BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media sosial kini semakin memiliki pengaruh yang cukup besar bagi masyarakat di seluruh dunia, karena hampir semua hal dapat diakses melalui media sosial. Bahkan tidak sedikit yang menggunakan media sosial sebagai media promosi untuk mempromosikan usaha yang sedang dijalankan. Bukan hanya pengusaha yang menggunakan media sosial sebagai media promosi, namun para pengguna media sosial pun seringkali menggunakan media sosial sebagai sarana mencari informasi. Media sosial pun kini menjadi semakin banyak dan lebih bervariasi kegunaannya.

Media sosial dapat digunakan oleh siapapun yang terhubung dengan jaringan internet. Menurut Maoyan, media sosial adalah jaringan teknologi yang digunakan oleh pengguna internet untuk menciptakan berita dan mengkomunikasikannya serta mendimensikan informasi [1]. Berdasarkan informasi yang dimuat dalam Watakota, Indonesia menduduki posisi tertinggi dengan pengguna Instagram terbanyak di Asia Pasifik dengan jumlah pengguna aktif nya mencapai 45 juta orang dari total pengguna secara global yang berjumlah 700 juta orang [2].

Banyaknya pengguna media sosial tersebut menumbuhkan berbagai kreativitas dari masyarakat, seperti menjadikan media tersebut untuk lahan usaha. Berbagai jenis usaha bermunculan di Indonesia yang membuat pengusaha-pengusaha baru memiliki sifat yang kompetitif agar bisa bertahan dalam jangka waktu lama. Begitu pula dengan Minuman Cuple cabang Purwokerto, yang resmi beroperasi mulai 25 April 2021. Brand Cuple ini merupakan *brand* untuk salah satu *softdrink* yang sedang marak dijual di banyak kota di seluruh Indonesia. Cuple sendiri kini memiliki banyak cabang di seluruh Indonesia, salah satunya adalah di Kota Satria, yaitu Kota Purwokerto. Karena *brand* ini cukup baru di Indonesia, jadi belum banyak masyarakat yang mengetahui minuman ini. Cuple ini memiliki dua jenis minuman, yaitu *Milk Base* dan *Fruit Base*. Hal inilah

yang menjadi keunggulan dari Cuple untuk bisa bersaing dengan usaha minuman lainnya, terutama untuk *Fruit Base*-nya. Varian buah dengan dua perpaduan rasa sangat jarang ditemui di Purwokerto. Serta boba yang ditawarkan merupakan boba *home made* yang dibuat oleh pemilik Minuman Cuple cabang Purwokerto dibantu dengan kerabatnya, sehingga boba dari minuman Cupleini memiliki rasa yang berbeda dengan minuman boba lain yang berada di Kota Purwokerto.

Melihat peluang tersebut, terlihat bahwa Minuman Cuple memiliki kesempatan untuk dapat lebih bersaing dengan *brand* minuman lain yang ada di Purwokerto. Minuman Cuple cabang Purwokerto ini masih tergolong baru karena belum ada 1 tahun beroperasi, namun akun media sosial Instagram Minuman Cuple cabang Purwokerto ini masih cukup sepi, dengan jumlah 118 *followers.* Minuman Cuple juga sangat jarang memiliki unggahan dan *story* yang mampu menarik masyarakat. Seperti hal nya pada tanggal 1 sampai 3 November yang lalu, Minuman Cuple cabang Purwokerto mengadakan promo yaitu *Buy 1 Get 1 Free* dan promosinya dilakukan melalui *Story* Instagram. Namun walaupun begitu, masih banyak masyarakat Purwokerto yang tidak mengetahui keberadaan minuman Cuple Purwokerto. Salah satu cara untuk mempromosikan Minuman Cuple adalah dengan kembali memaksimalkan *platform* Instagram sebagai media promosinya.

