

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penciptaan Karya

Bisnis coffee shop kini menjadi tren di kalangan anak muda dan terus berkembang meskipun persaingannya ketat. Dengan modal yang realistis terjangkau, usaha ini tetap menarik karena fleksibel dalam sistem layanan dan dapat dijalankan di Lokasi strategis maupun secara online. Strategi promosi yang tepat, baik secara offline maupun digital, sangat penting untuk meningkatkan daya Tarik dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Oleh karena itu, karya ini dibuat untuk merancang konsep promosi visual yang mendukung branding dan pemasaran coffee shop secara efektif di era digital. (Angelia Wuisan, 2022) dalam hal ini peran teknologi yang semakin berkembang sangat mempengaruhi dalam bisnis usaha terutama pada usaha coffee shop.

Di era digital yang terus berkembang, media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam mempromosikan bisnis, memperluas jaringan, serta membangun komunikasi yang efektif antara pelaku usaha dan konsumen. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana interaksi sosial, tetapi telah menjadi platform strategis dalam kegiatan pemasaran digital. media promosi oleh berbagai pelaku usaha karena kemampuannya menjangkau audiens secara luas, cepat, dan interaktif. Melihat potensi tersebut, karya ini dibuat sebagai bentuk visualisasi strategi promosi melalui media sosial yang sesuai dengan karakteristik konsumen digital. Tujuannya adalah mendukung UMKM dalam menciptakan konten visual yang menarik dan komunikatif agar mampu bersaing di era digital. (Olivia, 2022)

Content creator mempunyai peran yang sangat penting dalam dunia bisnis, terutama untuk sektor UMKM. Kemajuan teknologi digital telah mendorong munculnya profesi content creator, yakni individu yang memanfaatkan platform media sosial untuk membuat konten yang menarik dan sesuai dengan minat audiens. Mereka berperan dalam membangun interaksi, memperluas jangkauan promosi produk, serta mendukung pertumbuhan ekonomi melalui kolaborasi bisnis dan strategi pemasaran digital. (Putri, 2024)

Tulisan ini akan mengulas Coffee shop Warung HL yang berlokasi di Gunungkidul, dengan menitikberatkan pada bagaimana mereka memanfaatkan peran content creator dalam strategi branding melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana kontribusi content creator dalam menghasilkan konten yang kreatif dan menarik, meningkatkan interaksi dengan audiens, serta memperluas jangkauan promosi Warung HL di platform digital. Dengan mengeksplorasi keterlibatan content creator dalam proses branding melalui media sosial, artikel ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang bermanfaat bagi para pelaku bisnis dan praktisi pemasaran, khususnya di industri Coffee shop maupun sektor lainnya yang menggunakan media sosial sebagai sarana utama dalam kegiatan promosi.

Oleh karena itu, penulis terdorong untuk mengeksplorasi lebih jauh mengenai bagaimana content creator berperan dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi. Dengan demikian, penelitian ini diberi judul "Peran Content Creator dalam Mempromosikan Produk UMKM warung HL melalui Media Sosial."

1.2 Manfaat Penciptaan Karya

1. Manfaat karya secara akademis :

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang komunikasi, pemasaran digital, dan ekonomi kreatif. Dengan membahas peran content creator dalam mempromosikan UMKM melalui media sosial, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, dosen, serta peneliti lain dalam memahami strategi promosi digital yang relevan dengan perkembangan teknologi saat ini. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memperkaya kajian akademik mengenai pemanfaatan media sosial sebagai alat branding dan promosi, serta membuka ruang diskusi lebih lanjut terkait kolaborasi antara pelaku usaha dan content creator dalam mendukung pertumbuhan sektor UMKM di Indonesia.

2. Manfaat karya secara praktis :

Penelitian ini bermanfaat bagi pelaku UMKM, khususnya Warung HL, dalam memahami cara efektif memanfaatkan content creator untuk promosi di media sosial. Selain itu, hasilnya dapat menjadi panduan bagi content creator dalam menciptakan konten yang menarik dan sesuai dengan tujuan promosi bisnis.

