

**KOMUNIKASI PEMASARAN KEMBAR CAFE PADANGSIDEMPUAN
DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN MENGGUNAKAN MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat untuk Melengkapi dan Memenuhi Syarat Untuk memperoleh
Gelar sarjana (Ilmu Komunikasi) Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*

Diajukan Oleh :

Salman Al Farizi

NIM/NPM : 71200612017

Program Studi Ilmu Komunikasi



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM SUMATRA UTARA

MEDAN

2024

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

HALAMAN PERSETUJUAN SKIRIPSI

**Judul: Komunikasi Pemasaran Kembar Café Padangsidempuan Dalam
Menarik Minat Konsumen Menggunakan Media Sosial Instagram**

Nama : Salman Al Farizi

NIM/NPM : 71200612017

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyetujui :

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(Ridwan Nasution, S.Sos, M.Ikom.I)

(Junedi Singarimbun, S.Sos, M.Si)

Diketahui Oleh:

Disetujui

KETUA PROGRAM STUDI

DEKAN

(Febry Ichwan Butsi S.Sos. M.A)

(Ridwan Nasution, S.Sos, M.Ikom.I)

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Panitia Penguji Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Islam Sumatera Utara

Hari :
Tanggal :
Jam :
Tempat : Ruang Sidang FISIP – UISU Medan

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Ketua : ()
Sekretaris : ()
Pembimbing I : ()
Pembimbing II : ()
Penguji I : ()
Penguji II : ()

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salman Al Farizi

NPM : 71200612017

Mahasiswa Prodi : Ilmu Komunikasi

Tahun Akademik : 2024/2025

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul :

**Komunikasi Pemasaran Kembar Café Padangsidempuan Dalam Menarik
Minat Konsumen Menggunakan Media Sosial Instagram**

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiat maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, Oktober 2024

(Salman Al Farizi)

NPM : 71200612017

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Komunikasi Pemasaran Kembar Cafe Padangsidempuan Dalam Menarik Minat Konsumen Menggunakan Media Sosial Instagram” yang merupakan tugas akhir dalam memperoleh gelar S.I.KOM di Universitas Islam Sumatera Utara. Tak lupa shalawat serta salam tercurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, keluarganya, serta sahabatnya. Semoga kita semua mendapat syafaat dan petunjuk hingga hari akhir nanti.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak mengalami kesulitan. Namun berkat dukungan, motivasi, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya Kepada:

1. Kedua orang tua dan adik saya yang tak henti-hentinya memberikan do'a yang tak pernah putus, kasih sayang yang tulus, materi, motivasi, nasehat, perhatian, pengorbanan, semangat yang diberikan selalu membuat penulis selalu bersyukur sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Ridwan Nasution, S.Sos, M.Kom.I Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Sumatera Utara sekaligus Dosen Pembimbing 1 saya yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Junedi Singarimbun, S.Sos, M.Si Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Sumatera Utara sekaligus Dosen Pembimbing 2, dan Orangtua saya di kampus yang telah senantiasa selalu memberikan bimbingan, semangat, motivasi, petunjuk dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
4. Seluruh Pimpinan, Dosen dan pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Sumatera Utara.
5. Teman- Teman di Grup WhatsApp “Si Paling Nongki” yang telah memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.

6. Sahabat seperjuangan saya Kharisma Sutan Arif, Rizma Fazri Mambang yang tidak pernah bosan untuk selalu bersama-sama serta selalu memberikan semangat dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Abangda Muhammad Rivaldi Mahardika Hasibuan, S.A.B Owner Kembar Cafe Padangsidempuan sekaligus abang yang membantu dan memudahkan saya dalam mengambil data saat penelitian di kembar cafe Padangsidempuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu terimakasih atas do'a serta dukungan yang sangat berharga bagi penulis.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Medan, Oktober 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKIRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Pembatasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan penelitian	2
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II	4
URAIAN TEORITIS	4
2.1 Teori Penelitian	4
2.1.1 Komunikasi.....	4
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	14
2.1.3 Teori Komunikasi Pemasaran AIDA	18
2.1.4 New Media	21
2.1.5 Media Sosial	23
2.1.6 Instagram	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32

