

# PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG RUMAH MAKAN TUDUNG SAJI MAMA LITA DI BANJARBARU

Fahdilla Fitriani<sup>1)</sup>, Sanusi<sup>2)</sup>, Muhammad Agus Humaidi<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup> Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 17.11.0012

<sup>2)</sup> Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 001 905 6202

<sup>3)</sup> Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 111 808 8901

Email : fahdillaf04@gmail.com

Website : uniska-bjm.ac.id

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Tudung Saji Mama Lita dalam mempromosikannya di instagram, untuk mengetahui apa saja upaya yang dilakukan oleh Tudung Saji Mama Lita dalam mempromosikannya di instagram, dan untuk mengetahui peran instagram dalam meningkatkan minat pengunjung rumah makan Tudung Saji Mama Lita.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi kepada Operasional Manager Tudung Saji Mama Lita dan 5 orang pelanggan yang memiliki akun instagram dan juga pernah berkunjung ke Tudung Saji Mama Lita. Analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan instagram sebagai media promosi, pengguna instagram dapat mengetahui Tudung Saji Mama Lita.

**Kata Kunci: Instagram, Pengunjung, Promosi**

## ABSTRACT

*This research was aimed to determine the marketing strategy of Tudung Saji Mama Lita in promoting it on Instagram, to find out what efforts are being made by Tudung Saji Mama Lita in promoting it on Instagram, and to find out the role of Instagram in increasing the interest of visitors to the Tudung Saji Mama Lita restaurant.*

*This research method used a qualitative approach with a qualitative descriptive type of research. Data were collected by interview, observation and documentation techniques to the Operational Manager of Tudung Saji Mama Lita and 5 customers who have an Instagram account and also have visited Tudung Saji Mama Lita. Data analysis using data reduction, data presentation, and drawing conclusions.*

*The results showed that by using Instagram as a promotional medium, Instagram users could find out about Mama Lita's Tudung Saji.*

**Keywords: Instagram, Visitors , Promotion**

## PENDAHULUAN

Media sosial merupakan media berbasis *online* yang dapat digunakan untuk berkomunikasi jarak jauh, mencari suatu informasi serta hiburan

melalui jaringan internet. Dalam penggunaannya, media sosial dapat menghubungkan pengguna lain dengan mencakup kawasan yang sangat luas.

Dengan kecepatannya dalam mengupdate informasi, media sosial banyak disukai oleh masyarakat zaman sekarang yang menyukai informasi yang bersifat *real time* dan langsung tersebar di banyak *platform digital*.

Dalam kemudahannya mengakses suatu informasi, para pengusaha bisnis dapat dengan mudah mempromosikan produknya lewat media sosial. Dengan kelebihanannya dalam menyebarkan informasi di wilayah yang sangat luas, semua pengguna media sosial dapat mengetahui produk yang akan dijual oleh pengusaha bisnis khususnya makanan.

Saat ini masyarakat di Banjarbaru cenderung mengonsumsi makanan di luar rumah, hal ini merupakan disebabkan terbatasnya waktu dalam mengolah makanan rumahan di rumah. Dan juga masyarakat tidak hanya mengonsumsi makanan tetapi juga dapat berkumpul, beristirahat, dan menghilangkan rasa penat.

Keunikan yang dimiliki Tudung Saji Mama Lita adalah menyajikan masakan khas ala rumahan tetapi dengan konsep rumah makan yang lebih modern. Didukung popularitas *owner* Tudung Saji Mama Lita yang pernah mengikuti program acara televisi *Master Chef Indonesia season 5* sebagai salah satu peserta perwakilan kota Banjarmasin. Selain masakan ala rumahan, ada berbagai menu pilihan yang disajikan di Tudung Saji Mama Lita yaitu menu *snack* seperti roti lipat korea, *potato wedges*, dll. Untuk minuman, ada berbagai macam minuman yang tersedia seperti *coffee*, *mocktail*, dll. Resep masakan tersebut juga merupakan resep dari Mama Litanya langsung, sehingga pengunjung dapat merasakan masakan dari Mama Lita.

Fasilitas yang disediakan Tudung Saji Mama Lita mulai dari *free wifi*, mushola, *private room*, tempat parkir yang luas, dan menampilkan *live music*. Tempat Tudung Saji Mama Lita juga merupakan tempat *instagramable* yaitu tempat yang cocok untuk berfoto-foto ataupun video dan dibagikan ke akun instagram. Harga yang ditawarkan juga sangat ramah dikantong, cocok untuk semua kalangan masyarakat.

