

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Minum kopi di *Cafe* atau Kedai kopi sudah menjadi kebiasaan orang Indonesia. Apalagi di Kabupaten Kuningan, bukan hanya untuk ngopi, tapi biasanya Kedai kopi juga menjadi tujuan untuk acara-acara tertentu, seperti konferensi. Tempat nongkrong dengan klien, anak muda, sebagai tempat bersosialisasi, Atau sebagai tempat belajar bagi pelajar dan mahasiswa. Konsep ini sekarang sering dibicarakan di kedai kopi hal-hal yang membuat kedai kopi modern menarik, seperti pelayanan barista di kedai kopi untuk menyediakan menu kopi yang memenuhi persyaratan. Diseduh dengan tangan, ditambah banyak pilihan dari berbagai macam menu kopi wilayah kopi Indonesia.

Saat ini, bisnis kedai kopi bermunculan. Menjadi perusahaan dengan konsep tempat, konsep penjualan dan ide Kemasan yang menarik, konsep menu dan konsep layanan. Suasana Ada spesialisasi yang berbeda di setiap kedai kopi, jadi ini Menjadi salah satu daya tarik untuk menarik konsumen yaitu Desain Interior yang bernuansa tahun – tahun sekarang seperti konsep pantai, adapun juga konsep seperti di Bali. Jika dulu kopi identik dengan orang tua, kini kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup anak muda, sehingga tidak sulit untuk kita temukan Kedai kopi di kota Kuningan.

Apalagi ketika semakin banyak orang yang bisa minum kopi, mereka akan merasa status sosialnya meningkat, yang sangat menjanjikan. Karakteristik yang berbeda dari masing-masing kedai kopi menjadi salah satu alasan mengapa konsumen berkunjung keesokan harinya. Suatu *Coffee Shop* menjalankan fungsi bisnis *Coffee Shop* tidak terlepas dari Desain Interior dan memfasilitasi kedai dengan desain ruangan yang

terkini. Strategi ini terutama diterapkan dengan memanfaatkan kekuatan merek perusahaan. Merek yang sudah ada di pasar terkenal dan memberikan koneksi positif dengan ide konsumen.

Ada juga barista di kedai kopi atau *Coffee Shop* Bertanggung jawab untuk meracik kopi dan membuat secangkir kopi yang enak Ini memiliki tangan barista yang handal di belakangnya. dalam Kedai *Sirjiobabercoffee* Di Kuningan, ada lima barista yang membuat kopi atau Menyajikan minuman sesuai pesanan pelanggan. Peran Barista dalam *Coffee Shop* sangat penting, karena untuk menghasilkan secangkir kopi yang baik. Barista handal selain membuat kopi yang enak, membutuhkan seorang barista Komunikasi yang baik dengan pelanggan dan juga harus berpenampilan bersih, menarik dan rapi.. *Sirjio Barber Coffee* merupakan *caffè* yang menjual berbagai macam menu makanan dan minuman kopi atau non kopi, *Sirjio Barber Coffee* itu sendiri dengan ciri khas kopi nusantara yang meyediakan berbagai macam jenis kopi yang ada di Indonesia mulai dari kopi yang dihasilkan dari mesin espresso sampai yang diracik secara manual. Hubungan penjualan dengan minat pelanggan untuk datang ke *Sirjio Barber Coffee* adalah berbagai macam hal mulai dari adanya *Event* Hadiah *Cashback*, sampai dengan pelanggan yang sudah sering datang ke *Sirjio Barber Coffee* untuk sekedar ngopi. *Sirjio Barber Coffee* memberikan sebuah kopi dengan gratis. Menurut saya *Sirjio Barber Coffee* tempatnya nyaman dan tenang cocok untuk mengerjakan tugas sambil minum kopi.



Gambar 1.1

Gambar Logo Brand SirjiobarberCoffee

Berikut adalah Gambar Logo *Brand Sirjiobarbercoffee* yang bermakna S yang kepotong diatas nya dalam artian adalah Menampung pelanggan /*Costumer* yang akan datang ke kedai. S juga melambangkan sebuah branding yang dimana mudah di ingat oleh pelanggan karena sangat gampang diingat juga pelaggan bisa mudah untuk dating ke *Sirjiobarbercoffee* lagi. Yang membedakan dari penelitian sebelumnya adalah *Sirjiobarbercoffee* ini mempunyai perbedaan dengan *Coffee Shop* lain dimana di *Sirjiobarbercoffee* Menyediakan berbagai macam kopi dan non kopi selain itu juga *Sirjiobarbercoffee* menyediakan fasilitas yang dapat digunakan seperti tempat *charger gadget*,*main game playstation* dan tempat yang nyaman untuk *take photo*. Tak hanya itu ada juga makanan pembuka dan makanan penutup ditambah lagi ada eskrim yang bervarian rasa.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah pada penelitian ini yakni:

1. Bagaimana *Feed Desain Interior* yang dimunculkan melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan minat pelanggan di Kabupaten Kuningan?
2. Bagaimana tampilan *Desain Interior* coffee shop melalui media sosial Instagram @sirjiobarbercoffee?
3. Apa saja yang menarik dalam *Desain Interior Coffee shop Sirjiobarbercoffee* dalam media sosial?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui *Feed Desain Interior* di Kedai *Sirjiobarbercoffee*
2. Untuk mengetahui tampilan di kedai *Sirjiobarbercoffee*
3. Untuk memberitahu kepada para pelanggan hal yang menarik di kedai *Sirjiobarbercoffee* dalam *Desain Interior*

1.3.2 Kegunaan Penelitian

a. Teoritis

Memberikan sumbangan ilmu bagi kajian Ilmu Komunikasi dalam kegiatan *Feed Desain Interior*, terutama yang menyangkut Kedai Kopi *Sirjio Barber Coffee*. Dalam hal ini untuk menarik minat pelanggan.

b. Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam melakukan kegiatan-kegiatan/upaya-upaya menarik minat pelanggan suatu perusahaan melalui *Feed* dan Media Sosial.