2.3 Kerangka Berfikir	35
BAB III.....	37
METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 Metodologi Penelitian.....	37
3.2 Tempat Dan Waktu.....	39
3.3 Subjek Penelitian	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Teknik Analisa Data	41
BAB IV	43
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Kembar Cafe Padang Sidimpuan.....	43
4.1.1 Sejarah Kembar Cafe Padang Sidimpuan	43
4.1.2 Struktur Organisasi	44
4.2 Deskripsi Informasi Penelitian	44
4.2.1 Key Informan / Informan Utama	45
4.2.2 Informan Pendukung	45
4.3 Hasil Penelitian	45
4.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran di Instagram.....	46
4.3.2 Model The Circular Model of Some	48
4.4 Pembahasan.....	62
4.4.1 Efektivitas Model AIDA	62
4.4.2 Keberlanjutan Komunikasi melalui The Circular Model of Some	63
BAB V.....	64
KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Komariah dan Djam 'an Satori. 2013. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung, Alfabeta.
- Agus M.Hardjana, 2016. Ilmu Komunikasi. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Andreas Kaplan dan Michael Haenlein. 2010. User of the World, Until the Challenges and Opportunities of Social Media. Boston, Focal Press.
- Bambang Dwi Atmoko. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta, Media Kita.
- Deddy Mulyana, 2014. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Cetakan ke 18. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Fandy Tjiptono, 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta, ANDI.
- Hafied Cangara, 2017. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta, Rajawali Pers.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 1994. Jakarta, Balai Pustaka.
- Luttrell, Regina. 2015. Sosial Media : How to engage, share and connect, London, Rowman& Littlefield.
- Martin Lister, et al. 2009. New Media : A Critical Introduction, Second Edition. New York: Routledge.
- Michael R, Salomon. 2011. Consumer Behavior and Marketing Strategy. New York, Pearson Prentice Hall.
- Moleong, Lexy J. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Nuraini Soyomukti, 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. Yogyakarta, Ar-ruzz Media.
- Onong Uchjana Effendy, 2006. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Onong Uchjana Effendy, 2015. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi, Bandung, PT. Citra Aditia Bakti.
- Philip Kotler dan Keller K. Lane, 2016. Marketing Management. Jakarta, Erlangga.

- Philipps Kotler dan Keller, 2017. Op. Cit, hal 178 (Diterjemahkan oleh Siti Nurma Rosmitha pada Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian) UIN Raden Intan Lampung.
- Puntoadi, Danis. 2011. Menciptakan Penjualan Melalui Social Media. Jakarta, PT Elex Media Computindo.
- Rico Huang dan Clumsy. 2014. Jago Jualan di Instagram. Jakarta, Alona Indonesia.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono. 2022. Metodologi Penelitian Kualitatif Dan R&D. Bandung, Alfabeta.
- Suryabrata. 2010. Metodologi Penelitian. Jakarta, Rajawali Press.
- Uyung Sulaksana, 2003. Integreted Marketing Communication. Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Wayan Suwendra. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bali, Nilacakra Publishing House.
- Werner J. Severin dan James W. Tankard. 2008. Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terpaan di dalam Media Massa, terj. Sugeng Hariyanto. Jakarta, Kencana, 2008.
- L. De Vries, S. Gensler, and P. S. H. Leeflang, 2012. "Popularity of Brand Posts on Brand Fan Pages: An Investigation of the Effects of Social Media Marketing," *Journal of Interactive Marketing*, vol. 26, no. 2, pp. 83-91.
- Lutfi Basit Dosen, FUNGSI KOMUNIKASI, n.d., <https://id.wikipedia.org>.
- Nurngaeni dan Atik, 2021. Analisis Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Marketing Mix, Studi Kasus Pada Home Industry Subama Batik Kroya-Cilacap. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi*

LAMPIRAN

PEDOMAN & TRANSKIP WAWANCARA 1

Identitas *Key Informan*



Nama : Muhammad Rivaldi
Jabatan : Owner Kembar Café Padangsidempuan
Tanggal : 27 Juli 2024
Lokasi : Kantor KP Grub

Peneliti : Assalamu'alaikum. bang, saya Salman yang kemaren pernah jumpain abang untuk penelitian skripsi saya.

Bang Rivaldi : Walaikumsalam. Oh iya masih inget kok, ada yang bisa saya bantu?

Peneliti : Jadi begini bang saya ingin memberikan pertanyaan seputar judul penelitian saya lagi, tentang komunikasi pemasaran Kembar cafe Padangsidempuan dalam menarik minat konsumen menggunakan media sosial instagram. boleh bang?

Bang Rivaldi : Oh iya boleh-boleh aja sih, inshallah saya bisa bantu jawab.