Dalam hal ini, penulis memilih media sosial Instagram sebagai *platform* yang akan digunakan guna memaksimalkan akun social media yang sudah dimiliki oleh minuman Cuple. Fitur yang terdapat dalam instagram sangatlah banyak, namun penulis hanya akan berfokus pada *feed* dan *story* Instagramnya saja karena kedua fitur tersebut merupakan fitur mendasar yang ada pada Instagram sejak lama. *Feed* Instagram akan dapat langsung terlihat oleh pengguna Instagram lainnya saat membuka sebuah akun, sedangkan *story* Instagram dapat di-*highlight* pada profil sehingga pengunjung akun minuman Cuple ini dapat langsung menemukan informasi yang dicari. Dalam hal ini, strategi promosi dari Minuman Cuple cabang

Purwokerto akan didukung oleh desain yang akan penulis buat nantinya. Dengan desain tersebut, masyarakat Purwokerto lebih dapat mengenali *brand* tersebut.

Oleh karena itu penulis menggunakan media sosial Instagram karena di dalam Instagram terdapat beberapa *tools* yang dapat digunakan untuk memaksimalkan kegiatan promosi. Media sosial Instagram juga kerap digunakan oleh para pengusaha sebuah produk sebagai media yang sangat tepat dan relevan pada era sekarang, oleh karena itu Instagram diharapkan bisa menjadi sarana promosi yang tepat dan sesuai dengan segmentasi dan pasar sasaran [3]. Bahkan pada tanggal 15 Februari 2022, Hootsuite mengeluarkan data dan tren tentang internet dimana media sosial Instagram menduduki peringkat ke-2 media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia setelah *Whatsapp* [4].

Oleh karena itu, penelitian berjudul Perancangan *Feed* dan *Story* Instagram Sebagai Media Promosi Minuman Cuple cabang Purwokerto sangat penting untuk dilakukan agar desain-desain yang digunakan sebagai sarana promosi lebih bisa menarik perhatian masyarakat, serta lebih dapat memaksimalkan media sosial Instagramnya. Dampaknya adalah Brand Cuple Cabang Purwokerto ini akan menjadi lebih dikenal oleh masyarakat dan dapat meningkatkan jumlah pembeli yang otomatis dapat meningkatkan omset penjualan Minuman Cuple cabang Purwokerto.

1.2. Rumusan masalah

1.2.1. Mengapa perancangan media promosi untuk *feed* dan story Instagram Minuman Cuple cabang Purwokerto harus dilakukan?

1.2.2. Bagaimana merancang *feed* dan *story* Instagram untuk Minuman Cuple cabang Purwokerto agar mampu menarik minat masyarakat untuk membelinya dan menjadi lebih interaktif dengan pengguna Instagram.

1.3. Tujuan Penelitian

1.3.1. Mengetahui mengapa dibutuhkan perancangan media promosi untuk *feed* dan *story* Instagram Minuman Cuple cabang Purwokerto.

1.3.2. Mengetahui bagaimana rancangan desain *feed* dan *story* Instagram untuk Minuman Cuple cabang Purwokerto agar mampu menarik minat masyarakat untuk membelinya dan menjadi lebih interaktif dengan pengguna Instagram.

1.4. Batasan Masalah

1.4.1. Penelitian dilakukan pada produk Minuman Cuple cabang Purwokerto.

1.4.2. Desain yang akan dibuat hanya meliputi *feed* dan *story* Instagram saja.

1.4.3. Elemen pada desain baru tidak mengganti logo dan memiliki warna pastel yang sama seperti Cuple Indonesia

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Bagi institusi pendidikan.

Penelitian ini akan berguna untuk menambah kekayaan karya tulis ilmiah mengenai penilitian sebuah cara melakukan kegiatan perancangan sebagai media promosi melalui tinjauan secara visual.

1.5.2. Bagi ilmu pengetahuan.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi mengenai perancangan desain sebagai media promosi bagi peneliti atau mahasiswa lain di masa yang akan datang.

1.5.3. Bagi masyarakat Purwokerto dan sekitarnya.

Penelitian ini masyarakat menjadi mengenal Minuman Cuple cabang Purwokerto dan menjadi lebih mengetahui peran media promosi sebagai upaya promosi suatu *brand*.

1.5.4. Bagi mahasiswa.

Hasil penelitian ini akan berguna sebagai bahan informasi dan referensi terutama bagi mahasiswa institut Teknologi Telkom

Purwokerto umumnya, dan khususnya bagi mahasiswa program studi Desain Komunikas Visual.