Dengan banyaknya bisnis kuliner di Banjarbaru. Perlu adanya promosi agar dapat

meningkatkan pengunjung dan mampu bersaing dengan usaha kuliner lainnya. Promosi merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan produk yang akan kita jual dan membuat konsumen tertarik dan mencoba produk yang kita tawarkan.

Dengan kemajuan teknologi sekarang, promosi dapat melalui media sosial, salah satunya instagram. Instagram adalah aplikasi populer yang banyak penggunanya di kalangan masyarakat. Dari aplikasi tersebut kita dapat berbagi foto dan video ataupun mencari informasi dengan berbagai *fitur-fitur* menarik yang membuat instagram disukai oleh masyarakat. Banyak pengusaha kuliner yang memanfaatkan media sosial instagram untuk mempromosikan produk-produknya, termasuk Tudung Saji Mama Lita yang bertempat di Jalan Pangeran Suriansyah Banjarbaru.

Penggunaan instagram dapat menjadi media dalam mempromosikan menu-menu yang ada di Tudung Mama Lita. Media sosial instagram memudahkan penggunanya dalam melihat produk yang dijual dengan berbentuk *visual*, yaitu berupa foto dan video dan pengguna instagram juga dapat memberikan testimoni ataupun komentar di postingan akun instagram Tudung Saji Mama Lita.

Tudung Saji Mama Lita menggunakan instagram yang bernama @tudungsajibjm sebagai media promosi untuk mempromosikan menu-menu yang ada di Tudung Saji Mama Lita. Dengan jumlah *followers* yang mencapai 13,2 ribu pengikut. Sedangkan akun instagram @spesialpenyetansolo\_26 rumah makan yang bertempat di Banjarbaru memiliki jumlah *followers* 125 pengikut.

Promosi melalui media sosial instagram dapat menyasar masyarakat pengguna instagram khususnya kaum milenial yang sangat suka membagikan foto ataupun videonya di instagram. Dari promosi melalui instagram tersebut dapat menarik minat pengunjung untuk datang ke rumah makan Tudung Saji Mama Lita. Sesuai dengan uraian latar belakang masalah tersebut, maka peneliti menentukan judul penelitian yaitu “Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Rumah Makan Tudung Saji Mama Lita Di Banjarbaru”.

## METODE PENELITIAN

### A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Menurut Hariwijaya (2007:83), penelitian kualitatif adalah pendekatan yang tidak menggunakan dasar kerja statistik, tetapi berdasarkan bukti-bukti kualitatif. Yaitu unsur inovasi bersama, baik fenologis maupun leksikal yang dimiliki oleh suatu kelompok bahasa tertentu secara eksklusif.

### B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Menurut Nana Syaodih Sukmadinata (2011:73), penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan.

### C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang diteliti oleh peneliti adalah di rumah makan Tudung Saji Mama Lita di Jalan Pangeran Suriansyah Banjarbaru.

### D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data menurut Lofland (1987:47) sebagaimana yang dikutip oleh Moleong (2007:157) bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah

#### A. Data Primer

Data primer yaitu data yang didapat langsung pada informan atau sumber data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi, berupa kata-kata atau tindakan dari subjek peneliti. Di dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menjadikan manajer Tudung Saji Mama Lita dan 5 orang pelanggan yang memiliki akun instagram dan juga pernah berkunjung ke Tudung Saji Mama Lita sebagai data primer untuk mendapatkan fakta-fakta dan informasi yang terkait dari penelitian ini. Peneliti juga mengambil sumber data dari konten yang diunggah oleh akun instagram @tudungsajibjm.

#### B. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2012:141) mendefinisikan data sekunder adalah “sumber sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca,

mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen”. Data yang diperoleh dari sumber luar, seperti jurnal, buku-buku, serta dokumen dari penelitian terdahulu.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2012:63) menyatakan bahwa secara umum 4 macam teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

#### 1. Observasi

Menurut Yatim Riyanto (2010:96) observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek penelitian. Observasi dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat, S (2011:74) observasi atau metode pengamatan mempunyai sifat dasar naturalistik yang berlangsung dalam konteks natural (asli) dari kejadian, pelakunya berpartisipasi secara wajar dalam interaksi, dan observasi ini menelusuri aliran alamiah dari kehidupan sehari-hari.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi langsung di lapangan yaitu di Tudung Saji Mama Lita dan di akun instagram @tudungsajibjm.

