

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Digital Marketing

Peran strategis *digital marketing* merupakan sesuatu hal penting untuk menarik konsumen dan mengarahkannya untuk berkomunikasi secara elektronik dan konvensional. Strategi *digital marketing* menggunakan media sosial sangat penting karena dapat memberi pengetahuan kepada para pelaku usaha tentang bagaimana cara untuk memperluas jaringan melalui pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan keunggulan bersaing bagi para pelaku usaha (Aprilia,2022).

Pada usaha bisnis, peran Instagram yang memiliki fitur-fitur seperti *feed*, *stories*, *reels*, dan iklan berbayar, memberikan peluang besar untuk memperkenalkan usaha bisnis, menu, event, dan pengalaman unik yang ditawarkan, demikian pula kedai Kopi Njongke. *Digital marketing* di Instagram berfungsi sebagai alat untuk membangun merek, menarik pelanggan baru, serta mempertahankan hubungan dengan pelanggan yang sudah ada.

B. Pengertian Kuliner

Kuliner berarti masakan atau makanan. Kuliner adalah hasil olahan yang berupa lauk pauk, panganan maupun minuman. Kuliner tidak terlepas dari kegiatan masak-memasak yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari. Kata kuliner merupakan unsur serapan dari bahasa Inggris yaitu *culinary* yang berarti berhubungan dengan memasak. (Fauzi & Mulyani, 2017).

C. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sarana bagi masyarakat untuk berbagi informasi seperti, teks, gambar, audio, dan video dengan pihak lain. Media sosial menyediakan berbagai macam informasi, komunikasi dan jaringan sosial yang dibutuhkan. Selain itu design yang menarik dan fitur yang disediakan memudahkan para pengguna dalam menggunakan media sosial. Hal ini menjadikan media sosial sebagai suatu alat dengan potensi kolaborasi , partisipasi, pemberdayaan dan mengoptimalisasi waktu (Astuti, 2023). Media sosial sekarang aktif digunakan oleh masyarakat karena dengan menggunakan media sosial sangat efektif untuk melakukan strategi *digital marketing*, misalnya seperti aplikasi Instagram, Whatsaap, Facebook, Twitter, TikTok, dan lain sebagainya. Beberapa komponen yang digunakan media sosial seperti di Instagram yaitu :

1) Tips memaksimalkan fitur di Instagram adalah sebagai berikut (Aldira, 2020):

a) Nama Akun atau *Username*

Nama akun Instagram biasanya menggunakan nama asli pengguna atau nama bisnis. Selain itu, pengguna Instagram juga dapat mengubah kombinasi huruf besar, huruf kapital, dan huruf kecil. Tidak disarankan untuk menggunakan banyak kombinasi angka atau huruf yang berbeda pada nama akun. Hal ini disebabkan oleh kombinasi yang sulit untuk dihafal. Selain itu *Username* di *Instagram*, adalah identitas digital yang berfungsi sebagai alat *branding* dan pemasaran. dalam kegunaanya sebagai media promosi *username* mencerminkan identitas

bisnis yang mempermudah pelanggan menemukan dan mengenal *coffee shop* tersebut di platform media sosial. fungsi *username* adalah sebagai *brand identity* yang mencerminkan dan menggambarkan suatu merk, dengan *username* yang menarik dan mudah diingat, juga akan memudahkan akses pelanggan mencari informasi dalam media sosial

b) Gunakan foto profil

Foto profil yang digunakan dapat berkaitan dengan bisnis yang dijalankan. Salah satu opsi foto profil yang bisa digunakan adalah logo bisnis tersebut, sehingga para konsumen akan lebih mudah dalam mencari akun media sosial bisnis yang dimaksud. Oleh karena itu, pelaku usaha diimbau untuk membuat logo semenarik mungkin dan sesuai dengan merk. Pada usaha bisnis, foto profil Instagram memiliki peranan yang sangat penting untuk membangun citra merek dan menarik perhatian audiens. Ini adalah elemen pertama yang dilihat konsumen ketika menemukan akun Instagram sebuah usaha bisnis, sehingga foto profil harus menggambarkan esensi bisnis tersebut.

c) *Profile Bio*

Pada bagian *profile bio*, pengguna hanya dapat menulis maksimal 150 karakter jadi harus bisa dimaksimalkan dengan baik dan singkat. Penjelasan di profil bio akan memudahkan konsumen dalam membaca informasi mengenai akun dan bisnis serta dapat juga melampirkan link berisi informasi yang dapat diakses dengan satu kali klik. Ini adalah tempat pertama yang dilihat oleh pengunjung akun, sehingga bio ini harus jelas, menarik, dan mencerminkan kepribadian

atau tujuan dari akun tersebut. Profil bio dapat mencakup informasi seperti nama, deskripsi singkat, kontak, link penting, atau elemen lain yang menggambarkan akun tersebut.

d) Membuat *feed* instagram

Saat membuat *feed* Instagram, bisa memilih tema dan membuat background terlihat bagus. *Feed* Instagram biasanya terdiri dari gambar dan video dalam satu postingan dengan tiga bar dan dibuat dengan konten yang menarik perhatian. *Feed* Instagram ini biasanya digunakan oleh pelaku bisnis yang ingin menarik banyak pengikut. Pada sebuah usaha bisnis, *feed* Instagram memiliki peran penting dalam menarik perhatian pelanggan potensial, membangun identitas merek, dan menciptakan keterlibatan dengan audiens. *Feed* adalah cara utama untuk menunjukkan atmosfer, produk, dan nilai yang ditawarkan oleh usaha bisnis. Penerapan *feed* yang efektif dapat meningkatkan visibilitas dan memicu keinginan pelanggan untuk datang langsung ke toko atau membeli produk.

e) Membuat *highlight stories*

Instagram Stories paling sering digunakan oleh pelaku bisnis namun, ada beberapa kekurangan dalam menggunakan Instagram *Stories*. Pengguna hanya dapat mengunggah gambar dan video dengan durasi maksimal satu menit. Biasanya, fitur cerita ini dibatasi hingga 24 jam dan dapat dilihat di fitur sorotan. Sorotan dapat dilihat oleh pelanggan dengan mengunjungi halaman profil bisnis. Pada fitur *highlight*, pengguna dapat menambahkan gambar dan video beserta teks

seperti testimoni, item menu, dan lainnya, sehingga pelaku bisnis dapat memanfaatkan fitur ini. Pada usaha bisnis, *highlight stories* dapat dimanfaatkan dengan baik untuk menampilkan informasi penting, mempromosikan produk, atau memperkenalkan berbagai aspek yang membangun citra usaha bisnis. *highlight stories* sangat berguna untuk menampilkan konten yang perlu diakses lebih lama, seperti menu, promosi, event, atau testimoni pelanggan. Dengan menggunakan fitur ini, usaha bisnis bisa memperkuat keterlibatan pelanggan dan memudahkan audiens untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan.