dimudahkan. Masyarakat dapat memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk menyalurkan hobi, mempermudah pekerjaan, serta

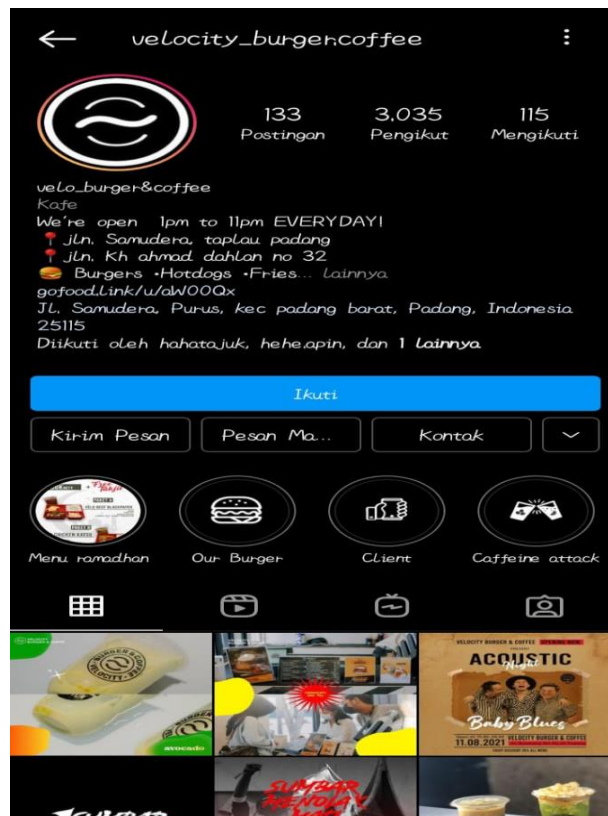
sarana promosi. Dengan menggunakan media sosial, komunikasi antara produsen dan konsumen dapat dilakukan dari manapun dan kapanpun. Hal ini menyebabkan kegiatan promosi menjadi lebih cepat dan luas. Menurut Wally et al., (2014) media sosial merupakan cara yang efektif untuk menjangkau konsumen sekaligus menghemat biaya. Adapun contoh media sosial yang banyak digunakan untuk sarana promosi adalah Facebook, Twitter, Youtube, Tiktok dan Instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling populer serta memiliki banyak pengguna aktif di seluruh dunia dengan rata-rata postingan 70 juta gambar setiap harinya (Buinac & Lundberg, 2016). Instagram adalah media sosial yang diciptakan untuk berbagi foto dan video kepada pengguna lainnya. Dengan adanya fitur foto dan video tersebut menjadikan instagram sebagai tempat yang efektif untuk mempromosikan produk serta sebagai penunjang pemasaran dari sebuah bisnis.

Beberapa tahun belakangan, banyak dunia usaha yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana promosi. Hal ini disebabkan karena Instagram adalah aplikasi yang cukup populer disemua kalangan. Tidak terlepas dari semua itu, bisnis kuliner juga ikut memanfaatkan instargam sebagai sarana promosi. Menurut Jacobson, (2020) pebisnis memanfaatkan data media sosial yang tersedia untuk penggalan opini, penawaran bertarget dan menjalin hubungan dengan pelanggan. Pertama, dalam penggalan opini pebisnis memanfaatkan data media sosial untuk mengungkapkan pengetahuan, pandangan serta pola pikir. Setelah memperoleh opini, para pelaku bisnis

mengaplikasikannya untuk mencapai tujuan bisnis yang strategis dan keunggulan kompetitif di pasar. Kedua, melalui media sosial pebisnis bisa membuat penawaran yang dipersonalisasi untuk konsumen tertentu. Ketiga, media sosial digunakan untuk mempererat hubungan dengan pelanggan, menarik pelanggan serta memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Berkaitan dengan penggunaan media sosial Instagram dalam mempromosikan produk ternyata memberi pengaruh besar pada sektor kuliner. *Restaurant, street food* serta *cafe* di Indonesia khususnya kota Padang juga memanfaatkan instagram sebagai sarana promosi. Pemanfaatan instagram dinilai memberikan dampak positif bagi perusahaan karena instagram dilengkapi dengan berbagai fitur yang menarik diantaranya *Stories, Feedgram, Reels, Dirrect Message, Shopping* dan live video. Dengan fitur-fitur tersebut pelaku usaha bisa membuat konten promosi semenarik mungkin untuk mempromosikan tempat, menu, atau pun diskon yang diberikan guna memikat konsumen. Velocity Burger and Coffee merupakan salah satu cafe yang ikut serta memanfaatkan perkembangan media sosial instagram untuk meningkatkan pemasarannya melalui strategi promosi. Velocity Burger and Coffee memiliki akun media sosial instagram dengan nama @velocity_burger.coffee serta jumlah pengikut sebanyak 3.035 akun dan semakin bertambah setiap harinya. Sesuai dengan namanya produk unggulan dari cafe ini adalah burger dan kopi. Lokasi utama velocity burger and coffee berada di Jln. Samudra Taplau Padang dan sekarang sudah memiliki tiga cabang. Cabang pertama berlokasi di Jln. Kh

Ahmad Dahlan No.32 serta cabang kedua berlokasi di Jln. Belakang Olo No. 45 dan cabang terakhir berlokasi di Jln.Dr. Moh Hatta Unand.