- Peneliti : Hehehe oke siap bang, langsung aja ya bang
- Bang Rivaldi : Siap, Adinda.
- Peneliti : Sudah berapa lama sih berdirinya kembar cafe Padangsidempuan ini ?
- Bang Ridwan : Kalau Café sendiri itu sudah ada dari akhir April 2020.
- Peneliti : kapan pertama kali bikin akun media sosial Instagram?
- Bang Rivaldi : kalau akun pertama kali udah dibikin dari seminggu sebelum kembar cafe launching, dibuat dan dikelola sendiri sama saya nah karena saya juga sibuk sama kerjaan yang lain dan kuliah saya saya menyerahkan akun media sosial mulai dari facebook, twitter dan instagram ke supervisor dan adminnya untuk di pegang dan kelola sama-sama.
- Peneliti : oh seperti itu, apa alasannya menggunakan media sosial instagram untuk kegiatan promosi/pemasaran?
- Bang Rivaldi : kegiatan pemasaran menurut kami akan mendapatkan ikatan dan perhatian masyarakat atau konsumen kepada kita, dengan adanya promosi tentu akan menarik masyarakat datang ke cafe, masyarakat harus diajak menikmati masakan kita bahkan ketika dia belum menikmati hidangan secara langsung lewat postingan di sosial media.
- Peneliti : strategi atau konten apa yang di lakukan kembar cafe dalam menarik minat konsumen?
- Bang Rivaldi : ya paling posting gambar atau video, foto menu makanan, foto pengunjung, video event. Diharapkan dari gambar yang diposting akan menggugah gairah konsumen untuk ingin segera datang dan mencicipi menu di Kembar Cafe Padangsidempuan bahkan yang sudah pernah kesini disadarkan lagi akan enaknyanya menu disini untuk keluarga maupun nongkrong bareng teman-teman.
- Peneliti : apa keuntungan memanfaatkan instagram untuk kegiatan pemasaran kembar cafe?
- Bang Rivaldi : yang pasti penjualan dan kunjungan pelanggan meningkat. Karena kita lebih menyukai pemasaran melalui instagram jadi pengamatan kita konsumen yang kebanyakan anak-anak muda

pasti taunya dari instagram terus pada datang kesini, orang kebanyakan nyari informasi sekarang pake media sosial. Jadi melalui akun instagram kita lebih bebas ngenalin produk kita ke konsumen atau followers di instagram, seperti upload foto atau video di instagram manfaatin fitur Hashtag dan instastory di instagram. Kita juga lebih sering ngasih informasi harga promo atau produk baru kita di instagram. Jadi menurut kami setelah adanya instagram pengunjung mengalami peningkatan.

Peneliti : untuk membangun kepercayaan publik atau konsumen di media sosial instagram, seperti apa ?

Bang Rivaldi : Membangun kepercayaan yang pertama adalah merepostory foto pengunjung, yang udah posting keseruannya di kembar cafe. selain itu, kita biasanya membuat konten yang bisa ngehibur followers kita biar followers ga bosan sama instagram kita misalnya kembar cafe ngadain kontes foto dan mention akun instagramnya kembar cafe dan nanti akan dapat hadiah yang menarik.

Peneliti : bagaimana mengoptimalisasi media sosial instagram kembar cafe?

Bang Rivaldi : Biar pemasaran di media sosial lebih optimal kita melakukan informasi secara lengkap melalui bio instagram, misalnya di bio kita nyantumin no hp kalau ada yang mau reservasi tempat, terus di bio kita cantumkan gmaps biar pengunjung tau dimana lokasi kembar cafe, terus memaksimalkan foto makanan yang bisa menarik minat followers buat nyicipin makanan kita.

Peneliti : Bagaimana tahapan penyebaran konten melalui instagram?

Bang Rivaldi : jadi sebelum memposting di akun instagram awalnya tim admin membuat berbagai ide untuk dijadikan sebagai bahan konten di media sosial instagram kembar cafe, selanjutnya ide-ide itu di ajukan ke saya, nah misalnya udah dapat persetujuan dari saya langsung deh dibikin bahan promosinya seperti foto, video, design poster terus di share ke instagram kembar cafe.

Peneliti : apakah ada evaluasi khusus?

Bang Rivaldi : Kalau untuk saat ini kami ingin membuat feed lebih baik dari sebelumnya, tampilan instagram kan prioritas karena kita juga mempromosikan café melalui media tersebut. Tambah menariknya tampilan membuat konsumen makin tertarik untuk datang ke kembar cafe melalui instagram. promosi berjalan lancar terbukti dari beberapa komentar aktif, trafick pengunjung, viewer, misalnya kita

sebar promosi di salah satu media pilihan misalnya sosmed ni eh ternyata pengunjungnya monoton tidak ada peningkatan artinya kita harus mengganti promosi dengan yang lebih pelanggan inginkan contoh voucher makan, diskon makan, gratis makan ini biasanya paling efektif sih untuk saat ini

Peneliti :Apakah instagram kembar cafe melakukan media monitoring?

Bang Rivaldi : Media monitoring sih kita nggak pakai karena kita sendiri punya admin yang kelolanya gitu, paling kalau mau mengukur bisa dilihat dari followersnya, semakin bertambah atau berkurang gitu terus lihat komentar apakah ada keluhan atau kritik.

Peneliti :Apakah akun instagram kembar cafe melakukan real-time interaksi?

Bang Rivaldi :biar ada interaksi secara realtime paling kalau ada event atau nobar gitu kita biasanya adain live di instagram.

Peneliti :Bagaimana pengelolaan feedback di instagram kembar cafe?

Bang Rivaldi :untuk feedback kita sebisa mungkin harus membalas komentar yang masuk jangan sampai terabaikan.

