

## Analisis Aktifitas Promosi Berawal Coffee Melalui Media Sosial Instagram Dimasa Pandemi Covid-19

**Aubrey Indallah Syihaboeddin\*, Aning Sofyan**

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*Obyindallah21@gmail.com, Aningsofyan06@gmail.com

**Abstract.** Promotion is an activity carried out to introduce a product or service so that it can attract public interest. Promotional activities are carried out so that the products sold can be well received by the public so that people can participate in buying or using them. Starting Coffee is one of the business people in the cafe or commonly called a coffee shop that plays a role in promotional activities to sell the products they have. Starting Coffee was founded in 2019 until now and had temporarily closed the place due to the covid-19 pandemic, then Berawal Coffee was reopening in early 2021 with a new concept, place, and atmosphere. The purposes of this study are (1) to find out the reason for Berawal Coffee to re-open its place during the covid-19 pandemic, (2) to find out how the form of marketing used by Berawal Coffee in marketing its place, (3) to find out what obstacles Berawal coffee experienced. Coffee in marketing its Instagram social media products. The results of this study are (1) Berawal Coffee reopened its place in the midst of a pandemic because of the economic needs of the owner and his workers, as well as for the progress of Berawal Coffee. (2) The form of marketing used by Berawal Coffee in Instagram social media is being more active on Instagram, diligently creating content, making promos on online motorcycle taxis, making new packaging bottles for take away. (3) The obstacles that exist in the promotion process of Berawal Coffee on Instagram social media during the covid-19 pandemic are that many competitors use Instagram as a tool to promote their products.

**Keywords:** *Promotion, Social Media, Covid-19 Pandemic*

**Abstrak.** Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengenalkan suatu barang atau jasa sehingga bisa menarik minat masyarakat. Kegiatan promosi dilakukan supaya produk yang dijual dapat diterima dengan baik oleh masyarakat sehingga masyarakat dapat ikut membeli atau menggunakannya. Berawal Coffee adalah salah satu pelaku bisnis dibidang cafe atau biasa disebut coffee shop yang berperan dalam kegiatan promosi untuk menjual produk yang mereka miliki. Berawal Coffee berdiri pada tahun 2019 sampai sekarang dan sempat menutup tempatnya sementara karena adanya pandemi covid-19, lalu Berawal Coffee buka kembali diawal 2021 dengan konsep, tempat, dan suasana yang baru. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui alasan Berawal coffee membuka ulang tempatnya dalam masa pandemi covid-19, (2) Untuk mengetahui bagaimana bentuk marketing yang digunakan Berawal Coffee dalam memasarkan tempatnya, (3) Untuk mengetahui hambatan apa saja yang dialami Berawal Coffee dalam memasarkan produknya media sosial instagram. Hasil dari penelitian ini adalah (1) Berawal Coffee membuka kembali tempatnya ditengah masa pandemi karena kebutuhan ekonomi sang owner dan pekerjanya, juga demi kemajuan pada Berawal Coffee. (2) Bentuk marketing yang digunakan oleh Berawal Coffee dalam media sosial instagram yakni, menjadi lebih aktif di instagram, rajin membuat konten, membuat promo di ojek online, membuat botol kemasan baru untuk di take away. (3) Hambatan yang ada dalam proses promosi Berawal Coffee di media sosial instagram selama masa pandemi covid-19 adalah, banyaknya pesaing yang sama sama menggunakan media sosial instagram sebagai alat untuk mempromosikan produknya.

**Kata Kunci:** *Promosi, Media Sosial, Pandemi covid-19*

## A. Pendahuluan

Seperti yang kita tahu pandemi covid-19 telah melanda dunia dan merubah banyak sistem kehidupan, mulai dari segi ekonomi, sosial, pendidikan, pekerjaan dan lain-lain. Dari dampak pandemi tersebut banyak orang yang terkena imbasnya seperti, pelajar yang harus belajar dirumah karena tidak bisa masuk sekolah, pekerja yang harus *work from home* atau bekerja dari rumah karena tidak bisa pergi ke kantornya guna menghindari penyebaran virus covid-19, bahkan tidak sedikit orang-orang terkena PHK dini karena perusahaannya tidak sanggup membayar mereka ataupun bangkrut.

Dari segi ekonomi, banyak pasar atau toko dan penjual lainnya yang menutup toko mereka karena pandemi, termasuk pelaku bisnis dibidang makanan. Pada awal masa pandemi hampir semua tempat makan menutup tempatnya untuk umum guna menghindari penularan covid-19 didaerahnya masing-masing.

