

Kerjasama antara



Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia



Program Studi Ilmu Komunikasi

E-ISSN:
Volume 3
Nomor 1
Juni 2024

KONTEKSTUAL
Jurnal Ilmu Komunikasi
www.ubl.ac.id/kontekstual

PENGELOLAAN PESAN DIGITAL DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG (Studi Kasus Pada Instagram Cafe Wanowan Space Bandar Lampung)

Noning Verawati¹, Willian Djunizar², Hanindyalaila Pienrasmi³,
M. Denu Poyo⁴, Budhi Waskito⁵

¹⁻⁵ Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bandar Lampung

*Penulis korespondensi: Telpon. +6281392853835; e-mail: overdrive_limit2nd21@yahoo.com

Abstrak

Komunikasi digital dapat mendekatkan orang yang berbeda jarak. Dengan perkembangan komunikasi digital saat ini dapat menciptakan ide bisnis yang menguntungkan dengan membuat sebuah pesan digital di sebuah media sosial dengan harapan agar pesan tersebut dapat tersampaikan kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat dapat tertarik dan dapat menarik minat pengunjung. Dalam penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan pesan digital pada Cafe Wanowan Space Bandar Lampung dalam menarik minat pengunjung. Penelitian ini menggunakan metode dengan pendekatan deskriptif dengan teori *new media*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pengelolaan pesan digital Cafe Wanowan Bandar Lampung menggunakan teknik pengelolaan yang pesan bersifat *reward appeal* berupa memberikan promo kepada pengunjung, *humorous appeal* berupa memberikan pesan yang memiliki unsur humor, *motivational appeal* berupa pesan yang menyemangati pembaca, dan *emotional appeal* berupa pesan dibuat dengan unsur percintaan dan kekeluargaan.

Kata Kunci : Pengelolaan, Pesan, Digital

Abstrack

Digital communication can bring people from different distances closer. With the current development of digital communication, you can create profitable business ideas by creating a digital message on social media with the hope that this message can be conveyed to the public with the aim that the public will be interested and can attract visitors. In this study, the aim was to find out how to manage digital messages at Cafe Wanowan Space Bandar Lampung in attracting visitors. This research uses a qualitative descriptive approach with new media theory. The results of this study indicate that in managing digital messages Cafe Wanowan Bandar Lampung uses a management technique in which the message is reward appeal in the form of giving promos to visitors, humorous appeal in the form of giving messages that have elements of humor, motivational appeal in the form of messages that encourage readers, and emotional appeal in the form of messages made with elements of love and family.

Keywords: *Manage, Messages, Digital*

PENDAHULUAN

Media sosial khususnya instagram menjadi salah satu sosial yang paling populer di gunakanya oleh masyarakat. Instagram dipandang sebagai salah satu bentuk teknologi komunikasi yang dianggap mempunyai efektifitas dan efisiensi yang tidak kalah dengan media-media lainnya pada proses pengiriman pesan. Dalam dunia bisnis, media sosial seperti instagram menjadi salah satu ‘tools’ yang menjadi salah penopang utama keberhasilan dalam proses komunikasi pemasaran baik produk maupun jasa. Bahkan untuk menopang keberhasilan usaha, banyak orang yang secara serius membayar tim atau individu tertentu dalam melakukan perancangan pesan di instagram.

Perancangan pesan ini berkaitan erat dengan empat (empat) isu utama yang saling terkait satu sama lain. Isu yang pertama, apa yang ingin disampaikan, yang berfokus pada isi pesan. Isi pesan tersebut harus memiliki unsur daya tarik rasional, emosional, dan moral. Daya tarik rasional menekankan manfaat produk seperti kualitas, harga, kinerja. Isu kedua adalah bagaimana menyampaikan secara logis yang berfokus pada struktur pesan. Hal ini berkaitan dengan penarikan kesimpulan. Isu ketiga yaitu bagaimana menyampaikan secara simbolis yang berfokus pada format pesan. Hal tersebut menyangkut ilustrasi, warna, kata-kata, ukuran, dan tekstur. Isu keempat adalah siapa yang menyampaikannya yang berfokus pada sumber pesan yang menyangkut pada kredibilitas penyampaian pesan.