Peneliti :Apakah ada pemilihan waktu ketika memposting konten melalui media sosial instagram kembar cafe?

Bang Rivaldi : sebenarnya kunci utama dari post di instagram untuk mendapatkan like adalah konten yang bagus, tapi tetap saja saat kita posting konten di waktu yang tepat, kesempatan untuk menjangkau lebih banyak orang akan lebih besar pastinya. Biasanya kami melakukan posting di jam istirahat karena pelanggan kita rata-rata remaja yang masih sekolah, ada juga orang kantoran jadi kita posting di waktu senggang aja saat orang lagi nggak sibuk kerja pasti kan mereka cenderung beraktivitas di sosial media.

Peneliti :bagaimana akun media sosial instagram kembar cafe membangun keterikatan dengan konsumen?

Bang Rivaldi : Ya biar followers atau pengunjung merasa ada ikatan dengan kembar cafe, salah satu caranya yang kita lakukan yaitu membuat event yang memang anak muda banget. Ngasih promo diskon, live akustik, nonton bareng, mengadakan lomba juga termasuk cara kami untuk mendekatkan diri dengan pelanggan kami.

Peneliti :Apakah media sosial instagram sering membuat kuis?

Bang Rivaldi :selama ini kita belum buat kuis hadiah

Peneliti :Apakah akun instagram kembar cafe menggunakan brand influencer untuk menarik minat followers/konsumen?

Bang Rivaldi :kalau itu kayanya ngga punya

Peneliti :baiklah cukup sampai sini saja tanya-tanyanya abangda, nanti kalau ada yang kurang boleh kan bang saya tanya-tanya lagi hehehe terimakasih sebelumnya sudah memberikan waktunya untuk bisa saya wawancarai. Wassalamu'alaikum. Wr. Wb

Bang Rivaldi :iya jangan sungkan buat nanya-nanya lagi. Semangat skripsinya ya adinda Wassalamu'alaikum. Wr. Wb

PEDOMAN & TRANSKIP WAWANCARA 2

Identitas Key Informan



Nama : Ridwan Tanjung
Jabatan : Supervisor
Tanggal : 26 Juli 2024
Lokasi : Kembar Café Padangsidempuan

Peneliti : Assalamu'alaikum. halo, selamat malam bang, dengan bang Ridwan? saya Salman mahasiswa dari UISU yang mau wawancara tentang komunikasi pemasaran di media sosial instagram Kembar Cafe?

Bang Ridwan : Walaikumsalam, oh iya yang wawancara kemarin ya, oke langsung saja.

Peneliti : iya bang, baiklah, kalau boleh tau abang di kembar café jabatannya sebagai apa?

Bang Ridwan : saya sebagai supervisor di sini.

Peneliti : Sudah berapa lama sih berdirinya kembar cafe ini ?

Bang Ridwan : Kurang lebih sekitar 4 tahunan, awal berdiri nya itu sekitar bulan april 2020.

Peneliti : Gimana sih komunikasi pemasaran yang dilakukan Kembar cafe?

Bang Ridwan : Baik kalau komunikasi pemasaran sih saya agak kurang begitu paham ya, tapi intinya sih yang saya tau kalo komunikasi pemasaran itu aktivitas dimana perusahaan menginformasikan produk atau jasanya dengan cara mempersuasi dan mengajak konsumen supaya membeli produk kita tujuannya biar penjualan semakin meningkat dari sebelumnya. Nah, di kembar cafe sendiri waktu awal dibuka kita menggunakan media promosi dari radio, terus lewat komunikasi

dari mulut ke mulut juga dan karena sekarang pendengar radio udah jarang banget anak muda dengerin radio, mungkin masih ada aja beberapa orang yang dengerin radio tapi ngga sebanyak dulu lah ya waktu saya smp tuh jamannya request-request lagu lewat radio haha. Dan sekarang kembar cafe mulai gencar-gencarnya melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan media sosial salah satunya adalah instagram.

Peneliti : terus pernah ngga promosi ke televisi gitu bang ?

Bang Ridwan : Kalau ke tv kita ngga ada.

Peneliti : oh gitu itu ya, jadi sekarang mulai gencar promosinya melalui media sosial Instagram ya. Nah pertanyaan selanjutnya. Kenapasih memilih media sosial Instagram?

Bang Ridwan : Sebenarnya ada media sosial lain seperti facebook tapi jarang banget kita pakai karena kalo dipikir-pikir facebook udah ngga se-rame lagi kaya dulu jadi saat ini kita lebih fokus ke instagram. Karena sekarang ini sedang hype penggunaan media sosial dimana semua orang terutama anak muda pasti punya media sosial instagram hari gini gitu loh masa sih ngga punya instagram dan banyak fitur-fitur menarik yang bisa dimanfaatkan di media sosial instagram. Alasan lain, karena target sasaran utama kami adalah kalangan anak muda yang memang mereka lebih mengerti teknologi baru khususnya media sosial.

Peneliti : lalu, konten yang seperti apa sih yang dibagikan oleh akun instagram kembar cafe?

Bang Ridwan : Biasanya kontennya berupa foto atau video yang bisa mempengaruhi follower instagram kami untuk datang dan tentunya foto- foto, video tersebut dibuat dengan komposisi yang menarik didukung dengan caption yang dapat menarik perhatian follower juga. Contohnya kembar cafe launching menu baru nih lalu kita share juga lewat media sosial instagram, terus ada informasi tentang promo diskon, dan event-event menarik yang diadakan disini.

Peneliti : Apa sih keuntungan menjadikan media sosial instagram sebagai salah satu media promosi?

Bang Ridwan : pasti banyak banget keuntungannya saya sebutin ya hahaha biar jelas nih yang pertama itu supaya lebih cepat sampai ke sasaran, yang kedua lebih bisa memberikan gambaran secara utuh tentang kondisi di kembar cafe, yang ketiga promosi lewat media sosial menurut

saya lebih efektif dan efisien ngga perlu ngeluarin duit banyak buat kegiatan promosinya dan dari situ kita bisa mendapatkan banyak pelanggan baru untuk dateng ke kembar.

Peneliti :oh seperti itu, lalu gimana sih cara media sosial instagram kembar cafe dalam membangun kepercayaan publik dan keinginan konsumen untuk mengunjungi cafe?

Bang Ridwan :Pertama untuk menumbuhkan kepercayaan publik yang kita lakukan adalah dengan membagikan foto dan video dan media sosial instagram kembar cafe juga melakukan repostory yang di posting dari para followers tujuannya agar konsumen merasa percaya dengan keberadaan kembar cafe dan berkeinginan untuk datang.

Peneliti :lalu bagaimana mengoptimalisasi media sosial instagram kembar cafe?

Bang Ridwan : kami melakukannya dengan memasang foto profil ikon atau logo brand kami tujuannya agar konsumen mengingat produk kita. Di media sosial juga nyantumin secara lengkap informasi mulai dari email, alamat cabang kembar cafe, info café buka dari jam berapa sampai ke contact person di bio instagram kami biar lebih mudah berkomunikasi sama pengunjung kalo ada yang mau booking atau reservasi tempat, terus nyantumin alamat lengkap cafénya juga buat yang belum tau café kita bisa langsung klik direction diinstagram kami biar langsung kesambung sama Gmaps. Yang kedua, dalam mengoptimalisasi penyampaian pesan, dengan mengikuti gaya fotografi dan bahasa yang dipakai dalam caption harus semenarik mungkin agar followers atau konsumen tergerak hatinya untuk datang ke kembar cafe.

Peneliti :Bagaimana tahapan penyebaran konten melalui instagram?

Bang Ridwan :untuk tahapan penyebaran konten pertama kita membuat timeline schedule. Sebelum membuat timeline schedule hal pertama yang kita lakukan adalah mengumpulkan ide dari setiap karyawan seperti event-event dari komunitas-komunitas atau dari kembar cafe sendiri, lalu ide promo dan event dari setiap karyawan kami tersebut lalu diajukan persetujuan kepada owner cafe. Setelah dapat persetujuan lalu dilakukanlah proses mendesign seperti foto dan video untuk semua media promosi yang kembar cafe gunakan yaitu media sosial instagram, kemudian hasil design tersebut dibuat persetujuannya ke owner café dan setelah disetujui design tersebut disebarlanlah ke media sosial instagram.

Peneliti :Apakah instagram kembar cafe melakukan media monitoring?

Bang Ridwan : untuk mengelola media sosial kami belum melakukannya sampai kesitu, kita tidak menggunakan media sosial dashboard untuk mengelola instagram kembar cafe. kalo buat ngelola instagram ada adminnya kok, namanya mas Rizky dia yang balesin komen dan yang posting-posting juga diinstagram.

Peneliti :oh iya bang, Apakah akun instagram kembar cafe melakukan real-time interaksi juga gak?

Bang Ridwan :kami biasanya sering membuat storygram, melakukan siaran live ketika ada event, nobar dan live akustik dan kita share hari itu juga agar lebih real-time

Peneliti :oh begitu yaa, lalu gimana sih pengelolaan feedback yang dilakukan akun instagram kembar cafe?

Bang Ridwan : tanggapan konsumen mulai dari pujian produk, tempat, acara yang kami adakan. Kalau diinstagram kan ada fitur like ya paling kami melihat tanggapan dari like kalau likenya banyak berarti dia suka, senang sama postingan kita, kalau ada komentar yang masuk secepat mungkin harus dibalas. Saat membalas komentar dari konsumen kita harus menggunakan bahasa yang baik, ramah dan tentunya bahasa yang bisa dimengerti sama followers tujuannya biar followers punya kesan yang baik terhadap café konsumen atau followers kita anggap sebagai teman kita sendiri karena konsumen itu pentingbagi suatu usaha.