#### 2. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015:72) wawancara adalah pertemuan yang diadakan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu.

Wawancara dalam penelitian ini dilaksanakan dengan manajer Tudung Saji Mama Lita dan 5 orang pelanggan yang memiliki akun instagram dan juga pernah berkunjung ke Tudung Saji Mama Lita.

#### 3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015:82) dokumentasi merupakan catatan peristiwa

pada waktu yang lalu dan dapat berbentuk tulisan, gambar, maupun karya-karya monumental dari seseorang.

Dokumentasi dalam penelitian ini berupa data-data dokumentasi yang diambil dari lapangan baik berupa tertulis, dokumentasi foto, dan rekaman suara pada saat melakukan wawancara dengan narasumber.

## F. Teknik Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan dan setelah di lapangan. Dalam hal ini para peneliti lebih memilih menggunakan proses analisis interaktif. Sugiyono (2014:334). Menurut Miles dan Huberman (1994:119) ada beberapa langkah yang dilakukan untuk menganalisis data kualitatif :

### 1. Reduksi data

Setelah data primer dan sekunder terkumpul dilakukan dengan memilah data, membuat tema-tema, mengkatagorikan, memfokuskan data sesuai bidangnya, membuang, menyusun data dalam suatu cara dan membuat rangkuman-rangkuman dalam satuan analisis, setelah itu baru pemeriksaan data kembali dan mengelompokannya sesuai dengan masalah yang diteliti. Setelah direduksi maka data yang sesuai dengan tujuan penelitian dideskripsikan dalam bentuk kalimat sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah penelitian.

### 2. Penyajian data.

Bentuk analisis ini dilakukan dengan menyajikan data dalam bentuk narasi, di mana peneliti menggambarkan hasil temuan data dalam bentuk uraian kalimat bagan, hubungan antar kategori yang sudah berurutan dan sistematis.

### 3. Penarikan kesimpulan.

Meskipun pada reduksi data kesimpulan sudah digambarkan, itu sifatnya belum permanen, masih ada kemungkinan terjadi tambahan dan pengurangan. Maka pada tahap ini kesimpulan sudah ditemukan sesuai dengan bukti-bukti data yang diperoleh di lapangan secara akurat dan faktual.

Dimulai dengan melakukan pengumpulan data, seleksi data, triangulasi data, pengkategorian data, deskripsi data dan penarikan kesimpulan. Data-data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi disajikan dengan bahasa yang tegas untuk menghindari bias. Melakukan pengkategorian secara tematik, lalu disajikan ke dalam bagian-bagian deskripsi data yang dianggap perlu untuk mendukung pernyataan-pernyataan penelitian. Kesimpulan ditarik dengan teknik induktif tanpa menggeneralisir satu temuan terhadap temuan-temuan lainnya.

## ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Bagaimana Strategi Pemasaran Tudung Saji Mama Lita dalam Mempromosikannya di Instagram

Strategi pemasaran Tudung Saji Mama Lita dalam mempromosikannya di Instagram yaitu dari segi *Marketing mix* yang terdiri dari empat P (4P) :

#### 1. *Product* (Produk)

Setelah peneliti melakukan wawancara dan observasi, Tudung Saji Mama Lita menjual produk makanan rumahan dan berbagai minuman. Dan juga resep dari makanan rumahan tersebut merupakan resep dari Mama Lita yang pernah mengikuti acara televisi *Master Chef Indonesia Season 5* dan sekaligus *owner* dari Tudung Saji Mama Lita. Produk Tudung Saji Mama Lita dapat dipesan melalui aplikasi Grabfood. Dan untuk segmentasi Tudung Saji Mama Lita ditunjukkan oleh semua segmentasi.

#### 2. *Price* (Harga)

Semua harga sudah ditetapkan oleh Tudung Saji Mama Lita. Dan apabila ada orang yang melakukan reservasi tempat dalam jumlah banyak, akan mendapatkan promo yaitu berupa potongan harga. Tudung Saji Mama Lita juga menghitung anggaran promo terlebih dulu sebelum mengeluarkan promo.