Dalam komunikasi pemasaran, peran pesan digital dalam menarik minat pengunjung sangat penting untuk memasarkan produk yang dijual, karena dengan penggunaan pesan digital yang baik akan berefek baik juga pada brand yang melakukannya. Pengelolaan pesan digital merupakan salah satu langkah yang menjadi kunci berhasil atau tidaknya program tersebut dalam menarik minat pengunjung. Pengelolaan pesan digital bukanlah sebuah hal baru dalam dunia bisnis. Dalam pengelolaan pesan dapat membantu seseorang atau pelaku bisnis dalam mempromosi produknya. Walaupun pesan digital dapat membantu sebuah bisnis dalam menjual produknya, tetapi tidak banyak pelaku usaha yang memanfaatkan pesan digital untuk meningkatkan minat pengunjung pada usahanya, berbeda dengan Cafe Wanowan Space yang

memanfaatkan pesan digital serta menggunakan beberapa unsur – unsur pesan dalam proses pembuatan pesan digital dalam menarik minat pengunjung serta Cafe Wanowan Space, sehingga jika pelaku pemasaran digital dapat memahami dengan baik hal-hal yang mendukung terciptanya pesan yang efektif maka akan menghasilkan pesan digital yang baik dan menarik. Dengan mengoptimalkan pesan digital dapat mempermudah seseorang untuk mencapai tujuannya tanpa halangan. Pesan digital juga selain dapat mempermudah dalam aspek bisnis, pesan digital juga dapat digunakan dalam aspek apapun seperti sarana pendidikan.

METODE PENELITIAN

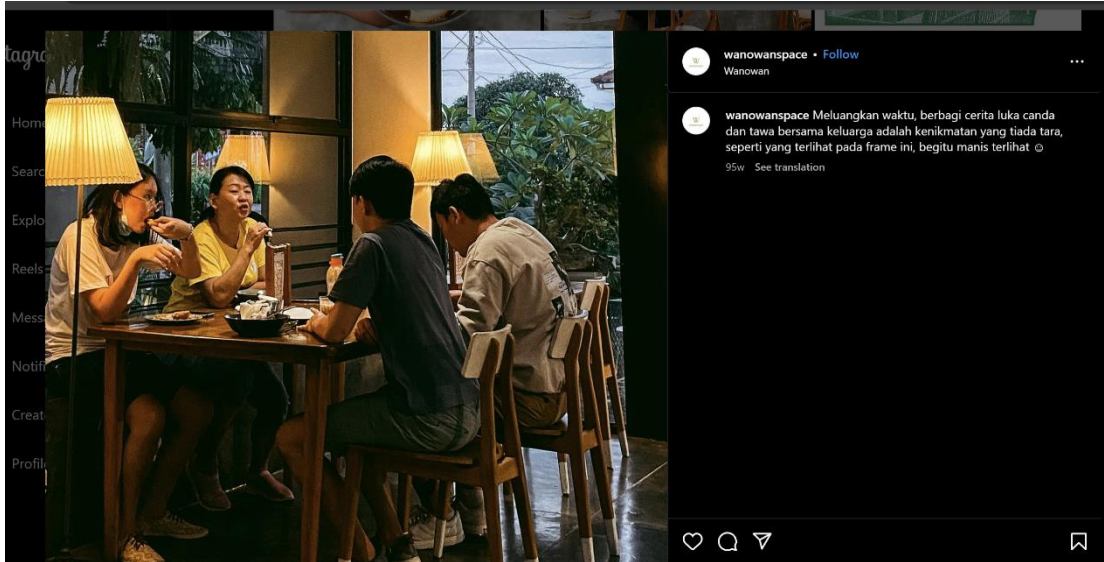
Dalam penelitian ini peneliti metode penelitian kualitatif. Menurut Husaini (2011:78), mengatakan bahwa penelitian kualitatif ini berupaya untuk memahami serta menafsirkan suatu kejadian interaksi tingkah laku manusia dalam suasana tertentu menurut perspektif peneliti itu sendiri. Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian dan bukan suatu eksperimen karena didalam penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu, hanya menggambarkan suatu keadaan atau gejala dengan apa adanya. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang mengumpulkan suatu informasi mengenai status tentang gejala yang ada yakni dengan apa adanya gejala saat melakukan penelitian tanpa berniat membuat suatu kesimpulan. Pada umumnya penelitian deskriptif ini sama sekali tidak dimaksudkan untuk menguji sebuah hipotesis (Hikmawati, 2017:88).