Peneliti :Apakah ada pemilihan waktu ketika memposting ke instagram kembar cafe?

Bang Ridwan :untuk pemilihan waktu biasanya kalau mau posting kita lihat jam. Kita biasa posting di jam jam istirahat karena target pasar kita kan anak muda dan pekerja kantoran, dan sesuai sama jam operasional kita.

Peneliti : Bagaimana kembar cafe membangun keterikatan dan tindakan konsumen?

Bang Ridwan : Untuk menjalin hubungan yang baik dan erat dengan konsumen atau followers kami di media sosial dengan mengadakan acara yang bisa menghibur pengunjung atau followers contohnya event, diskon dan promo, ngadaian lomba posting foto yang menang dapat hadiah, juga membuat acara seperti membuat nobar, live music. Kami juga melakukan Community Engagment Activity dimana kami menyediakan tempat dan waktu kepada komunitas–komunitas untuk menyelenggarakan acaranya di kembar cafe. menurut saya itu adalah cara kami mendekatkan cafe sama khalayak atau konsumen, dan ini juga dapat menimbulkan ketertarikan konsumen untuk datang. karena konsumen adalah hal yang harus diperhatikan.

Peneliti : Apakah media sosial instagram kembar cafe pernah membuat kuis?

Bang Ridwan : oh iya kalau untuk kuis sampai saat ini kami belum pernah ngadain kuis, nanti deh buat kuis biar makin seru. Kalau lomba kita suka ngadain tuh kaya lomba foto kalau ga salah kita adain waktu bulan puasa kemaren, terus lomba foto dan backgroundnya harus di kembar cafe nanti yang menang dapet hadiah yang sudah kita siapkan.”.

Peneliti : kalo kembar cafe punya brand influencer ngga sih bang? Misalnya udah kerjasama sama artis gitu hahaha atau orang yang berpengaruh di padangsidempuan biar pengunjung dateng ke kembar cafe?

Bang Ridwan :hahaha bayar artis syahrini gitu mah mahal atuh mas, ngga sih kalau brand influencer ngga ada.

Peneliti :haha iya juga ya, yaudah bang kalau begitu kita cukupkan sampai disini aja. Terimakasih atas waktunya.

PEDOMAN & TRANSKRIP WAWANCARA 3

Identitas Key Informan



Nama : Rizky Abdullah
Jabatan : Admin Instagram Kembar Café Padangsidempuan
Tanggal : 26 Juli 2024
Lokasi : Kembar Café Padangsidempuan

Peneliti : Assalamualaikum.wr.wb mas

Mas Rizky : Walaikum'salam.wr.wb, jadi gimana, mau wawancara apa nih?

Peneliti : Jadi begini mas haha, saya bertanya seputar media sosial instagram aja, tadi saya udah wawancara sama Bang Ridwan dan kebetulan katanya mas Rizky yang jadi admin media sosial instagram juga ya mas.

Mas Rizky : Oh iyaaa benar sekali hehehe. Langsung aja pertanyaannya apa?

Peneliti : Okeee pertanyaannya, kenapa lebih memilih media sosial instagram agar tertarik ke kembar cafe?

Mas Rizky : Alesannya karena media sosial instagram udah sesuai sama target market kami. Pemasaran yang ngga perlu biaya banyak, kalo lewat radio, televisi gitu kan perlu biaya yang banyak jadi kita pilih media sosial aja buat pemasarannya. Di instagram juga ada kan tuh fitur jejaring sosial yang bisa kehubung langsung ke berbagai media sosial lainnya seperti facebook, twitter jadi kita fokusnya di instagram aja deh.

Peneliti : Terus mas, konten apa aja sih yang biasanya dishare/posting melalui akun instagram kembar cafe?

Mas Rizky : Caranya sih seperti menshare konten-konten, ada informasi tentang diskon, promo, informasi tentang menu- menu andalan Kembar

Cafe, seperti disaat ramadhan ada menu buka puasa dan event-event menarik yang diadakan di cafe ini

Peneliti : Apa kelebihan sosial media instagram untuk menarik pengunjung kembar cafe?

Mas Rizky : Kelebihannya banyak banget dong, tapi yang di butuhkan kita sih karena follower cepat ngerespon apa yang kita share di instagram dan bisa menarik minat pelanggan baru juga .

Peneliti : Mas ada ga sih ada tahap-tahap penyebaran konten melalui instagram?

Mas Rizky : Biasanya setiap karyawan buat ide-ide menarik seperti promo diskon dan event atau nonton bareng gitu kita usul ke owner kita, gimana nih setuju atau ngga tapi biasanya sih setuju-setuju aja. Nah langsung kita buat design buat dishare di akun instagram kembar cafe.