#### 3. *Place* (Tempat)

Dalam memilih lokasi, Tudung Saji Mama Lita memilih lokasi di Jalan Pangeran Suriansyah Banjarbaru, sebab

tempat tersebut merupakan lokasi yang strategis dengan letaknya yang berada ditengah-tengah kota, dan dekat perkantoran. Dengan memilih lokasi tersebut, dapat menjangkau khalayak yang dituju.

#### 4. *Promotion* (Promosi)

Tudung Saji Mama Lita menggunakan instagram dalam mempromosikan produknya. Untuk promo tersebut dilakukan per beberapa bulan, tetapi promo tersebut tidak rutin diadakan satu bulan sekali. Dan dilakukan promosi setiap harinya melalui *fitur* instagram *stories*. Dalam membuat konten untuk di *upload* di instagram, Tudung Saji Mama Lita bersama-sama membuat konten tersebut.

## 2. Upaya Apa Saja Yang Dilakukan Oleh Tudung Saji Mama Lita dalam Mempromosikannya di Instagram

Upaya yang dilakukan oleh Tudung Saji Mama Lita dalam mempromosikannya di instagram yaitu terdapat delapan 8 langkah dalam mengembangkan program komunikasi dan promosi total yang efektif, yaitu :

### 1. Mengidentifikasi khalayak yang dituju

Tudung Saji Mama Lita menemukan kesulitan dalam mengidentifikasi khalayak yang dituju pada sosial media, tetapi Tudung Saji Mama Lita memilih *random* dalam khalayak yang dituju. Tudung Saji Mama Lita mempunyai akun instagram dengan jumlah *followers* 13,2 ribu pengikut, semua *followers* yang mengikuti akun instagram Tudung Saji Mama Lita terdapat berbagai kalangan dan calon pelanggan yang dituju oleh Tudung Saji Mama Lita yaitu semua orang dapat membeli produk dan menu-menu yang ada di Tudung Saji Mama Lita.

### 2. Menentukan tujuan komunikasi tersebut

Dalam menentukan tujuan komunikasi, Tudung Saji Mama Lita telah menentukan tujuan komunikasi tersebut yang diharapkan dari khalayak yaitu dengan bersikap ramah kepada pelanggan. Pada akun media sosial instagram terdapat *fitur* *Direct Message* (DM),

pengguna instagram dapat mengirim pesan ke akun instagram lain. Di akun instagram Tudung Saji Mama Lita ada calon pelanggan yang bertanya mengenai jam operasional ataupun menu yang ada di Tudung Saji Mama Lita, pihak Tudung Saji Mama Lita membalas pesan tersebut dengan ramah kepada calon pelanggan.

“Kalau cuman lewat sosial media akun resmi tudung saji sih sebisanya kita seramah dan sebagus mungkin, soalnya kan tiap hari ada aja tuh kayak pagi aja barusan ada yang nge-dm nanya jam operasional, nanya menu, biasa lah suatu kewajiban dari orang-orang tudung lah istilahnya kan ke ramah-ramahan apa segala macam.” (Wawancara dengan Zaki Azharie, Operasional Manager Tudung Saji Mama Lita).

Dan apabila ada akun instagram menandai instagram Tudung Saji Mama Lita dengan menggunakan *fitur* instagram, Tudung Saji Mama Lita akan melakukan *repost* dan memberikan *gif* dan selanjutnya di *upload* di instagram *stories*.

### 3. Merancang pesan

Tudung Saji Mama Lita bersama-sama merancang pesan untuk mempromosikan Tudung Saji Mama Lita di instagram. Dalam merancang pesan Tudung Saji Mama Lita sudah menyiapkan video untuk *open* dan *closed* dan di *upload* di *fitur* instagram *stories*, untuk video *open* di *upload* jam 10.30 dan video *closed* di jam 22.00.

Untuk di *upload* di *feed* instagram, Tudung Saji Mama Lita meng*upload* seperti pemberitahuan resmi, misalnya dalam rangka menyambut hari raya idul adha Tudung Saji Mama Lita akan libur selama satu hari. Dan juga apabila ada promo khusus akan di *upload* di *feed* instagram.

*Fitur-fitur* instagram yang digunakan Tudung Saji Mama Lita dalam mempromosikan menu-menyunya yaitu *hashtag* untuk memudahkan calon pelanggan mencari foto atau video Tudung Saji Mama Lita, *fitur* komentar yaitu pengguna instagram dapat memberikan kritik, saran, ataupun

testimoni di kolom komentar postingan akun instagram Tudung Saji Mama Lita, *fitur follow* yaitu pada akun instagram Tudung Saji Mama Lita mengikuti beberapa akun instagram, dan tidak semua *followers* yang mengikuti akun instagram Tudung Saji Mama Lita di *followback* oleh Tudung Saji Mama Lita, *fitur caption* yaitu sebelum di *upload* di instagram, Tudung Saji Mama Lita memberikan keterangan terlebih dahulu mengenai foto atau video yang akan di *upload*, *fitur instagram stories* yaitu Tudung Saji Mama Lita mengupload foto atau video dari galeri *smartphone* ataupun dengan kamera yang ada di instagram *stories*, Tudung Saji Mama Lita mengupload foto atau video pada saat *open* dan *closed* di instagram *stories* dan melakukan *repost* serta memberikan *gif* apabila ada akun instagram yang menandai akun instagram Tudung Saji Mama Lita, *fitur Direct Message (DM)* yaitu pengguna akun instagram dapat mengirimkan pesan secara pribadi ke akun instagram Tudung Saji Mama Lita, *fitur IG TV* yaitu Tudung Saji Mama Lita mengupload video dengan durasi yang lebih panjang dibandingkan mengupload video di instagram *stories* dan *feed* instagram.

Tudung Saji Mama Lita mengeluarkan berbagai macam paket promo, diantaranya Paket Anak *Online* terdiri dari 1 nasi, 2 lauk, 1 sayur, 1 pelengkap, dan 1 minum yang dikeluarkan pada bulan Desember 2019, promo Makan Malam Minimal Berdua di Tudung Saji *Free Es Teh* promo ini hanya berlaku untuk dua orang yang makan di Tudung Saji Mama Lita dari jam 17.00 – 21.00 WITA akan dapat gratis minuman es teh yang dikeluarkan pada bulan Maret 2020, promo Paket Box terdiri dari 2 lauk dan 1 sayur yang dikeluarkan pada bulan April 2020, promo Paket Makan Rame-rame terdiri dari Tumis Kulit Ayam, Mie Goreng Sayur, dan Tumis Usus yang dikeluarkan pada bulan April 2020, promo Paket Catering PSBB Iftar (Paket Seru Buka Bersama) untuk bulan Ramadhan promo ini dapat dinikmati untuk 4-5 orang per boxnya yang dikeluarkan pada bulan April 2020, promo Paket Catering PSBB Sahur (Paket Sahur Buat Bersama) untuk bulan

Ramadhan promo ini dapat dinikmati untuk 4-5 orang per boxnya yang dikeluarkan pada bulan April 2020, promo Paket Makan Rame-rame terdiri dari menu Daging Pedas, Kikil Mercon dan Ayam Suwir yang dikeluarkan pada bulan April 2020, promo Paket Makan Rame-rame terdiri dari menu Ayam Woku Capcay, dan Telang Asam Manis yang dikeluarkan pada bulan April 2020, promo Paket Makan Rame-rame terdiri dari menu Terong Balado, Cumi Tinta, dan Orek Pare Telor yang dikeluarkan pada bulan April 2020, promo Paket Makan Rame-rame terdiri dari menu Paru Pedas yang dikeluarkan pada bulan April 2020, promo Paket Makan Rame-rame terdiri dari menu Tumis Tempe, Telor Balado, dan Tumis Buncis yang dikeluarkan pada bulan April 2020.

#### 4. Memilih saluran komunikasi

Untuk saluran komunikasi, Tudung Saji Mama Lita menggunakan aplikasi whatsapp untuk reservasi, dan menggunakan *fitur Direct Message (DM)* di instagram. Dengan menggunakan saluran komunikasi memudahkan pelanggan untuk bertanya ataupun memesan tempat di Tudung Saji Mama Lita.

#### 5. Menentukan total anggaran promosi

Tudung Saji Mama Lita menentukan terlebih dulu total anggaran promosi sebelum promo tersebut dikeluarkan. Dalam menentukan total anggaran promosi, Tudung Saji Mama Lita bersama-sama dalam menentukan total anggaran tersebut sebelum promosi tersebut dikeluarkan. Setelah sudah ditentukan, Tudung Saji Mama Lita mengeluarkan promo tersebut dengan mengupload foto atau video di instagram.