HASIL DAN PEMBAHASAN

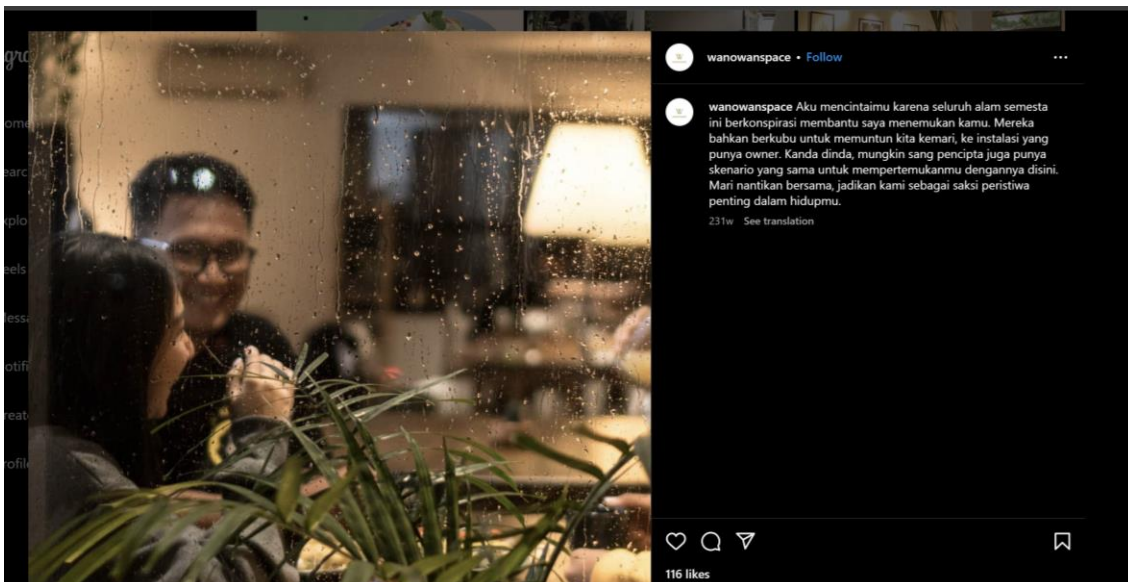
Pesan ‘Terkonsep’ dalam Pengelolaan Media Sosial Wanowan Cafe

Wanowan Cafe Space Bandar Lampung adalah cafe di Bandar Lampung yang mengusung konsep cafe sebagai cafe anak muda. Cafe ini didirikan dengan tujuan menjadi penampung kreatifitas anak muda Lampung yang ingin berkreasi dan menyalurkan ide-ide nya. Awalnya, pengelola cafe ini tidak begitu memperhatikan desain pesan yang akan disampaikan kepada followersnya. Pesan-pesan yang disampaikan umumnya hanya untuk memberikan informasi operasional semata. Akan tetapi, lambat laun, pengelolaan instagram ini semakin menjadi perhatian bagi pengelola cafe wanowan cafe space Bandar Lampung. Bahkan saat ini pengelola cafe wanowan menyampaikan informasi sesuai dengan visi dan misi yang mereka usung yaitu wanowan sebagai wadah penampung kreatifitas anak muda Lampung yang ingin berkreasi dan menyalurkan ide-ide nya.

Menurut Agung selaku manager operasional cafe wanowan space Bandar Lampung, pengelolaan pesan yang saat ini pihaknya lakukan telah memiliki konsep yaitu dengan mengusung tema keluarga dan percintaan. Tema ini dipilih karena menjadi tema yang paling populer. Selain itu, pengelolaan pesan yang dilakukan oleh pengelolanya dilengkapi dengan foto sebagai penguat informasi sebagai berikut:



Gambar 1. Konsep/tema postingan tentang keluarga



Gambar 2. Konsep tema percintaan cafe wanowan space

Secara umum, instagram menjadi salah satu media yang digandrungi oleh masyarakat untuk bisa menyampaikan informasi kepada followersnya. Karena dalam instagram memiliki banyak fitur yang lebih bermakna dan menarik seperti fitur hastag (#), location, judul, nametag, pin feed, instagram highlight, instagram shopping, instagram stories, instagram live, music di feed, insight, auto reply DM, dan berbagai aktifitas yang bisa dilakukan seperti follow, mentions, like dan comments secara langsung .

Teknik Pengelolaan Pesan Wanowan Cafe

Selama membuat pesan digital, pengelola pesan digital Cafe Wanowan Space Bandar Lampung menerapkan teknik penyusunan pesan bersifat persuasif. Hal ini bertujuan untuk mendapat sikap dan pendapat dari *followers* akun Instagram Cafe Wanowan Space. Ada beberapa cara atau teknik yang dilakukan oleh pengelola Cafe Wanowan Space Bandar Lampung sebagai berikut:

1. *Reward Appeal*

Reward appeal adalah proses penyusunan atau penyampian pesan dengan menawarkan janji-janji kepada khalayak. Dalam proses pembuatan pesan digital Cafe Wanowan Space Bandar Lampung, pernah mendesain pesan yang bersifat *reward appeal*. Hal ini sebetulnya umum dilakukan dalam dunia komunikasi pemasaran digital. *Reward appeal* dilakukan untuk ‘memancing’ ketertarikan konsumen atau cara pelanggan. Visual gambar *reward appeal* sebagai berikut:

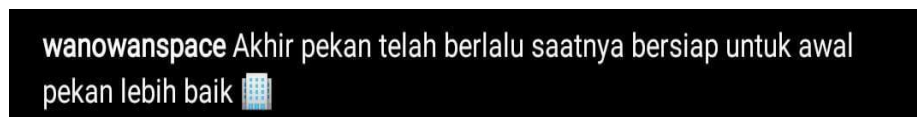


Gambar 3. Promo Cafe Wanowan

Menurut Agung, manager operasional cafe wanowan space Banda Lampung desain pesan ini tidak selalu digunakan dalam komunikasi pemasaran. Teknik *reward appeal* ini hanya digunakan pada waktu-waktu tertentu atau ketika event yang besar dan harus mendapatkan persetujuan pihak pemilik cafe wanowan.

2. *Motivational Appeal*

Desain pesan digital Cafe Wanowan Space Bandar Lampung juga dilakukan dengan teknik *motivational appeal*. Teknik ini melakukan penyusunan pesan yang dibuat bukan karena janji-janji, tetapi disusun untuk menumbuhkan internal psikologis khalayak sehingga mereka dapat mengikuti pesan-pesan tersebut. Para pengelola pesan digital di cafe wanowan melakukannya dengan menuliskan kata-kata yang bersifat untuk menyemangati para followernya dalam aktifitas. Seperti pada gambar berikut :



Gambar 4. Pesan *Motivational Appeal* Café Wanowan
(Sumber : Instagram Wanowan Space, 2023)

Pada gambar diatas merupakan pesan digital *motivational appeal* Cafe wanowan space Bandar Lampung. Menurut pengelola cafe wanowan Agung, pihaknya mengakui dengan memberikan pesan digital *motivational appeal* akan memberikan dampak positif bagi para pengikutnya. Teknik pengelolaan pesan digital ini biasa nya dilakukan pada awal dan akhir pekan.

