

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk sosial yang saling bergantung satu sama lain untuk kelangsungan hidupnya. Mereka selalu dalam kelompok dan bergantung pada orang lain untuk kelangsungan hidup mereka. Agar kita dapat berkembang, kita perlu berinteraksi dan bergaul dengan orang lain. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa orang tidak dapat memenuhi keinginan mereka sendiri. Setiap orang memiliki alasan unik untuk berada di Bumi. Manusia dimotivasi oleh tujuan ini saat membuat keputusan dan mengambil tindakan dalam kehidupan sehari-hari. Manusia, bagaimanapun, tidak dapat mengandalkan diri mereka sendiri secara eksklusif untuk mencapai tujuan hidup karena setiap orang memiliki batasan dan batasan mereka sendiri untuk diatasi. Tidak ada kesuksesan dalam hidup kecuali semua orang bekerja sama dan saling membantu untuk mencapainya (Emanuel, 2013:120-121).

Oleh karena itu, orang cenderung hidup berkelompok, seperti di suatu negara atau kota, di mana mereka dapat berinteraksi satu sama lain. Sebagai manusia hidup bersama, mereka mampu mendukung kebutuhan dan tujuan hidup satu sama lain. Manusia memiliki pemahaman yang lebih besar tentang identitas mereka sendiri dan tempat mereka di alam semesta ketika mereka hidup dalam masyarakat (Adelbert, 2004:36-37). Begitu juga dengan komunikasi, manusia tidak bisa terlepas dari proses komunikasi dalam berinteraksi dengan manusia lainnya. Dalam berkomunikasi, manusia mempunyai berbagai cara untuk melakukannya, salah satunya yaitu dengan berkumpul. Salah satu cara untuk bertukar pikiran, menyampaikan informasi dan mempererat silaturahmi adalah dengan berkumpul. Dengan berkumpul membuat suasana menjadi menyenangkan.

Di era milenial ini, teknologi sudah berkembang dengan sangat pesat. Teknologi sudah mendekatkan kita pada ilmu-ilmu pengetahuan yang lebih luas. Berbagai media adalah hasil dari teknologi, untuk sebagian besar. Menurut McNamus, ini adalah ciri dari ekosistem media baru (Saverin dan Tankard, 2005:4). Teknologi informasi dan komunikasi sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Ada beberapa item di sektor komunikasi dan informasi di Indonesia karena negara terus mengikuti perkembangan teknologi informasi guna menciptakan temuan/produk baru dalam berbagai bidang termasuk dalam bidang

komunikasi dan informasi

Dunia digital yang semakin meluas tidak terlepas dari perkembangan internet yang semakin berkembang pesat. Media konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar sudah dianggap kurang interaktif dan ketinggalan zaman oleh masyarakat. Dalam hal ini internet mampu menjadi media yang interaktif. Informasi dan keahlian disebarluaskan dengan cara baru berkat Internet. Akses ke jaringan ini menjadi semakin umum dalam budaya kita (Bambang, 2016:2). Tren media sosial, misalnya, berdampak langsung pada masyarakat Indonesia yang terobsesi dengan gadget. Maraknya media sosial di Indonesia tak pelak lagi meningkatkan jumlah pengguna internet di tanah air karena jejaring sosial hanya bisa diakses secara online.

Pada titik waktu ini, adalah mungkin untuk mengakses berbagai informasi. Seperti maraknya media sosial saat ini yang tengah menarik banyak perhatian publik saat ini. Menggunakan media sosial adalah cara yang nyaman bagi orang untuk terlibat satu sama lain secara online. Dengan menggunakan media sosial, seseorang dapat terlibat dalam berbagai kegiatan, seperti berjejaring, berbagi, dan sebagainya. Media sosial memberi kita banyak informasi berguna. Blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya adalah contoh media sosial, yang memungkinkan pengguna untuk terlibat, berbagi, dan membuat informasi dengan mudah. Ada berbagai macam platform media sosial di luar sana, termasuk blog, jejaring sosial, dan wiki. Aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas akar ideologis dan teknologi Web 2.0, serta yang memungkinkan konten yang dibuat pengguna untuk dibuat dan dipertukarkan dikenal sebagai media sosial (Kaplan & Haenlein, 2010).