Peneliti : Oh seperti itu, terus ada pemilihan waktu ngga untuk memberikan informasi ke instagram kembar cafe?

Mas Rizky : Kalo waktunya saya posting di waktu anak sekolah dan orang kerja istirahat, Tujuannya sih biar followers baca dan banyak yang ngelike karna di jam-jam segitu kan orang pada istirahat ya pasti pada main gadget.

Peneliti :Apakah instagram kembar cafe menggunakan media monitoring?

Mas Rizky :Oh kalo media monitoring kita ngga pakai deh. Belum menggunakan media monitoring buat mengukur kinerja media sosial kami.

Peneliti :Bagaimana mengevaluasi hasil kinerja sosial media instagram kembar cafe?

Mas Rizky : Melihat di followers yang paling gampang melihat kinerja sosial media instagram itu berjalan sukses atau engga. Dan jumlah like juga mempengaruhi, kalau suka dan tertarik datang ke café.

Peneliti : Apa kendala dalam menjalankan sosial media kembar cafe?

Mas Rizky : Kendalanya biasanya di konten , kalau kehabisan konten dan bingung apa yang mau di share, tapi justru di situ kita harus berfikir kreatif dan memberikan visual yang lebih menarik lagi agar konten foto atau video lebih variasi.

- Peneliti :Proses engage seperti apa yang dilakukan akun instagram kembar cafe? jadi engage tuh contohnya bagaimana sih media sosial instagram untuk membangun keterikatan sama followersnya agar folloerwnya dateng ke kembar cafe gitu?
- Mas Rizky :caranya yaaa seperti contoh nih ya, kembar cafe mengajak followersnya untuk mengikuti lomba foto keseruan bersama teman-teman atau keluarga bisa juga teman kerja yang berlatar kembar cafe nanti yang menang dikasih hadiah. Terus adalagi ajakan kepada followers untuk nonton bareng di kembar cafe. Banyak sih yang dilakukan biar lebih menarik followers atau konsumen karena tanpa konsumen café ini ga akan berjalan, selain yang saya sebutkan tadi mungkin diskon dan promo-promo., ngasih voucher juga dan semua itu saya share melalui media sosial instagram.
- Peneliti :Apakah akun instagram kembar cafe menggunakan brand influencer untuk menarik minat followers/konsumen?
- Mas Rizky :influencer maksudnya kaya endorser gitu?
- Peneliti :oh iya mas, misalnya kembar cafe nyuruh orang yang hits yang followersnya banyak di media sosialnya kaya gitu ada ga mas?
- Mas Rizky :wah kalo itu kita engga punya sih, paling juga dari pengunjung yang dateng menjadi keuntungan juga bagi kita kalo dia mau dan followersnya banyak. Sekarang kan banyak anak abg pada ngehits di instagramnya gitu istilahnya haha kan dari situ nanti temen-temnnya pada nanya tuh kan “ih tempatnya dimana, lucu atau bagus, luas yaa haha” nah dari situ kan banyak menarik minat pengunjung juga buat dateng kesini.
- Peneliti :baik, satu lagi pertanyaanya nih mas. Kalau kuis gitu suka ngadain ngga sih kak?
- Mas Rizky : hmm itu kayaknya belum mengadakan kuis-kuis buat followers gitu kan ya, hmm kayanya seru deh ya, paling adanya tuh lomba foto keseruan di kembar cafe.
- Peneliti :oh seperti itu ya mas, sepertinya udah cukup sampai sini dulu wawancara sama mas rizky, nanti kalau ada yang mau saya tanyain lagi saya kesini lagi ya mas, terimakasih banyak
- Mas Rizky :sama-sama, ya boleh dong masa ngga haha.

PEDOMAN & TRANSKIP WAWANCARA 4

Identitas *Informan pendukung*



Nama : Ryo Fatihin

Jabatan : Pengunjung

Tanggal : 27 Juli 2024

Lokasi : Kembar Café Padangsidempuan

Peneliti : Assalamualaikum.wr.wb, permisi dengan mas siapa ya?

Ryo :saya Ryo Fatihin, ada apa ya?

Peneliti :iya mas maaf mengganggu waktunya bentar, saya salman lagi observasi disini buat keperluan skripsi hehe. Boleh wawancara sebentar ngga mas?

Ryo :oh iya boleh, tapi jangan lama-lama ya saya ada janji lagi nih hahaha

Peneliti :iya mas bentar kok, pertanyaannya. Apakah mas Ryo mengetahui instagram Kembar Cafe ?

Ryo :iya saya tau ko saya juga follow instagramnya

Peneliti :Bagaimana pandangan anda tentang media sosial instagram kembar cafe?