3. *Humorous Appeal*

Selain *motivational appeal*, cafe wanowan space Bandar Lampung juga memanfaatkan desain pesan dengan teknik *humorous appeal*. *Humorous appeal* adalah teknik penyusunan pesan yang disertai humor, sehingga dalam penerimaan pesan khalayak tidak merasa jenuh. Dalam implementasinya, teknik ini jarang digunakan dalam pembuatan pesan digital pada akun Instagram Cafe Wanowan Space Bandar Lampung. Menurut Agung, manager operasional cafe wanowan Space Bandar Lampung mendesain pesan dengan teknik ini sulit dilakukan oleh tim pengelola instagram lantaran pihaknya tidak memiliki jiwa humoris sehingga dikhawatirkan pesan yang disampaikan dengan teknik *humorous appeal* tidak tersampaikan.

4. *Emotional Appeal*

Selama pembuatan pesan digital Cafe Wanowan Space Bandar Lampung juga membuat suatu pesan digital yang bersifat *emotional appeal*. *Emotional appeal* ialah cara penyusunan atau penyampian pesan dengan berusaha menggugah *emotional* khalayak. Dalam pengelolaan pesan digital di cafe wanowan space Bandar Lampung, pengelola selalu memilih tema tentang keluarga dan percintaan masa muda sebagai konsep utama dalam pesan digal di instagram, seperti pada gambar berikut :

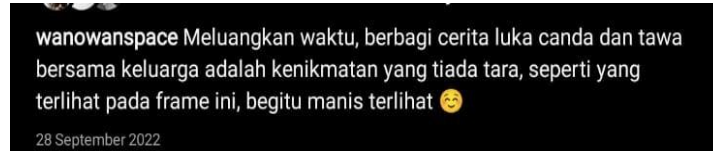
wanowanspace -WANQUESTION-

Kanda dinda, jika ini adalah sebuah film, mungkin ini adalah bagian sedih-nya, kamu yang selalu mengharapkan perhatiannya dan dia yang kerap mengabaikan dirimu. Lantas jika kesabaran tak menyadarkan, akankah kehilangan memberikan ilmu baru baginya? Atau mungkin ulun lampung punya pendapat lain? Mari berbagi sumbangsiah saran dan pendapatmu bersama kami.

Gambar 5 Pesan *Emotional Appeal* Cafe Wanowan

Pada gambar diatas merupakan pesan digital *emotional appeal* CafeWanowan SpacBandar Lampung. Dalam pesan tersebut terlihat jelas bahwa tema yang digunakan Cafe Wanowan Space adalah tentang percintaan. Dalam pesan tersebut juga memiliki cerita percintaan seseorang wanita ataupun pria yang mengharapkan perhatian dari pasangannya tetapi pasangannya kerap mengabaikannya, akankah kehilangan dapat memberikan ilmu baru bagi pasangannya. Menurut Agung, manager operasiona cafe wanowan space Banda Lampung pihaknya mengakui jika pengelolaan pesan dilakukan dengan kata atau kalimat yang menyetuh hati karena menurut pengelola anak anak muda menyukai kata kata dengan tema *emotional appeal*. Teknik ini dilakukan sebagai salah satu cara komunikasi pemasaran

untuk menarik perhatian pengikutnya atau calon konsumennya yang menunjukkan bahwa cafe wanowan adalah tempat yang ramah dan nyaman. Selain itu, dalam mengelola pesan digital pembuat pesan lebih cenderung menggunakan penyampain pesan dengan kata-kata yang menyentuh hati dan persuasif seperti pada gambar postingan insatagram berikut:



Gambar 6. Pesan Digital Wanowan

Dalam tekni penyusunan pesan bersifat persuasif. Model penyusunan pesan dengan teknik Fear Appear menjadi satu satunya teknik yang tidak dilakukan oleh pengelola pesan café wanowan space Bandar Lampung. Fear appear adalah teknik ialah metode penyusunan atau penyampaian pesan dengan menimbulkan rasa ketakutan kepada khalayak.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, peneliti mendapatkan kesimpulan mengenai bagaimana pengelolaan pesan digital dalam menarik minat pengunjung pada Cafe Wanowan Space Bandar Lampung yaitu proses pengelolaan pesan digital Cafe Wanowan Space Bandar Lampung dalam menarik minat pengunjung yaitu dengan memfoto sebanyak mungkin semua moment yang terjadidi Cafe Wanowan Space Bandar Lampung tersebut, setelah itu foto yang diambil akan di seleksi dan dipilih yang terbaik secara cahaya, keadaan, resolusi, fokus kamera. Setelah itu foto yang terpilih akan dibuatkan *caption* yang sesuai dengan moment foto dan dalam penulisan pesan digital Cafe Wanowan Bandar Lampung lebih cenderung menggunakan susunan kata-kata yang berfungsi dalam membentuk *emotional* pengunjung, karena Cafe Wanowan Bandar Lampung ingin menunjukkan kepada masyarakat bahwa Cafe Wanowan ini adalah sebuah cafe yang nyaman, terbuka, dan ramah dalam melayani pengunjungnya

