

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam kegiatan promosi dan pemasaran. Media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi yang paling efektif dalam memperkenalkan suatu brand. Media sosial memungkinkan penyampaian informasi yang sangat cepat, luas dan interaktif melalui konten visual, media digital mempunyai peran penting dalam membangun kesadaran merek karena mampu menjangkau audiens secara personal dan berkelanjutan.

Dalam konteks promosi, Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang banyak dimanfaatkan sebagai media promosi karena memiliki fitur visual yang menarik seperti *feed*, *reels* dan *story*. Melalui fitur tersebut pelaku usaha dapat menyampaikan informasi mengenai produk, suasana, fasilitas, serta berbagai kegiatan dapat tersampaikan kepada audiens secara lebih efektif. Selain itu Instagram juga menyediakan fitur analitik yang memungkinkan pelaku usaha mengukur efektivitas promosi melalui indikator seperti jumlah tayangan (*views*), jangkauan (*reach*), interaksi (*engagement*), dan pertumbuhan pengikut (*followers*) [2].

Sendjati Cafe & Resto merupakan kafe yang berada dalam satu kawasan dengan Rodjo Tater, yang dikenal sebagai tempat rekreasi keluarga. Kafe ini memiliki keunikan berupa suasana alam terbuka dengan hamparan

persawahan, area bermain anak, serta keberadaan hewan yang menjadi daya tarik bagi pengunjung. Selain itu, Sendjati juga menyediakan ruang yang nyaman dan luas untuk menyelenggarakan berbagai acara besar, seperti pernikahan, reuni, dan kegiatan lainnya [3].

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan bapak Aris selaku General Manager Sendjati Cafe & Resto, promosi melalui Instagram sudah dilakukan sebagai salah satu media penyampaian informasi kepada audiens. Namun, pengelolaannya masih belum dilakukan secara terencana sehingga pemanfaatan Instagram sebagai media pengenalan dan promosi belum optimal.

Hasil observasi terhadap akun Instagram Sendjati Cafe & Resto sebelum proses perancangan menunjukkan bahwa akun tersebut memiliki 1.003 pengikut (*followers*) dengan 44 unggahan (*postingan*). Meskipun telah memiliki akun Instagram sebagai media promosi, frekuensi unggahan masih belum konsisten, variasi konten yang dipublikasikan masih terbatas, dan belum adanya perencanaan konten (*content planning*) yang terstruktur. Akibatnya, informasi mengenai menu, fasilitas, suasana, dan berbagai keunggulan Sendjati Cafe & Resto belum dapat tersampaikan secara maksimal kepada audiens.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan perancangan konten promosi dan pengenalan Sendjati Cafe & Resto di Instagram yang meliputi *feed*, *reels*, dan *story*. Perancangan tersebut diharapkan mampu menyajikan informasi mengenai menu, fasilitas, suasana, serta berbagai keunggulan

Sendjati Cafe & Resto secara menarik, informatif, dan lebih konsisten sehingga dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas serta meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung.

Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dengan judul **"Perancangan Konten Promosi dan Pengenalan Sendjati Cafe & Resto di Instagram"** sebagai upaya untuk meningkatkan jangkauan informasi, memperkuat kesadaran merek (*brand awareness*), serta mendukung kegiatan promosi sehingga Sendjati Cafe & Resto dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari Latar belakang yang sudah dijabarkan dapat disimpulkan identifikasi masalahnya adalah:

- 1.2.1 Promosi dan pengenalan Sendjati Cafe & Resto di Instagram belum optimal sehingga informasi mengenai menu, fasilitas, suasana, dan keunggulan kafe belum tersampaikan secara maksimal kepada masyarakat.
- 1.2.2 Belum ada perancangan konten Instagram yang terstruktur dan menyebabkan penyampaian informasi promosi dan pengenalan Sendjati Cafe & Resto kurang menarik, kurang konsisten, serta belum mampu menjangkau target audiens secara lebih luas.

1.3 Batasan Masalah

- 1.3.1 Penelitian ini dibatasi pada perancangan konten promosi dan pengenalan Sendjati Cafe & Resto di Instagram.