Ryo : Menurut saya Instagram kembar cafe sudah cukup menarik konsumen buat dateng. Saya suka lihat-lihat foto yang di posting di instagramnya terus eventnya juga banyak sama diskon promonya juga menarik

Peneliti :Menurut anda apakah sosial media instagram bisa menarik minat pengunjung datang ke kembar cafe?

Ryo : Kalo menurut saya sangat bisa, karena jaman sekarang orang udah banyak yang pake instagram sebagai media informasi, instagram

lagi hits di semua kalangan istilahnya mah lagi hits lah hahaha cocok kalo media promosinya di instagram banyak fitur-fitur mendukung buat kegiatan promosinya.

Peneliti :Jika melihat sosial media instagram, apa yang di dapatkan oleh pengunjung ketika melihat instagram kembar cafe?

Ryo : Informasi makanan dan minuman, venue, dan info tentang event, ada diskon juga. Terus kalo ga salah tuh di instagramnya juga suka ngadain lomba kan, waktu itu ikut lomba yang foto terbagus di cafenya trus nanti dapet hadiah gitu lupa hehe lumayan aja bang buat anak muda mah tapi sayangnya ga dapet hahaha.

Peneliti :Apa saja kelebihan dan kekurangan dari media sosial instagram kembar cafe menurut anda?

Ryo :Kelebihannya adalah foto dan video, informasi tentang kembar cafenya bagus, kaya info event, promo diskon, menu baru gitu. kalo kekurangannya sih mungkin kaya postnya tuh akhir- akhir ini jarang update ya. Terus kebanyakan foto repost gitu jadi kaya bala gitu dan kebanyakan hanya post story, feed nya kurang. Begitu kalo kata saya mah bang.

Peneliti :okee, baiklah terimakasih sudah meluangkan waktunya mas.

Lampiran Dokumentasi

- **Suasana Kembar Cafe**



- **Profil Akun Instagram Kembar Cafe Padangsidempuan**



- **Wawancara dengan Abangda Muhammad Rivaldi Selaku Owner Kembar Cafe**



- **Wawancara dengan Bang Ridwan Tanjung Supervisor Kembar Cafe**



- **Wawancara dengan Mas Rizky Admin Instagram Kembar Cafe**



- **Wawancara dengan Ryo salah satu pengunjung Kembar Cafe**



Surat Izin Penelitian Dari Fakultas



الجامعة الإسلامية سومطرة الشمالية
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. SM. Raja - Teladan Medan 20217

Nomor : 243/E/1.03/VII/2024
Lamp : -
Hal : Izin Penelitian

Medan, 19 Muharram 1446H
25 Juli 2024M

Kepada Yth : Bapak/Ibu. Kembar Cafe Padang Sidempuan
Jln. Teuku Umar No. 152
Di,-
Padang Sidempuan

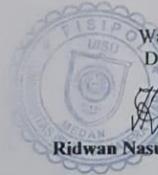
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Sumatera Utara
bahwa :

Nama : Salman Alfarizi
Tpt Tgl Dan, Lahir : Medan, 31 Agustus 2002
NPM : 71200612012
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar Mahasiswa/i -FISIP UISU Medan, mohon kiranya yang bersangkutan, dapat mengambil Data guna menyelesaikan Penelitian Skripsi dengan judul. "**Komunikasi Pemasaran Kembar Cafe Padang Sidempuan dalam menarik minat konsumen menggunkakan Media Sosial Instagram**". maka dengan ini mohon kepada Bapa/ Ibu berkenan memberikan izin kepada Mahasiswa kami tersebut.

Demikian hal ini kami sampaikan atas kerjasama diucapkan terima kasih.



Wassalam
Dekan,

Ridwan Nasution
Ridwan Nasution, S.Sos, M.Kom.I

Tembusa:

1. Peringgal

Surat Jawaban Dari Kembar Café Padangsidempuan

Kembar Café Padangsidempuan

Jl. Teuku Umar No. 152, Sitamang Padangsidempuan
Instagram : @kembarcafepsp | No. Telepon : 081200522233

Hal : Persetujuan Izin Penelitian

Kepada Yth:
Rektor Universitas Islam Sumatera Utara
c.q Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik

di-Tempat

Sehubungan dengan surat Saudara Nomor 243/E/1.03/V11/2024 tanggal 25 Juli 2024 perihal izin penelitian, dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa di bawah ini :

No.	Nama	NIM	Program Studi
1.	Salman Al Farizi	71200612017	Ilmu Komunikasi

Dapat melaksanakan kegiatan penelitian dan pengambilan data guna menyelesaikan Penelitian Skripsi dengan judul “**Komunikasi Pemasaran Kembar Café Padang Sidempuan Dalam Menarik Minat Konsumen Menggunakan Media Sosial Instagram**”

Demikian kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Padang Sidempuan, 26 Juli 2024

Hormat Kami,

Pemilik Kembar Café PSP



Muhammad Rivaldi

Lembaran Koreksi Bimbingan Skripsi