Berbeda halnya dengan penjualan online atau penjualan secara tidak langsung, seperti berjualan melalui sosial media. Banyak penjualan online yang meningkat dikarenakan pandemi covid-19 ini. Namun para penjual online tersebut perlu berpikir lebih kreatif untuk mempromosikan barang dagangannya dengan cermat, agar lebih banyak minat pembeli untuk membeli produk mereka dikala pandemi seperti ini.

Hal diatas mempengaruhi pelaku bisnis yang mempunyai kedai atau toko offline, para pelaku bisnis tersebut menjadi lebih terbuka lagi pemikirannya untuk mempromosikan tempat, jasa, maupun produk mereka dan mengalihkan kosumen mereka, dari yang tadinya diajak atau dibuat tertarik untuk datang ke kedai atau toko mereka, lalu dialihkan menjadi konsumen secara online atau konsumen yang bisa memesan produknya dari rumah.

“Berhasil tidaknya kegiatan komunikasi pemasaran secara efektif banyak ditentukan oleh strateginya. Tanpa strategi dengan semakin berkembang dan semakin modern media massa yang kini dipergunakan serta kemudahan untuk mengakses, maka sebuah organisasi akan tertinggal.”(Dian, 2017:75)

Berawal Coffee adalah satu *coffee shop* yang berada di kota Bandung. Berdiri pada tahun 2019 dan bertempat di jalan kyai luhur no. 10 Bandung, setelah kurang lebihnya satu tahun berdiri, Berawal coffee memutuskan untuk menutup sementara tempat berjualan atau kedainya karena adanya pandemi dan merencanakan pindah ketempat baru untuk membuka tempatnya kembali. Pada bulan maret 2021 berawal coffee membuka kembali tempat mereka yang baru (*re-opening*) di jalan wira angun-angun no. 28 Bandung.

Berawal coffee juga adalah salah satu *coffee shop* yang menggunakan media sosial sebagai media untuk mempromosikan penjualannya, instagram adalah media sosial yang digunakan Berawal Coffee untuk mempromosikan produknya, dengan cara membuat konten dalam bentuk foto ataupun video yang diunggah ke dalam *feeds*, maupun *instagram story* di akun instagram mereka yang mempunyai *username* @berawalcoffee.

Muttaqin, 2011, (dalam Puguh, 2017), mengatakan “Instagram marketing adalah melakukan aktivitas marketing menggunakan semua fasilitas yang disediakan oleh Instagram dengan tujuan meningkatkan penjualan (sales) dan menjalin komunikasi yang lebih langgeng dengan pelanggan (customer relationship).”

## B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang kami digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. (Menurut Whitney dalam Moelong 2012:201), “Metode deskriptif merupakan pencarian suatu fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian dengan metode deskriptif mempelajari masalah-masalah dan tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan, serta proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dalam suatu fenomena.”

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan studi kasus untuk memperdalam penelitiannya. “Studi kasus merupakan penyelidikan empiris yang menyelidiki fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata” (Yin, 2009)

Data merupakan hal utama yang sangat berpengaruh di dalam sebuah penelitian, karenanya penelitian tersebut akan menjadi data yang valid dan kredibel, maka dari itu data

sangatlah penting. Data yang dimiliki penulis harus kredibel dan valid, maka penulis harus memiliki sumber atau informan yang pasti dan sesuai dengan latar belakang penelitian yang akan ditelitinya. Informan penelitian yang akan/ memberikan informasi mendalam terkait dengan judul penelitian ini berjumlah tiga orang dari Berwal Coffee yakni owner atau pemilik Berawal Coffee, Media Sosial Officer, dan orang yang bekerja disana, yang telah disesuaikan dengan kriteria-kriteria yang telah penulis tetapkan.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Metode penelitian yang kami digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. (Menurut Whitney dalam Moelong 2012:201), “Metode deskriptif merupakan pencarian suatu fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian dengan metode deskriptif mempelajari masalah-masalah dan tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan, serta proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dalam suatu fenomena.”