Gambar 1. Profil Instagram Velocity Burger and Coffee

Sumber: https://www.instagram.com/velocity_burger.coffee/

Berdasarkan gambar diatas akun instagram cafe Velocity Burger and Coffee mempromosikan produknya melalui foto dan video. Foto dan video yang diunggah tersebut berisikan tentang pesan promosi untuk menarik konsumen serta informasi terkait dengan produk yang ditawarkan. Dengan adanya media sosial instagram kegiatan promosi menjadi lebih mudah dan

efektif. Penggunaan media sosial instagram sebagai sarana promosi tidak hanya diterapkan oleh cafe Velocity Burger and Coffee, akan tetapi juga digunakan oleh kompetitor sejenis. Berikut adalah data hasil unggahan foto dan *followers* cafe Velocity Burger and Coffee dengan kompetitor yang sejenis.

Tabel 1. Perbandingan Kompetitor Sejenis

No	Nama Cafe	Nama Akun Instagram	Jumlah postingan	Jumlah Followers
1	Velocity Burger and Coffe	velocity_burger.coffee	157	3035
2	Situ Koffie	situkoffie	58	3801
3	Parewa Coffee Shop & Roastery	parewacoffee	299	6138
4	bacarito Kopi	bacaritokopi	272	8974

Sumber: Akun Instagram Velocity Burger and Coffee, Situ Koffie, Parewa Coffee, Bacarito Kopi

Dengan kondisi yang telah disebutkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Penerapan Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi di Velocity Burger and Coffee kota Padang”**

B. Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang didapatkan dari latar belakang diatas adalah bagaimana penerapan penggunaan media sosial instagram sebagai sarana promosi di Cafe Velocity Burger and Coffee kota Padang.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan penggunaan media sosial instagram sebagai sarana promosi di Cafe Velocity Burger and Coffee kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan memperluas wawasan berpikir penulis, serta dapat membarikan informasi yang mendalam mengenai pernerapan penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat membantu pihak Cafe Velocity Burger and Caffee dalam mamfaatkan media sosial instagram sebagai sarana promosi.

3. Bagi Universitas

Sebagai bahan perpustakaan dan perbandingan bagi mahasiswa dimasa yang akan datang terutama pada bidang pemasaran berbasis media sosial instagram.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan pada cafe Velocity Burger and Coffee, dapat disimpulkan bahwa kegiatan strategi promosi melalui media sosial instagram yang dilakukan oleh cafe Velocity Burger and Coffee sebagai berikut:

1. Instagram Sebagai Sarana Promosi

Kegiatan yang dilakukan oleh cafe Velocity Burger and Coffee melalui media sosial instagram yaitu, pihak cafe Velocity Burger and Coffee melaksanakan kegiatan promosi melalui media sosial instagram dengan cara memposting foto atau video yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan oleh cafe Velocity Burger and Coffee kepada konsumen. Cafe Velocity Burger and Coffee juga memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada instagram agar postingan yang disampaikan kepada konsumen memberikan informasi yang bermanfaat.

2. Model Pemasaran Instagram

Cafe Velocity Burger and Coffee menerapkan beberapa model pemasaran melalui media sosial instagram terkait dengan promosi agar memberikan informasi kepada konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan seperti: memberikan diskon harga disetiap produk tertentu, melakukan kegiatan *giveaway* untuk menarik minat konsumen serta

bekerjasama dengan salah satu selebriti instagram sebagai testimonial selebriti.

3. Keunggulan Instagram Sebagai Sarana Promosi

Adapun beberapa alasan cafe Velocity Burger and Coffee memakai instagram sebagai sarana promosi diantaranya, terkait biaya, mudah digunakan, keterlibatan konsumen, gengsi, peraturan, mudah menjangkau konsumen.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis uraikan di atas, untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan cafe Velocity Burger and Coffee, maka penulis mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan sekaligus masukan yang bermanfaat khususnya untuk pihak cafe velocity Burger and Coffee yaitu:

1. Melaksanakan promosi penjualan secara terjadwal melalui media sosial instagram. Kegiatan promosi ini harusnya dilakukan setiap bulan agar calon konsumen semakin tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh cafe Velocity Burger and Coffee.
2. Sebaiknya cafe Velocity Burger and Coffee memperhatikan fitur-fitur yang ada di instagram seperti *caption*, *hashtag*, *geotag* dan memakai fitur tersebut dalam melakukan kegiatan promosi melalui instagram agar konsumen

mudah untuk mencari keberadaan cafe Velocity Burger and Coffee melalui instagram.

3. Cafe Velocity Burger and Coffee sebaiknya membuat *event-event* yang menarik sehingga dapat meningkatkan minat konsumen untuk berkunjung ke cafe Velocity Burger and Coffee.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1), 43–54.
- Buinac, E., & Lundberg, J. (2016). *Instagram sebagai Alat Pemasaran*.
- Diyatma, A. J. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar. *E-Proceeding of Management*, 4(1), 175–179.
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1), 31–40.
- Farlela, S. (2014). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Sepeda Motor Honda Pada Pt. Daya Anugrah Mandiri Samarinda. *EJurnal Administrasi Bisnis*, 2(4), 1–15.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue Ekonomi dan Bisnis).
- Fitriani, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat. *19(2)*, 148–152.
- Habsy, B. A. (2017). Seni Memahami Penelitian Kuliitatif Dalam Bimbingan Dan Konseling : Studi Literatur. *JURKAM: Jurnal Konseling Andi Matappa*, 1(2),