#### 6. Membuat keputusan atas bauran promosi (*promotion mix*).

Ada 5 unsur bauran promosi, di dalam penelitian ini hanya ada 2 unsur bauran promosi yang akan dibahas agar penelitian tidak melebar, yaitu :

## 1. Iklan

Tudung Saji Mama Lita mengiklankan produknya melalui akun media sosial instagram sendiri dan akun instagram Mama Lita yaitu *owner* Tudung Saji Mama Lita dan juga masih dalam *progress* untuk menggunakan jasa *endorment*, seperti selebgram, beberapa akun-akun yang khusus di bidang kuliner, dan *influencer* untuk ikut mempromosikan Tudung Saji Mama Lita di instagram. Di akun instagram Tudung Saji Mama Lita sendiri setiap harinya memposting menu-menu yang ada di Tudung Saji Mama Lita menggunakan *fitur* instagram *stories* dan apabila ada beberapa menu baru selalu di *update*, dan juga apabila ada pelanggan yang menggunakan instagram dan menandai akun instagram Tudung Saji Mama Lita di instagram *stories* langsung di *repost*, dan juga pada *feed* instagram, foto atau video yang di *upload* berupa pemberitahuan resmi.

## 2. Sales Promotion

Tudung Saji Mama Lita mengadakan promo dadakan, apabila ada orang yang reservasi tempat dalam jumlah banyak, akan mendapatkan potongan harga. Dan promo menu-menu yang ada di Tudung Saji Mama Lita akan di *upload* di akun instagram Tudung Saji Mama Lita.

## 7. Mengukur hasil promosi tersebut

Dalam mengukur hasil promosi tersebut yaitu dengan menanyakan khalayak sasaran bagaimana pesan yang disampaikan dalam mempromosikan Tudung Saji Mama Lita di instagram.

“Cukup menarik karena banyak menu baru langsung dipromosikan oleh pihak mereka.” (Wawancara dengan informan berinisial W).

Tudung Saji Mama Lita juga menggunakan *fitur* komentar dan calon pelanggan dapat memberikan komentar di postingan tersebut, seperti misalnya bertanya tentang menu-menu Tudung Saji

Mama Lita ataupun memberikan testimoni pada saat mengunjungi rumah makan Tudung Saji Mama Lita, dll.

Dengan mengukur hasil promosi tersebut Tudung Saji Mama Lita dapat mengetahui pendapat dari khalayak sasaran yang akan dituju mengenai promosi Tudung Saji Mama Lita di instagram.

## 8. Mengelola dan mengoordinasikan proses komunikasi pemasaran terintegrasi

Tudung Saji Mama Lita dalam mengelola dan mengoordinasikan proses komunikasi pemasaran terintegrasi dengan menjawab pertanyaan dari para pelanggan, baik melalui aplikasi whatsapp ataupun *fitur Direct Message (DM)* di instagram.

## 3. Bagaimana Peran Instagram dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Rumah Makan Tudung Saji Mama Lita

Peran instagram dalam meningkatkan minat pengunjung rumah makan Tudung Saji Mama Lita yaitu memudahkan masyarakat untuk mengetahui informasi seperti menu-menu yang ada di Tudung Saji Mama Lita. Berikut keuntungan menggunakan *online marketing*, diantaranya :

### 1. Kenyamanan

Dalam mempromosikan Tudung Saji Mama Lita dengan menggunakan instagram dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan. Instagram dapat diakses menggunakan *smartphone* dan dapat dibawa kemanapun. Media sosial instagram dapat terhubung dengan kurun waktu 24 jam selama terhubung dengan jaringan internet.

### 2. Kemudahan akses dan tidak terbatas

Dengan menggunakan instagram, dapat memudahkan Tudung Saji Mama Lita dalam mengakses dan tidak terbatasnya ruang dan waktu dalam mempromosikan produk Tudung Saji Mama Lita didalam negeri ataupun diluar negeri melalui media sosial instagram. Dan juga apabila mengupload menggunakan *fitur* instagram *insta stories*, maka foto atau video tersebut akan bertahan 24 jam, dan apabila

mengupload foto atau video di *feed* instagram, akan bertahan selamanya, kecuali akun instagram dan foto atau video tersebut di hapus, maka postingan tersebut juga terhapus. Dengan kurun waktu yang relatif lama tersebut membuat pengguna instagram dapat melihat kapanpun postingan instagram Tudung Saji Mama Lita.