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan studi kasus untuk memperdalam penelitiannya. “Studi kasus merupakan penyelidikan empiris yang menyelidiki fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata” (Yin, 2009)

Data merupakan hal utama yang sangat berpengaruh di dalam sebuah penelitian, karenanya penelitian tersebut akan menjadi data yang valid dan kredibel, maka dari itu data sangatlah penting. Data yang dimiliki penulis harus kredibel dan valid, maka penulis harus memiliki sumber atau informan yang pasti dan sesuai dengan latar belakang penelitian yang akan ditelitinya. Informan penelitian yang akan memberikan informasi mendalam terkait dengan judul penelitian ini berjumlah tiga orang dari Berwal Coffee yakni owner atau pemilik Berawal Coffee, Media Sosial Officer, dan orang yang bekerja disana, yang telah disesuaikan dengan kriteria-kriteria yang telah penulis tetapkan.

Dalam pemilihan informan penelitian ini penulis memfokuskan kepada beberapa kriteria dari pada informan penelitian sebagai berikut:

1. Owner atau pemilik Berawal Coffee karena dia yang mengontrol semua yang ada pada Berawal Coffee.
2. Media Sosial Officer karena dia yang mempunyai pekerjaan mengontrol media sosial dari Berawal Coffee.
3. Marketing Berawal Coffee, orang yang bekerja mempromosikan Berawal Coffee.

#### **Wawancara**

“Wawancara adalah proses memperoleh data untuk tujuan penelitian menggunakan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden menggunakan alat bernama panduan wawancara.” (Siregar, 2013).

#### **Observasi**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan selanjutnya adalah observasi. Pelaksanaan observasi di dalam penelitian ini adalah menggunakan observasi wawancara secara online dan offline. Observasi online merupakan observasi yang dilakukan oleh penulis terhadap objek penelitian dengan tidak secara langsung (menggunakan perantara), yaitu menggunakan perantara chat, telepon, atau video call dengan narasumber yang bersangkutan karena terhalang oleh situasi pandemi Covid-19 dan sulitnya penyesuaian jadwal dengan narasumber. Sedangkan observasi offline yakni mewawancarai secara langsung narasumber ditempat yang telah disepakati sebelumnya. Observasi ini juga dibarengi dengan hasil dokumentasi foto-foto saat wawancara dengan narasumber.

#### **Studi Literatur**

Teknik penelitian data selanjutnya yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan studi literatur, yaitu sumber-sumber yang relevan seperti dari buku, jurnal-jurnal, atau dokumen yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, agar lebih kredibel dan terarah, seperti teori-teori dan metodologi yang telah dituliskan sebelumnya.

#### **Teknik Analisis Data**

Pada penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik analisis data menurut Milles dan Huberman (1994: 12) “Yang membagi kegiatan analisis menjadi beberapa bagian diantaranya

yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi data” (Karakter & Homeschooling, 2016).”.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari wawancara mendalam dengan narasumber atau informan, dan juga pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berawal Coffee membuka kembali tempatnya ditengah masa pandemi karena kebutuhan ekonomi dari pada owner dan pekerjanya, juga kemajuan demi dari Berawal Coffee itu sendiri, namun dengan peraturan baru dari pemerintah dimasa pandemi.
2. Bentuk marketing yang digunakan oleh Berawal Coffee dalam memasarkan produknya melalui media sosial instagram dalam masa pandemi covid-19 yakni, menjadi lebih aktif lagi di instagram, rajin membuat konten guna menarik konsumen, membuat promo promo di ojek online yang mereka infokan lewat instagram, membuat botol kemasan baru untuk di *take away* atau dipesan melalui ojek online, informasi mengenai borol kemasan baru dan informasi lainnya Berawal Coffee selalu jadikan itu konten di *instagram sroty* atau *instagram feeds*. Tak lupa berawal juga selalu membuat konten yang memperlihatkan bangunan dari Berawal Coffee sendiri, supaya konsumen mengetahui seperti apa tempat dari Berawal Coffee tanpa harus datang langsung.
3. Hambatan yang ada dalam proses promosi Berawal Coffee di media sosial instagram selama masa pandemi covid-19 adalah banyaknya pesaing yang sama sama menggunakan media sosial intagram sebagai alat untuk mempromosikan produknya. Cara Berawal Coffee mengatasi hal tersebut yakni, terus berusaha membuat konten yang kreatif dan menarik seperti, menyapa *audience* dan menganggapnya kerabat, membuat konten *QnA* di *instagram story* supaya bisa berinteraksi dengan *audience*, serta mengunggah foto produk makanan atau minuman dari menu Berawal Coffee.

#### Daftar Pustaka

- [1] Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2)
- [2] Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18-33.
- [3] Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- [4] Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri
- [5] Yin, R. K. (2009). *Case Study Research Design and Methods* (4th ed. Vo). Sage Publication