Media sosial dan jejaring sosial pada dasarnya adalah istilah sinonim yang merujuk pada media yang dapat terhubung ke sejumlah besar individu tanpa memperhatikan geografi, waktu, atau jarak dan digunakan untuk berinteraksi, bertukar informasi, dan mengekspresikan pikiran atau pendapat secara online. Jejaring sosial digunakan untuk membangun hubungan dan berkomunikasi dengan pengguna lain. Sedangkan media sosial adalah wadah untuk menampung sebuah konten. Facebook, Twitter, Path, Pinterest dan Instagram merupakan jenis media sosial dan jejaring sosial, karena keduanya memungkinkan para penggunanya mengunggah konten dan berinteraksi dengan orang lain.

Instagram merupakan platform jejaring sosial populer yang sangat diminati oleh

individu saat ini, terutama anak muda. Instagram adalah program berbagi gambar dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil gambar, merekam video, menerapkan efek digital, dan membagikannya ke berbagai platform media sosial, termasuk Instagram. Struktur sosial Instagram didasarkan pada menjadi pengikut profil pengguna lain atau memiliki pengikut di platform. Dengan menyukai dan mengomentari postingan pengguna lain, Anda dapat memulai komunikasi dengan mereka. Pengikut dan jumlah suka dari pengikut mungkin menjadi faktor penting dalam menentukan apakah sebuah foto populer atau tidak.

Instagram bukan hanya digunakan sebagai media berkomunikasi (*chatting*) dan media eksis saja, tetapi dapat digunakan sebagai media komunikasi pemasaran. Instagram adalah platform jejaring sosial yang menawarkan penggunanya peluang bagus untuk mendirikan perusahaan. Dapat digunakan sebagai media komunikasi pemasaran dengan memposting gambar barang yang akan dijual. Instagram memungkinkan pembeli untuk dengan mudah melihat barang yang mereka beli dan berkomentar langsung pada gambar produk ini. Selain itu penjualan suatu produk melalui Instagram lebih luas jangkauannya dan tidak membutuhkan banyak waktu dan juga biaya.

Seiring berjalannya waktu, semakin banyak peluang bagi pengusaha (besar dan kecil) untuk mengiklankan bisnis mereka dengan cara yang unik. Beberapa usaha diberbagai bidang seperti *wedding organizer*, kuliner dan fotografi menggunakan akun khusus dan juga admin khusus untuk mempromosikan produk atau jasa yang mereka tawarkan melalui berbagai promo penjualan yang mereka muat di media sosial. Para pengusaha membuat website Instagram khusus untuk memperkenalkan produk yang mereka jual, salah satunya pemilik cafe. Hal ini mereka lakukan agar masyarakat luas mengetahui bahwa telah didirikan bisnis yang menggiurkan, dan agar mereka yang mengetahui dapat melihat langsung bisnis tersebut melalui media sosial. Foto dan komentar yang menarik di media sosial mungkin dapat meyakinkan seseorang bahwa sebuah bisnis sebenarnya menarik dan layak untuk dikunjungi. Gambar yang paling sering dibagikan di media sosial adalah kafe (tempat nongkrong anak muda). Pengusaha mendesain kafe dengan karakteristik berbeda untuk menarik orang agar melakukan lebih dari sekadar datang, duduk, dan makan. Namun, sebagai tempat rekreasi juga. Seperti *desain interior* yang menarik dan tidak biasa yang membuat pengunjung senang dan mendorong mereka untuk berfoto. Banyak pemilik cafe yang mempromosikan cafenya melalui instagram. Hal itu dapat kita lihat melui unggahan foto suasana cafe, menu

makanan yang ada di cafe tersebut dan berbagai foto hidangan yang dapat menarik minat siapa saja yang melihat unggahan foto tersebut. Semakin menarik sebuah foto yang diunggah ke Instagram maka akan menarik minat pengunjung ke tempat tersebut.

Pada saat ini, banyak hal yang ingin kita ketahui tanpa harus bersusah payah terjun langsung ke lapangan. Dengan media sosial seperti Instagram sangat memudahkan masyarakat mengetahui informasi dengan cepat. Masyarakat khususnya anak muda selalu ingin tampil eksis di media sosial. Inilah yang mendorong anak muda saat ini lebih sering mencari tempat-tempat wisata atau tempat berkumpul yang asik. Melalui Instagram seseorang dapat mengetahui tempat-tempat yang menarik untuk dikunjungi. Inilah salah satu yang menarik pada salah satu cafe yang ada di Tembung. Cafe tersebut menyajikan suasana yang unik, nyaman dan *instagramable*. Banyak anak muda yang berkunjung ke cafe tersebut karena tertarik dengan *design interior* yang unik. Selain itu letak cafe yang cukup strategis tidak jauh dari pusat Kota Medan. Cafe tersebut memiliki nuansa warna warni yang *soft* membuat pengunjung merasa tenang. Selain itu menu yang di tawarkan di cafe tersebut bervariasi dan masih ramah kantong.

Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti “Efektivitas penggunaan foto di Instagram dalam menarik minat pengunjung di Kopi Sadis”.

B. Batasan Istilah

Judul ini berisi beberapa konsep penting yang telah diringkas untuk dijadikan sebagai landasan untuk diskusi di masa mendatang. Untuk mencegah ruang lingkup yang terlalu luas yang mengaburkan tujuan penelitian, sangat penting untuk membatasi terminologi tertentu untuk menghindari kesalahpahaman antara pembaca dan peneliti mengenai penelitian ini. Istilah-istilah berikut merupakan batasan istilah dalam penelitian ini:

- 1. Efektivitas** berasal dari istilah efektif, yang menunjukkan keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas selalu dikaitkan dengan hubungan antara hasil yang diprediksi dan hasil aktual. Menurut Mahmudi, efektivitas diartikan sebagai “keterkaitan antara keluaran dan tujuan; semakin besar kontribusi (kontribusi) keluaran terhadap pencapaian tujuan, maka semakin berhasil program atau kegiatan organisasi”. (2002) (Mahmudi, 2005:92).

2. **Foto** adalah salah satu media komunikasi, yaitu media yang digunakan untuk menyampaikan gagasan/ide/pesan kepada orang lain. Fotografi atau media foto adalah media yang digunakan untuk mendokumentasikan suatu momen atau peristiwa penting(Sudarma, 2014:2)
3. **Instagram** adalah platform untuk berbagi foto dan video. Instagram masih terintegrasi dengan Facebook, artinya teman-teman Facebook kita dapat mengikuti akun Instagram kita (Nisrina 2015: 137)
4. **Minat** adalah rasa preferensi dan ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang memberi tahu. Minat pada dasarnya merupakan penerimaan terhadap suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri (Slameto, 2010: 180)

C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, identifikasi masalah yang muncul dalam penelitian ini yaitu mengenai apakah foto di Instagram efektif untuk menarik minat pengunjung di Kopi Sadis.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan, maka dibuat rumusan masalah penelitian yaitu :

1. Bagaimana gaya pemotretan foto di Instagram Kopi Sadis?
2. Bagaimana efektivitas foto di Instagram dalam menarik minat pengunjung di Kopi Sadis?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui gaya pemotretan foto di Instagram Kopi Sadis
3. Untuk mengetahui efektivitas penggunaan foto di Instagram Kopi Sadis dalam menarik minat pengunjung.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan pada penelitian ini adalah :

1. Manfaat Akademik

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi tentang efisiensi platform media sosial Instagram. Selain itu, peneliti berupaya memberikan wawasan kepada mahasiswa tentang bagaimana Instagram dapat digunakan sebagai platform untuk komunikasi pemasaran. apalagi untuk membuat perbandingan dan kutipan untuk penelitian selanjutnya

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjadi pedoman bagi semua pihak yang terlibat dalam pengambilan keputusan dan perumusan kebijakan. Selain itu, ini mungkin merupakan sumbangan ide dan wawasan kepada individu yang membutuhkan informasi tentang topik ini.

G. Sistematika Penulisan

Sesuai dengan standart penulisan ilmiah, maka dalam penyusunan skripsi ini akan dibagikan kedalam lima bab. Kemudian masing-masing bab dibagi dalam beberapa sub bab. Adapun sistematika penulisan skripsi ini disitematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang masalah, batasan istilah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN TEORITIS

Berisikan tentang kajian teoritis, tinjauan teori, kerangka konsep dan kajian terdahulu.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan tentang jenis dan metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, informan penelitian, instrument penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik analisa keabsahan data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisikan tentang penyajian data berupa deskripsi lokasi penelitian, analisis hasil penelitian mengenai gaya pemotretan foto di Instagram Kopi Sadis dan efektivitas penggunaan foto di Instagram Kopi Sadis dalam menarik minat pengunjung.

BAB V: PENUTUP

Berisikan tentang penutup yang kemudian menguraikan tentang kesimpulan dan saran.