- 1.3.2 Konten yang dirancang meliputi *feed*, *reels*, dan *story* Instagram disesuaikan dengan kebutuhan promosi dan pengenalan Sendjati Cafe & Resto.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang menjadi bahasan dalam *project* Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1.4.1 Bagaimana merancang dan mengelola konten Instagram sebagai media promosi dan pengenalan yang mampu meningkatkan *brand awareness* Sendjati Cafe & Resto?
- 1.4.2 Bagaimana menghasilkan konten Instagram dalam bentuk *feed*, *reels*, dan *story* yang mampu menyampaikan informasi mengenai menu, fasilitas, suasana, dan keunggulan Sendjati Cafe & Resto secara efektif kepada target audiens?

1.5 Tujuan Perancangan

- 1.5.1 Menentukan informasi dan pesan promosi yang sesuai dengan karakteristik target audiens sebagai dasar perancangan konten Instagram Sendjati Cafe & Resto.
- 1.5.2 Merancang konten Instagram melalui penyusunan *content pillar*, *content planner*, serta pengembangan konten *feed*, *reels*, dan *story* sebagai media promosi dan pengenalan Sendjati Cafe & Resto.
- 1.5.3 Mengevaluasi hasil implementasi konten Instagram berdasarkan performa akun, meliputi jangkauan akun (*reach*), tayangan (*impressions*), interaksi (*engagement*), dan pertumbuhan jumlah

pengikut (*followers*) sebagai indikator keberhasilan perancangan.

1.6 Manfaat Perancangan

Manfaat perancangan dari penelitian *project* Tugas Akhir ini, yaitu sebagai berikut :

1.6.1 Manfaat bagi penulis

Project Tugas Akhir ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman penulis dalam merancang konten Instagram sebagai media pengenalan dan promosi. Selain itu, perancangan ini dapat meningkatkan kemampuan penulis dalam mengembangkan konsep kreatif, serta menghasilkan karya komunikasi visual yang sesuai dengan kebutuhan audiens dan tujuan promosi. Pengalaman tersebut diharapkan dapat menjadi bekal dalam menghadapi dunia kerja profesional, khususnya di bidang Desain Komunikasi Visual dan pemasaran digital.

1.6.2 Manfaat bagi Masyarakat

Project Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan informasi yang menarik, informatif, dan mudah dipahami mengenai Sendjati Cafe & Resto melalui media Instagram. Dengan adanya konten yang terstruktur, masyarakat dapat memperoleh informasi mengenai produk, fasilitas, suasana, serta berbagai keunggulan yang dimiliki Sendjati Cafe & Resto, sehingga dapat menjadi referensi bagi masyarakat dalam memilih destinasi kafe.

1.6.3 Manfaat Hasil Produk Terkait

Project Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi media pengenalan dan promosi yang mampu memperluas jangkauan informasi mengenai Sendjati Cafe & Resto kepada masyarakat. Melalui konten Instagram yang terencana dan menarik, diharapkan informasi mengenai produk, fasilitas, suasana, dan keunggulan yang dimiliki dapat tersampaikan lebih efektif sehingga mampu meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) dan daya tarik Sendjati Cafe & Resto di tengah persaingan industri kuliner.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Tugas Akhir berjudul "**Perancangan Konten Promosi dan Pengenalan Sendjati Cafe & Resto di Instagram**" adalah sebagai berikut:

- BAB I Pendahuluan, Bab ini berisi latar belakang perancangan, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, serta sistematika penulisan.
- BAB II Tinjauan Pustaka, Bab ini membahas penelitian sejenis yang relevan, landasan teori yang mendukung perancangan, serta kerangka berpikir sebagai dasar dalam proses perancangan.
- BAB III Metode Penelitian, Bab ini berisi waktu dan tempat penelitian, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data, serta prosedur penelitian yang digunakan dalam proses perancangan.
- BAB IV Bab ini berisi gambaran umum Sendjati Cafe & Resto,

konsep dasar perancangan proses perancangan hasil perancangan.

BAB V Penutup, berisi simpulan dan saran. Bagian akhir terdapat daftar pustaka dan lampiran-lampiran.