### 3. Menekan biaya promosi

Dengan mempromosikan produk Tudung Saji Mama Lita di instagram, dapat menekan biaya promosi yang harus dikeluarkan dibandingkan dengan melakukan promosi melalui spanduk, baliho, dll akan menggunakan biaya yang banyak. Dengan menggunakan instagram juga dalam waktu kapanpun Tudung Saji Mama Lita dapat mempromosikan menu-menunya.

Pelanggan yang memiliki akun instagram juga pernah mengupload foto di *feed* instagram, hal tersebut dapat membantu dalam mempromosikan Tudung Saji Mama Lita secara lebih luas.

Menu-menu yang ada di Tudung Saji Mama Lita juga dipromosikan di akun instagram Mama Lita sendiri, pelanggan juga mengaku bahwa sebelum ke rumah makan Tudung Saji Mama Lita, melihat terlebih dahulu postingan di akun instagram Mama Lita yang mempromosikan Tudung Saji Mama Lita melalui instagram.

### 4. Jangkauan pasar yang lebih luas

Dengan mempromosikan menu-menu Tudung Saji Mama Lita di media sosial instagram dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain masyarakat di Banjarbaru, masyarakat di daerah lain dan di luar negeri juga dapat mengetahui Tudung Saji Mama Lita melalui instagram. Dengan kelebihanannya dalam menjangkau pasar yang lebih luas, Tudung Saji Mama Lita dapat lebih mudah mempromosikan menu-menunya.

Dalam mempromosikan Tudung Saji Mama Lita di instagram juga dapat berpengaruh pada peningkatan jumlah pengunjung yang datang ke rumah makan Tudung Saji Mama Lita, tetapi tidak

bertahan lama, terlebih karena adanya pandemi covid-19.

### 5. Menjangkau target pasar yang lebih efisien

Tudung Saji Mama Lita mengupload foto atau video di instagram untuk mempromosikan produknya dengan menggunakan *fitur hastag* dalam keterangannya, hal tersebut dapat mempermudah dalam pencarian *hastag* dengan kata kunci, apabila pengguna instagram mencari Tudung Saji Mama Lita di instagram. Pengguna instagram juga dapat melihat promosi Tudung Saji Mama Lita melalui postingan dari akun instagram.

“Saya mengetahui instagram lewat promosi dari akun Mama Lita sendiri.” (Wawancara dengan informan berinisial W).

Pengguna instagram juga dapat menemukan akun instagram Tudung Saji Mama Lita dengan melihat *fitur tag* di foto atau video yang di *upload*, apabila foto atau video tersebut menandai akun instagram Tudung Saji Mama Lita.

Selain itu juga, pengguna instagram dapat mencari Tudung Saji Mama Lita dengan menulis di pencarian instagram.

Pengguna instagram mencakup berbagai semua kalangan. Tudung Saji Mama Lita lebih mudah mempromosikan menu-menunya di instagram.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Tudung Saji Mama Lita, maka dapat disimpulkan :

1. Strategi pemasaran Tudung Saji Mama Lita dalam mempromosikannya di instagram yaitu Tudung Saji Mama Lita menjual makanan rumahan dan berbagai minuman dengan menetapkan semua harga produk dan memilih lokasi tempat tersebut yang merupakan lokasi strategis. Tudung Saji Mama Lita memilih menggunakan instagram dalam mempromosikan produknya. Untuk promo tersebut dilakukan per beberapa bulan, tetapi



promo tersebut tidak rutin diadakan satu bulan sekali. Dan dilakukan promosi setiap harinya melalui *fitur* instagram *stories*. Dalam membuat konten untuk di upload di instagram, Tudung Saji Mama Lita bersama-sama membuat konten tersebut.

