

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia pada saat ini sedang dalam masa peningkatan yang cukup pesat. Berbagai macam sektor bisnis yang terlihat semakin banyak dan berkembang, seperti sektor kuliner, *fashion*, teknologi, dan lain sebagainya. Salah satu kemajuan pelaku bisnis yang sangat terlihat yaitu dari sektor bisnis kuliner yang belakangan ini sedang mengalami peningkatan. Yang dimana pada saat ini sudah banyak bermunculan tempat-tempat yang menyajikan aneka ragam kuliner mulai dari yang tradisional hingga modern.

Perkembangan dari tren bisnis kuliner atau yang pada saat ini sering disebut juga sebagai *Food and Beverage* (F&B) ini di Indonesia cukup pesat selama beberapa tahun kebelakang ini. Itu dikarenakan adanya dampak dari media sosial yang menjadi wadah sehingga bisa tersebar berita tentang hal yang baru dan unik tersebut. Maka dari itu bisnis kuliner ini sedang gencar-gencarnya berkembang karena dorongan dari media sosial tersebut. Kemudian dengan berkembangnya bisnis di sektor kuliner ini yang tidak hanya dinikmati oleh kalangan muda - mudi saja namun para kalangan yang sudah berumur..pun ikut menikmati dari berkembangnya bisnis kuliner ini.

Tak jarang pula para pelaku usaha dari bisnis kuliner atau (F&B) ini ikut memanfaatkan lahan yang strategis demi menarik minat para konsumen agar ingin

berkunjung ke tempat tersebut. Banyak bisnis kuliner ini yang berikut menyajikan pemandangan yang asri dan sejuk, sehingga para konsumen betah dan timbul rasa ingin datang lagi ke tempat tersebut karena sudah merasa nyaman.

Dari sisi media pemasaran dan pengiklanan, media sosial juga berperan sebagai jembatan agar para calon konsumen merasa tertarik akan tempat tersebut dan tergugah untuk datang. Konten yang disajikan dalam media sosial juga beragam, tidak hanya tulisan yang cenderung monoton dan terkesan membosankan, namun juga dengan pembuatan konten berupa video yang menarik sebagai pemantik agar calon konsumen merasa penasaran dan ingin datang ke tempat tersebut.

Dalam objek penelitian, peneliti menemukan permasalahan di Bubulak *Food and View* 2 Kuningan ini sebagaimana faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dari terjadinya komunikasi pemasaran tersebut. Tanpa adanya strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram akan lebih sulit cara menyampaikan ke calon konsumen. Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang hasilnya akan di tuangkan dalam bentuk skripsi dengan judul “Peran *Digital Marketing* Melalui Media Sosial *Instagram @bubulakfoodandview* Di Café Bubulak Food And View Kabupaten Kuningan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu ;

1. Bagaimana peran *digital marketing* melalui *Instagram @bubulakfoodandview* di Bubulak *Food And View* dalam menarik minat konsumen?
2. Bagaimana proses *digital marketing* melalui *Instagram @bubulakfoodandview* di Bubulak *Food And View*?
3. Bagaimana upaya Bubulak *Food and View* dalam meningkatkan pengunjung di media sosial *Instagram @bubulakfoodandview*?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada uraian latar belakang permasalahan dan rumusan masalah, peneliti merumuskan identifikasi masalah sebagai berikut;

1. Ingin mengetahui peran *digital marketing* melalui *Instagram @bubulakfoodandview* dalam menarik minat konsumen di Bubulak *Food and View*
2. Ingin mengetahui proses *digital marketing* melalui *Instagram @bubulakfoodandview*
3. Ingin mengetahui upaya dalam menarik minat pengunjung di media sosial *Instagram @bubulakfoodandview*

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian sebagai berikut ;

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberi kontribusi ilmiah dalam memperluas wawasan ilmu komunikasi tentang efektifitas Peran Digital Marketing dalam Menarik Minat Konsumen Millenial Melalui Instagram Pada Café Bubulak Food And View Kabupaten Kuningan sebagai media promosi.

2. Kegunaan Praktis

- a. Penulis berharap penelitian ini dapat memberi wawasan juga masukan bagi pengguna media sosial instagram sebagai komunikasi pemasaran digital.
- b. Untuk pihak pengelola juga agar bisa lebih memanfaatkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi sebagai bentuk memperkenalkan produk yang dijual. Serta untuk pengunjung bisa mendapatkan manfaat dari promosi yang telah diberikan oleh pihak pengelola usaha sehingga bisa menikmati sajian dari produk usaha tersebut.
- c. Untuk pengunjung yang belum ataupun sudah pernah mengunjungi Bubulak Food And View diharapkan bisa memberi ulasan yang positif baik dari media sosial maupun kotak saran yang tersedia di Bubulak