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Anisti. (2020). *Komunikasi Digital Oral Visual Virtual*. Yogyakarta: Anom Pustaka.
- Aviolitasoma. (2017). *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Umbul Sewu Pengging Boyolali*. Surakarta.
- Budiyanto, R. d. (2004). *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Burhanuddin. (1994). *Analisis Administrasi, Manajemen dan Kepemimpinan*.

Jakarta: Bumi Aksara.

- Cangara, H. (2009). *Penghantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Cangara, H. (2016). *Penghantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: RajaGrafindo Persada.
- Effendy. (1984). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosda Karya. Effendy. (1993). *Komunikasi dan Praktek. Bandung, Remaja Pengantar Ilmu Komuniasi*. Jakarta: Grasindo Rosdakarya.
- Fikri. (2018). *Sejarah Media : Transformasi, Pemanfaatan, dan Tantangan*. Malang: UB Press.
- Gunarso. (1995). *Meningkatkan Minat Belajar Anak*. Jakarta: LPTK dan ISPI.
- Handyaningrat, S. (1997). *Penghantar Studi Administrasi dan Management*. Jakarta: Gunung Agung.
- Handoko. (1997). *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta.
- Hikmawati. (2017). *Metodelogi Penelitian*. Depok: Gaja Grafindo.
- Hurlock. (1995). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga. Kamisa.
- (1997). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Kartika.
- McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humunika. Morissan.
-(2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Ngalimun. (2017). *Ilmu Komunikasi Sebuah Penghantar Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Rakhmat, J. (1988). *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Salim, P. d. (2002). *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English Press.
- Sinar. (2012). *Teori & Analisis Wacana Pendekatan Linguistik Sistemik Fungsional*. Medan: Mit ra.
- Soyomukti, N. (2016). *Penghantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.
- Terry, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Usman, H. (2011). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.

Witherington. (1991). *Psikologi Pendidikan*, terj. M. Bukhori. Jakarta: Rineka Cipta.

JURNAL

Errivanh, R. &. (2018). Strategi Pesan PT. Air Mancur Pada Website Dalam Membangun Citra Peduli Kepada Masyarakat. *E-Journal*, <http://e-journal.uajy.ac.id/5313/1/JURNAL.pdf>.

Indah. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Undiknas*.

Sari, F. &. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Dan Keputusan Berkunjung. *Administrasibisnis*, <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/download/2231/2628>.

Setiawan, S. D. (2018). Pesan Pemasaran Senjata Untuk Membangun Digital Marketing. *Syntaxliterate*, <https://www.jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/653/1028>.

Yulianti. (2017). AKtivitas Pemilik Akun Instagram di Kota Palu yang Mengunggah Foto dengan #Ditunggudipalu. *Jurnal Online Kinesik*.

WEBSITE

Prawiro. (2020, Juni 01). *Pengertian Pesan Digital : Definisi, Sejarah, dan Manfaat Digitalisasi Bagi Manusia*. Retrieved from Maxmanroe: <https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-digital.html> (Diakses pada tanggal 21 Desember 2022 pukul 22.30)

Wahyuni. (2014, Oktober 28). *In-Depth Interview (Wawancara Mendalam)*. Retrieved from Binus: <https://qmc.binus.ac.id/2014/10/28/in-depth-interview-wawancara-mendalam> (Diakses pada tanggal 20 Desember 2022 pukul 21.30)