2. Upaya yang dilakukan oleh Tudung Saji Mama Lita dalam mempromosikannya di instagram dengan memilih *random* dalam khalayak yang dituju, serta berkomunikasi secara ramah dengan para pelanggan, dan bersama-sama dalam merancang pesan untuk mempromosikan Tudung Saji Mama Lita di instagram. Untuk saluran komunikasi, Tudung Saji Mama Lita menggunakan aplikasi whatsapp dan *fitur Direct Message* (DM) di instagram, serta menentukan terlebih dahulu total anggaran promosi, dan dalam mengiklankan produknya, di akun instagram Tudung Saji Mama Lita sendiri apabila ada beberapa menu baru selalu di *update*, untuk *feed* instagram, foto atau video yang di *upload* berupa pemberitahuan resmi. Tudung Saji Mama Lita juga mengadakan promo secara dadakan.
3. Peran Instagram dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Rumah Makan Tudung Saji Mama Lita yaitu dengan menggunakan media sosial instagram dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam mempromosikan produk Tudung Saji Mama Lita serta dapat terhubung dengan kurun waktu 24 jam selama terhubung dengan jaringan internet. Dan pengguna instagram dapat melihat postingan instagram Tudung Saji Mama Lita dalam waktu kapanpun, serta dapat menekan biaya promosi yang harus dikeluarkan, dan juga dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta mempermudah pengguna instagram untuk mencari akun instagram Tudung Saji Mama Lita dalam melakukan pencarian menggunakan *fitur* instagram dengan kata kunci.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Sebelum mengupload foto atau video di instagram, sebaiknya mengidentifikasi terlebih dahulu khalayak yang akan dituju agar memudahkan dalam menentukan tujuan target yang akan disasar.

2. Perlu menyiapkan konten promosi yang menarik untuk membuat pelanggan datang ke rumah makan.
3. Rutin melakukan promosi di *feed* instagram, dengan menguploadnya di *feed* dapat muncul di *home page* instagram, dan memungkinkan *followers* dan pengguna instagram dapat melihatnya.

### DAFTAR PUSTAKA

#### Sumber Buku:

- Bovee, Courtland L dan John V. Thill. 2003. **Komunikasi Bisnis**. Buku Kedua, Edisi Bahasa Indonesia, Edisi Keenam. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Dewi, Sutrisna. 2007. **Komunikasi Bisnis**. Yogyakarta: ANDI
- FISIP Team. 2021. **Buku Panduan Penulisan Skripsi**. Banjarmasin: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari.
- Hariwijaya, M. 2015. **Metodologi Dan Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi untuk Ilmu Sosial dan Humaniora**. Yogyakarta: Parama Ilmu.
- Hermawan, Agus. 2012. **Komunikasi Pemasaran**. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and Armstrong, G. 2012. **Principles of Marketing**. Global Edition, 14 Edition, Pearson Education. New Jersey.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. 1994. **An Expanded Sourcebook: Qualitative Data Analysis**. London: Sage publication.
- Moleong, Lexy J. 2013. **Metode Penelitian Kualitatif**. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Riyanto, Yatim. 2010. **Metodologi Penelitian Pendidikan**. Surabaya: Penerbit SIC.
- Ruliana, Poppy dan Puji Lestari. 2019. **Teori Komunikasi**. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat. 2011. **Metodologi Penelitian**. Bandung: Mandar Maju.
- Sitorus, Onny Fitriana dan Novelia Utami. 2017. **Strategi Promosi Pemasaran**. Jakarta: FKIP UHAMKA.

Sunyoto, Danang. 2005. **Strategi Pemasaran**. Yogyakarta: PT Buku Seru.

Sukmadinata. 2010. **Metode Penelitian Pendidikan**. Bandung: RemajaRosdakarya.

Sugiyono. 2012. **Memahami Penelitian Kualitatif**. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. **Metode Penelitian Kualitatif, kualitatif dan R&D**. Bandung:Alfabeta.

Sugiyono. 2015. **Metode Penelitian Kombinasi, Mix Methods**. Bandung: Alfabeta.

Widyastuti, Sri. 2017. **Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu**. Jakarta Selatan: FEB-UP Press.

**Sumber Skripsi:**

Afifah, Mega. 2021. **Peran Akun Instagram**

**@Kebunrefugiamagetan Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Kebun Refugia Magetan**. Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.

Annisa, Nurul. 2014. **Strategi Komunikasi Pemasaran Online (Studi Kasus Pada Pemasaran Online di “REAL Inc Store”)**. Skripsi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Hidayatullah, Arief Rachman. 2020. **Strategi Komunikasi Pemasaran Mie Bancir Khas Banjar Ala Agus Sasirangan Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Konsumen Di Banjarbaru**. Skripsi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin.