

## Lampiran 1. Hasil Observasi

1. Objek observasi :
- a) Tempat : Mie Padeh Lasuah
- b) Alamat : Gg. Swadaya No. 33, Campago Ipuh, Kec.  
Mandiingin Koto Selayan, Kota Bukittinggi,  
Sumatera Barat 26137
2. Aspek yang diobservasi :

No.	Aspek yang Diamati	Ada	Tidak Ada
1.	<i>Content Creation</i>	✓	
2.	<i>Content Sharing</i>	✓	
3.	<i>Connecting</i>	✓	
4.	<i>Community Building</i>	✓	

## Lampiran 2. Transkrip Hasil Wawancara

Identitas Narasumber Pihak Mie Padeh Lasuah

Nama : Muhammad Nabil  
 Jenis Kelamin : Laki – Laki  
 Jabatan/Pekerjaan : Pemilik dari usaha Mie Padeh Lasuah  
 Alamat : Gg. Swadaya No. 33, Campago Ipuh, Kec. Mandiangin  
 Koto Selayan, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat 26137

Peneliti	<i>Bismillahirrahmanirrahim. Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.</i>
Narasumber	<i>Wa'alaikumus salam wa rahmatullahi wabarakatuh.</i>
Peneliti	Selamat malam Bapak, perkenalkan nama saya Muhammad Zaki Nindri dari Universitas Pendidikan Indonesia jurusan Kewirausahaan. Sebelumnya, terima kasih Bapak Nabil sudah memberikan izin beserta kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian pada Mie Padeh Lasuah yang merupakan usaha kuliner milik Bapak.
Narasumber	Iya, sama – sama.
Peneliti	Penelitian saya akan meneliti tentang strategi <i>digital marketing</i> menggunakan analisis <i>social media marketing</i> yang diterapkan pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah. Untuk mengefektifkan waktu, langsung saja ya pak, mungkin bisa dimulai dengan sejarah dari berdirinya usaha Mie Padeh Lasuah ini pak.
Narasumber	Baik, Mie Padeh Lasuah ini sudah ada sejak September 2019, nama Mie Padeh Lasuah ini berasal dari bahasa minang yang mempunyai arti mie pedas yang asik. Pada waktu itu, saya belum memiliki pekerjaan tetap dan ingin sekali punya pekerjaan agar memiliki pendapatan. Dan pada tahun itu masyarakat sekitar gemar mengonsumsi mie pedas, mungkin dikarenakan mie korea yang baru ramai pada waktu itu, namun karena di sumatera ya, jadi

Muhammad Zaki Nindri, 2023  
**ANALISIS PENGGUNAAN SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM PADA MIE PADEH LASUAH KOTA BUKITTINGGI**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	<p>distribusi kesini itu sedikit terlambat. Jadi para pengusaha membuatlah inovasi mie pedas, agar masyarakat sekitar dapat merasakan bagaimana sensasi mie pedas. Ada salah satu pengusaha yang berinovasi dengan membuka kedai mie pedas itu, dalam waktu singkat, ramai, dan langsung memiliki 3 cabang. Kebetulan, saya juga pecinta pedas orangnya, dan penasaran ingin mencicipi rasa mie pedas itu. Namun pas saya kesana, walaupun mie nya memang enak, tapi seperti ada yang kurang gitu, mereka hanya menjual mie pedas dengan varian level saja. Saya kepikiran ingin membuka warung mie pedas juga namun dengan menambahkan varian <i>topping</i> seperti bakso, nugget, sosis, telur dan nasi yang bisa dinikmati calon konsumen, di hitung – hitung juga saya pecinta pedas, hahaha.</p>
Peneliti	<p>Berarti bapak kepikiran untuk membuka usaha ini dikarenakan pada saat itu memang lagi ramai ya pak, usaha mie pedas ini? Dan bapak melakukan inovasi dengan menambahkan varian <i>topping</i> pada mie pedas bapak. Bagaimana untuk pengelolanya pak? Terutama pada media sosial Instagramnya?</p>
Narasumber	<p>Pada awal berdiri semua saya kerjakan sendiri, namun, makin kesini Alhamdulillah semakin berkembang dan ramai pelanggan, sehingga saya merekrut karyawan dan membagi tugas dengan karyawan saya. Ada yang mengelola Instagram, bantu saya membuat mie, mengantarkan pesanan, dan kasir. Namun, kami masih banyak melakukan penjualan secara <i>offline</i>, dan pada Instagram itu belum mengerti pemasaran yang baiklah pada Instagram, sehingga masih sedikit konten yang ada pada Instagram Mie Padeh Lasuah. Penjualan dari Instagrampun juga menurun hingga sekarang, pada tahun 2019 terjual hanya sebanyak 26 pcs, mungkin karena baru merintis ya, lalu sempat naik pada tahun 2020 terjual sebanyak 167 pcs, pada saat itu karena pandemi covid-19 ya, jadi orang – orang pada di rumah saja, pesan melalui <i>online</i>, jadi</p>

	<p>lumayan lah waktu tahun 2020 itu. Pada tahun 2021, turun lagi terjual hanya sebanyak 78 pcs. Terakhir taun kemarin 2022, nurun, penjualannya hanya 33 pcs dari Instagram. Jadi belum sesuai yang saya harapkanlah penjualan pada Instagramnya.</p>
Peneliti	<p>Apakah bapak ingin memfokuskan pada <i>digital marketing</i> seperti penjualan melalui Instagramnya pak?</p>
Narasumber	<p>Betul. Saya ingin lebih menggapai banyak calon pelanggan.</p>
Peneliti	<p>Apakah Media Sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah memiliki logo pak?</p>
Narasumber	<p>Alhamdulillah sudah, waktu itu saya yang membuat logonya dan memiliki makna. Terdapat kata MPL yang merupakan singkatan dari Mie Padeh Lasuah, Mie Padeh Lasuah dibawah kata MPL itu memnggambarkan identitas atau nama usaha saya yang memiliki arti Mie Pedas Asik. Gambar mie didalam mangkuk beserta sumpit melambangkan produk yang di jual Mie Padeh Lasuah yaitu mie. Warna merah pada latar logo memiliki kesamaan dengan warna cabai yaitu merah, ini memiliki arti karna ya usaha saya menjual mie dengan tingkatan kepedasan level. Warna kuning pada mangkok dan sumpit memiliki makna kegembiraan dan harapan, saya berharaplah agar bisnis ini dapat selalu berkembang dan dapat membawa kegembiraan bagi konsumen yang mengonsumsinya.</p>
Peneliti	<p>Wah, bagus sekali ya pak, untuk pemilihan warna dan makna pada logonya. Apakah usaha Mie Padeh Lasuah ini sudah mempunyai visi dan misi pak?</p>
Narasumber	<p>Sudah ada, visinya menjadikan usaha saya ini sebagai tempat makanan pedas yang memiliki ciri khas pedas tersendiri bagi pembelinya. Sedangkan untuk misinya yaitu mengutamakan kualitas makanan, bahan baku serta pelayanan. Lalu, mengembangkan usaha pada media sosial dan di beberapa tempat seperti buka cabang lah. Terakhir, dapat menumbuhkan pengetahuan tentang pengolahan dan keterampilan makanan</p>

	terutama makanan pedas.
Peneliti	Baik pak, untuk alamat lengkap Mie Padeh Lasuah dimana ya pak?
Narasumber	Untuk alamat lengkapnya di Gg. Swadaya No. 33, Campago Ipuh, Kec. Mandiangin Koto Selayan, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat.
Peneliti	Bagaimana struktur organisasi pada Mie Padeh Lasuah ini pak?
Narasumber	Totalnya ada 3 karyawan, tapi itu ya masih nyampur kerjanya, belum terlalu ada pembagian yang jelas. Semua juga masih dibantu oleh saya.
Peneliti	Untuk penjualan pada Instagram sendiri dari tahun pertahunnya berapa ya pak?
Narasumber	Pada tahun 2019 itu terjual hanya terjual sebanyak 26 pcs, tapi pada tahun 2020 meningkat terjual hingga 167 pcs. Untuk takaran pertahun masih sangat sedikit lah itu menurut saya, belum pada tahun 2021 turun menjadi 78 pcs dan terakhir pada tahun kemarin 2022 juga menurun jadi hanya 33 pcs produk yang terjual melalui Instagram.
Peneliti	Apakah sudah menerapkan strategi <i>digital marketing</i> untuk memasarkan produk Mie Padeh Lasuah pada media sosial Instagram pak?
Narasumber	Untuk pemasarannya sih, hanya sebatas yang saya tau saja, belum menerapkan strategi tertentu pada penjualan pada Instagramnya.
Peneliti	Bagaimana konten pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah dibuat?
Narasumber	Pada saat membuat konten, terakhir kali pada bulan Desember 2020 ya itu kalau ga salah. Konten yang dibuat di Instagram masih sangat jarang sebenarnya, terakhirpun itu dibuat untuk mengisi kekosongan <i>feed</i> Instagram Mie Padeh Lasuah saja. Dikarenakan semenjak dibuat pada tahun 2019, belum ada postingan apapun di Instagramnya. Biasanya pembelian melalui Instagram kita melakukan promosi melalui <i>Instastory</i> saja, yang saya <i>repost</i> melalui akun pribadi saya. Konten pada <i>Instastory</i> juga masih

	seadanya saja, seperti menampilkan menu dari Mie Padeh Lasuah.
Peneliti	Apakah konten pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah memiliki ide dan konsep yang jelas?
Narasumber	Untuk ide dan konsep mungkin belum, masih berupa postingan menu level 5 nya saja pada Instagram. Dan juga pada sorotan profil Instagram, kami melakukan <i>repost story</i> apabila ada konsumen yang mengupload tentang kami pada Instagramnya. Kami juga meminta izin untuk mengambil foto para konsumen yang sudah membeli produk kami, dan menjadikannya testimoni pada sorotan profil Instagram kami. Mungkin hanya sebatas itu ide dan konsep dari Instagram Mie Padeh Lasuah.
Peneliti	Menurut bapak, apakah konten pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah sesuai dengan target pasar?
Narasumber	Menurut saya belum ya, dikarenakan penjualan pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah itu sangat sepi dan menurun tiap tahunnya. Apalagi jarang sekali kami membuat konten pada media sosial Instagramnya.
Peneliti	Baik bapak, selanjutnya apakah pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah ini, sudah memanfaatkan semua fitur pada media sosial Instagram dalam membuat konten?
Narasumber	Belum, karena postingan pada <i>feed</i> media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah ini memang masih sangat sedikit, yaitu enam postingan sejak tahun 2020 dan kami lebih dominan menggunakan <i>story</i> Instagram saja dalam hal pembuatan konten.
Peneliti	Berarti fitur pembuatan konten yang ada pada media sosial Instagram seperti <i>live</i> dan <i>reels</i> belum dimanfaatkan ya pak?
Narasumber	Belum, bahkan pada sorotan profil Instagramnya masih berisi testimoni saja.
Peneliti	Apakah konten pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah memiliki tema warna yang jelas?
Narasumber	Kalau tema warna, sudah, pada Instagramnya itu menggunakan

	tema api yang melambangkan produk dari kami panas atau pedas. Dan memiliki warna merah, yang mendefinisikan cabai. Serta ada warna kuningnya yang memiliki makna kegembiraan dan harapan. Sedikit warna putih untuk melambangkan suci atau bersih yang memiliki arti bahwa proses produksi Mie Padeh Lasuah ini terjamin kebersihannya.
Peneliti	Apakah sudah memiliki jadwal yang terstruktur ya pak pada pembuatan konten di media sosial Instagramnya?
Narasumber	Belum.
Peneliti	Apakah ada pembeda konten pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah dengan usaha sekitar yang sejenis pak?
Narasumber	Sepertinya belum ada, dikarenakan konten yang dibuat pada Instagram Mie Padeh Lasuah, hanya pada <i>story</i> nya saja. Ada usaha setempat yang sejenis rutin mengupload konten pada <i>feed</i> Instagramnya, postingannya mungkin berupa produk mereka.
Peneliti	Oke bapak, apakah ada hambatan dalam membuat konten pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah pak?
Narasumber	Mungkin keterbatasan ide dan konten ya, bingung saya bagaimana cara membuat konten secara rutin dan pemasaran yang baik pada media sosial Instagram itu bagaimana.
Peneliti	Apakah sudah memperhatikan <i>copywriting</i> dan desain konten sebelum membagikan sebuah konten?
Narasumber	Biasanya untuk penulisan pada konten sudah saya perhatikan sebelum di bagikan, tapi untuk desain belum terlalu memperhatikan sih.
Peneliti	Selanjutnya, apakah sudah mengetahui tempat dan format konten yang disukai target konsumen?
Narasumber	Belum. Mungkin karena kurangnya interaksi konten yang kami sajikan pada media sosial Instagram.
Peneliti	Apakah sudah melakukan tinjauan ulang terhadap konsep konten agar tepat sasaran?

Narasumber	Kurang tau, karena kami membagikan konten kebanyakan hanya menu dan testimoni saja.
Peneliti	Apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah menentukan waktu dalam memposting atau membagikan konten?
Narasumber	Belum, biasanya mengupload konten pada story Instagram disaat pembeli <i>offline</i> sepi saja.
Peneliti	Apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah menggunakan fitur berbayar dalam memasarkan produk?
Narasumber	Belum, pernah ingin coba, namun karena keterbatasan pengetahuan saya dan biaya, makanya belum menggunakan fitur berbayar pada media sosial Instagramnya.
Peneliti	Apakah sudah meninjau jangkauan dari konten yang sudah di bagikan?
Narasumber	Belum.
Peneliti	Bagaimana cara mendorong dan mengoptimalkan konten agar target konsumen berbagi konten media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah secara sukarela?
Narasumber	Sejauh ini mungkin dengan cara melakukan <i>repost story</i> konsumen yang membahas mengenai kami dan meminta izin untuk mengambil foto konsumen untuk di jadikan testimoni pada sorotan profil.
Peneliti	Apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah melakukan <i>endorse</i> kepada <i>influencer</i> ?
Narasumber	Belum, mungkin sama seperti fitur berbayar tadi, karena keterbatasan biaya.
Peneliti	Apa strategi yang digunakan pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah dalam memperluas jangkauan target konsumen?
Narasumber	Sejauh ini mungkin dengan hanya memposting dan melakukan <i>tag</i> kepada konsumen, sehingga harapan kami dapat menjangkau pengikut Instagram dari konsumen yang mengupload tentang kami pada <i>storynya</i> .

Peneliti	Apakah strategi yang digunakan pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah dalam meningkatkan follower dan insight?
Narasumber	Mungkin, masih sama dengan yang tadi ya, strategi yang digunakan masih berupa harapan dari pengikut Instagram konsumen yang melakukan <i>post</i> mengenai kami.
Peneliti	Apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah melakukan <i>repost</i> untuk menjaga hubungan dan mengapresiasi customer?
Narasumber	Sudah. Itu satu-satunya strategi yang kami lakukan untuk membuat konten dan memenuhi sorotan pada profil kami.
Peneliti	Apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah mengetahui fitur apa yang disukai target konsumen untuk berinteraksi?
Narasumber	Menurut saya, fitur <i>repost</i> ini cukup disukai, karena lumayan banyak pembeli dari pengikut konsumen yang mengupload tentang kami. Dan mereka merasa senang saat kami posting pada media sosial Instagram kami. Namun, menurut saya hal tersebut masih kurang.
Peneliti	Apakah pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah melayani dan berkomunikasi dengan baik dengan target konsumen?
Narasumber	Mungkin masih seadanya, belum terlalu memperhatikan tata cara bicara pada Instagramnya.
Peneliti	Lalu, Apakah pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah menerima masukan atau kritik dari konsumen?
Narasumber	Sudah, namun saya merasa belum semua konsumen yang memberikan masukan dan kritikan.
Peneliti	Apakah ada hambatan dalam berinteraksi kepada target konsumen dalam media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah?
Narasumber	Mungkin kalau malam ya, atau saat sibuk melayani pembeli <i>offline</i> kami suka telat membalas pesan yang ada pada Instagram, belum memaksimalkan fitur pada Instagram untuk berinteraksi dengan

	calon konsumen.
Peneliti	Bagaimana cara mengatasi apabila ada hambatan atau kritikan pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah?
Narasumber	Untuk mengatasi kami yang lama membalas pesan sejauh ini kami berupaya untuk membalas secepatnya, lalu meminta maaf kepada calon konsumen, tapi ya kadang kalau terlalu lama, pesannya batal. Untuk kritikan, kami terima dan berusaha untuk memperbaiki yang salah dari usaha kami.
Peneliti	Apakah sudah memiliki strategi untuk membangun hubungan secara berkelanjutan dengan target konsumen pada media sosial Instagram?
Narasumber	Mungkin dengan melakukan <i>followback</i> kepada konsumen kami, sehingga membangun hubungan berkelanjutan, tapi ya hanya sekedar itu saja. Tidak ada strategi yang lebih lanjut.
Peneliti	Apakah ada strategi untuk membangun komunitas atau relasi dengan konsumen?
Narasumber	Kami menyediakan promo beli 10 pcs gratis satu produk, tapi ya biasanya untuk pembelian <i>offline</i> , berlaku juga untuk orang yang beli lewat Instagram, tapi belum ada kejelasan pada Instagramnya mengenai promosi tersebut.
Peneliti	Apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah membuat dan membangun komunitasnya sendiri?
Narasumber	Belum.
Peneliti	Apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah memiliki sebutan tertentu terhadap follower atau target konsumen agar lebih dekat?
Narasumber	Belum, biasanya berupa panggilan formal saja seperti kak, bang ataupun gan.
Peneliti	Berarti belum memiliki strategi untuk membangun komunitas yang berinteraksi aktif di media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah karena belum memiliki komunitas ya pak?

Narasumber	Iya, betul.
Peneliti	Selanjutnya, apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah membangun relasi dengan suatu komunitas?
Narasumber	Untuk membangun relasi dengan suatu komunitas atau grup sih, yaa belum ada juga.
Peneliti	Apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah melakukan komunikasi rutin untuk membangun relasi dengan <i>follower</i> atau target konsumen?
Narasumber	Mungkin berupa <i>repost story</i> tadi saja kalau komunikasi dengan konsumen, untuk membangun relasi lebih lanjut sih, belum.
Peneliti	Apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah memperluas relasi agar dapat memperoleh informasi dan wawasan dari target konsumen?
Narasumber	Untuk memperluas relasi, seperti yang saya bilang tadi paling dari pengikut konsumen yang mengupload <i>story</i> mengenai kami. Tapi untuk memperoleh informasi dan wawasan mengenai target konsumen kami, belum.
Peneliti	Dikarenakan belum memiliki komunitas, berarti bapak belum mengetahui tolak ukur kesuksesan serta bagaimana cara mengelola konflik atau perbedaan pendapat pada suatu komunitas pada media sosial Instagram pak?
Narasumber	Iya, betul. Saya belum mengetahuinya.
Peneliti	Oke, Baik pak, sudah selesai dan berakhir sesi wawancara beserta pertanyaan dari saya. Terima kasih atas waktu dan jawabannya pak. Apakah dari bapak ada yang ingin tanyakan atau sampaikan sebelum kita tutup?
Narasumber	Tidak ada, semoga mendapatkan hasil yang terbaik.
Peneliti	Aamiin bapak, terima kasih sekali lagi ya pak, saya tutup dan izin pamit, <i>Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh</i> .
Narasumber	Iya, sama – sama. <i>Wa'alaikumus salam wa rahmatullahi wabarakatuh</i> .

### Lampiran 3. Hasil *Coding*/Tabulasi Wawancara Narasumber

No.	Transkrip Wawancara	<i>Coding</i>
1.	<p>Peneliti : Bismillahirrahmanirrahim. Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.</p> <p>Narasumber : Wa'alaikumus salam wa rahmatullahi wabarakatuh.</p> <p>Peneliti : Selamat malam Bapak, perkenalkan nama saya Muhammad Zaki Nindri dari Universitas Pendidikan Indonesia jurusan Kewirausahaan. Sebelumnya, terima kasih Bapak Nabil sudah memberikan izin beserta kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian pada Mie Padeh Lasuah yang merupakan usaha kuliner milik Bapak.</p> <p>Narasumber : Iya, sama – sama.</p>	<p>Memberi salam, memperkenalkan diri dan memberitahukan maksud dan tujuan.</p>
2.	<p>Peneliti : Penelitian saya akan meneliti tentang strategi digital marketing menggunakan analisis social media marketing yang diterapkan pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah. Untuk mengefektifkan waktu, langsung saja ya pak, mungkin bisa dimulai dengan sejarah dari berdirinya usaha Mie Padeh Lasuah ini pak.</p> <p>Narasumber : Baik, Mie Padeh Lasuah ini sudah ada sejak September 2019, nama Mie Padeh Lasuah ini berasal dari bahasa minang yang mempunyai arti mie pedas yang asik. Pada waktu itu, saya belum memiliki pekerjaan tetap dan ingin sekali punya pekerjaan agar memiliki pendapatan. Dan pada tahun itu masyarakat sekitar gemar mengonsumsi mie pedas, mungkin dikarenakan mie korea yang baru ramai pada waktu itu, namun karena di</p>	<p>Sejarah berdirinya Mie Padeh Lasuah dan gambaran tentang strategi <i>digital marketing</i> pada media sosial Instagram.</p>

sumatera ya, jadi distribusi kesini itu sedikit terlambat. Jadi para pengusaha membuatlah inovasi mie pedas, agar masyarakat sekitar dapat merasakan bagaimana sensasi mie pedas. Ada salah satu pengusaha yang berinovasi dengan membuka kedai mie pedas itu, dalam waktu singkat, ramai, dan langsung memiliki 3 cabang. Kebetulan, saya juga pecinta pedas orangnya, dan penasaran ingin mencicipi rasa mie pedas itu. Namun pas saya kesana, walaupun mie nya memang enak, tapi seperti ada yang kurang gitu, mereka hanya menjual mie pedas dengan varian level saja. Saya kepikiran ingin membuka warung mie pedas juga namun dengan menambahkan varian *topping* seperti bakso, nugget, sosis, telur dan nasi yang bisa dinikmati calon konsumen, di hitung – hitung juga saya pecinta pedas, hahaha.

Peneliti : Berarti bapak kepikiran untuk membuka usaha ini dikarenakan pada saat itu memang lagi ramai ya pak, usaha mie pedas ini? Dan bapak melakukan inovasi dengan menambahkan varian *topping* pada mie pedas bapak. Bagaimana untuk pengelolanya pak? Terutama pada media sosial Instagramnya?

Narasumber : Pada awal berdiri semua saya kerjakan sendiri, namun, makin kesini Alhamdulillah semakin berkembang dan ramai pelanggan, sehingga saya merekrut karyawan dan membagi tugas dengan karyawan saya. Ada yang mengelola Instagram, bantu saya membuat mie, mengantarkan pesanan, dan kasir. Namun, kami masih banyak melakukan penjualan secara offline,

	<p>dan pada Instagram itu belum mengerti pemasaran yang baiklah pada Instagram, sehingga masih sedikit konten yang ada pada Instagram Mie Padeh Lasuah. Penjualan dari Instagrampun juga menurun hingga sekarang, pada tahun 2019 terjual hanya sebanyak 26 pcs, mungkin karena baru merintis ya, lalu sempat naik pada tahun 2020 terjual sebanyak 167 pcs, pada saat itu karena pandemi covid-19 ya, jadi orang – orang pada di rumah saja, pesan melalui <i>online</i>, jadi lumayan lah waktu tahun 2020 itu. Pada tahun 2021, turun lagi terjual hanya sebanyak 78 pcs. Terakhir taun kemarin 2022, nurun, penjualannya hanya 33 pcs dari Instagram. Jadi belum sesuai yang saya harapkanlah penjualan pada Instagramnya.</p> <p>Peneliti : Apakah bapak ingin memfokuskan pada digital marketing seperti penjualan melalui Instagramnya pak?</p> <p>Narasumber : Betul. Saya ingin lebih menggapai banyak calon pelanggan.</p> <p>Peneliti : Apakah Media Sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah memiliki logo pak?</p> <p>Narasumber : Alhamdulillah sudah, waktu itu saya yang membuat logonya dan memiliki makna. Terdapat kata MPL yang merupakan singkatan dari Mie Padeh Lasuah, Mie Padeh Lasuah dibawah kata MPL itu memnggambarkan identitas atau nama usaha saya yang memiliki arti Mie Pedas Asik. Gambar mie didalam mangkuk beserta sumpit melambangkan produk yang di jual Mie Padeh Lasuah yaitu mie. Warna merah pada latar logo memiliki kesamaan dengan warna cabai yaitu</p>	
--	--	--

Muhammad Zaki Nindri, 2023

*ANALISIS PENGGUNAAN SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM PADA MIE PADEH LASUAH KOTA BUKITTINGGI*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	<p>merah, ini memiliki arti karna ya usaha saya menjual mie dengan tingkatan kepedasan level. Warna kuning pada mangkok dan sumpit memiliki makna kegembiraan dan harapan, saya berharaplah agar bisnis ini dapat selalu berkembang dan dapat membawa kegembiraan bagi konsumen yang mengonsumsinya.</p> <p>Peneliti : Wah, bagus sekali ya pak, untuk pemilihan warna dan makna pada logonya. Apakah usaha Mie Padeh Lasuah ini sudah mempunyai visi dan misi pak?</p> <p>Narasumber : Sudah ada, visinya menjadikan usaha saya ini sebagai tempat makanan pedas yang memiliki ciri khas pedas tersendiri bagi pembelinya. Sedangkan untuk misinya yaitu mengutamakan kualitas makanan, bahan baku serta pelayanan. Lalu, mengembangkan usaha pada media sosial dan di beberapa tempat seperti buka cabang lah. Terakhir, dapat menumbuhkan pengetahuan tentang pengolahan dan keterampilan makanan terutama makanan pedas.</p> <p>Peneliti : Baik pak, untuk alamat lengkap Mie Padeh Lasuah dimana ya pak?</p> <p>Narasumber : Untuk alamat lengkapnya di Gg. Swadaya No. 33, Campago Ipuh, Kec. Mandiangin Koto Selayan, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat.</p> <p>Peneliti : Bagaimana struktur organisasi pada Mie Padeh Lasuah ini pak?</p> <p>Narasumber : Totalnya ada 3 karyawan, tapi itu ya masih nyampur kerjanya, belum terlalu ada pembagian yang jelas. Semua juga masih dibantu oleh saya.</p>	
--	--	--

	<p>Peneliti : Untuk penjualan pada Instagram sendiri dari tahun pertahunnya berapa ya pak?</p> <p>Narasumber : Pada tahun 2019 itu terjual hanya terjual sebanyak 26 pcs, tapi pada tahun 2020 meningkat terjual hingga 167 pcs. Untuk takaran pertahun masih sangat sedikit lah itu menurut saya, belum pada tahun 2021 turun menjadi 78 pcs dan terakhir pada tahun kemarin 2022 juga menurun jadi hanya 33 pcs produk yang terjual melalui Instagram.</p> <p>Peneliti : Apakah sudah menerapkan strategi digital marketing untuk memasarkan produk Mie Padeh Lasuah pada media sosial Instagram pak?</p> <p>Narasumber : Untuk pemasarannya sih, hanya sebatas yang saya tau saja, belum menerapkan strategi tertentu pada penjualan pada Instagramnya.</p>	
3.	<p>Peneliti : Bagaimana konten pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah dibuat?</p> <p>Narasumber : Pada saat membuat konten, terakhir kali pada bulan Desember 2020 ya itu kalau ga salah. Konten yang dibuat di Instagram masih sangat jarang sebenarnya, terakhirpun itu dibuat untuk mengisi kekosongan feed Instagram Mie Padeh Lasuah saja. Dikarenakan semenjak dibuat pada tahun 2019, belum ada postingan apapun di Instagramnya. Biasanya pembelian melalui Instagram kita melakukan promosi melalui Instastory saja, yang saya repost melalui akun pribadi saya. Konten pada Instastory juga masih seadanya saja, seperti menampilkan menu dari Mie Padeh Lasuah.</p> <p>Peneliti : Apakah konten pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah memiliki ide</p>	<p>Deskripsi tentang <i>content creator</i> yang dimiliki pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah. Memiliki konten pada Instagramnya, namun masih sedikit. Ide dan konsep pada konten masih terbatas, dan konten belum menyesuaikan dengan target</p>

<p>dan konsep yang jelas?</p> <p>Narasumber : Untuk ide dan konsep mungkin belum, masih berupa postingan menu level 5 nya saja pada Instagram. Dan juga pada sorotan profil Instagram, kami melakukan repost story apabila ada konsumen yang mengupload tentang kami pada Instagramnya. Kami juga meminta izin untuk mengambil foto para konsumen yang sudah membeli produk kami, dan menjadikannya testimoni pada sorotan profil Instagram kami. Mungkin hanya sebatas itu ide dan konsep dari Instagram Mie Padeh Lasuah.</p> <p>Peneliti : Menurut bapak, apakah konten pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah sesuai dengan target pasar?</p> <p>Narasumber : Menurut saya belum ya, dikarenakan penjualan pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah itu sangat sepi dan menurun tiap tahunnya. Apalagi jarang sekali kami membuat konten pada media sosial Instagramnya.</p> <p>Peneliti : Baik bapak, selanjutnya apakah pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah ini, sudah memanfaatkan semua fitur pada media sosial Instagram dalam membuat konten?</p> <p>Narasumber : Belum, karena postingan pada feed media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah ini memang masih sangat sedikit, yaitu enam postingan sejak tahun 2020 dan kami lebih dominan menggunakan story Instagram saja dalam hal pembuatan konten.</p> <p>Peneliti : Berarti fitur pembuatan konten yang ada pada media sosial Instagram seperti <i>live</i> dan</p>	<p>pasar Instagram Mie Padeh Lasuah. Mie Padeh Lasuah juga belum memanfaatkan semua fitur pada Instagram dalam membuat konten. Pemilihan warna pada konten Instagram Mie Padeh Lasuah sudah baik, namun belum memiliki jadwal yang terstruktur dan pembeda dengan usaha sekitar yang sejenis pada konten Instagram Mie Padeh Lasuah.</p>
---	--

	<p><i>reels</i> belum dimanfaatkan ya pak?</p> <p>Narasumber : Belum, bahkan pada sorotan profil Instagramnya masih berisi testimoni saja.</p> <p>Peneliti : Apakah konten pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah memiliki tema warna yang jelas?</p> <p>Narasumber : Kalau tema warna, sudah, pada Instagramnya itu menggunakan tema api yang melambangkan produk dari kami panas atau pedas. Dan memiliki warna merah, yang mendefinisikan cabai. Serta ada warna kuningnya yang memiliki makna kegembiraan dan harapan. Sedikit warna putih untuk melambangkan suci atau bersih yang memiliki arti bahwa proses produksi Mie Padeh Lasuah ini terjamin kebersihannya.</p> <p>Peneliti : Apakah sudah memiliki jadwal yang terstruktur ya pak pada pembuatan konten di media sosial Instagramnya?</p> <p>Narasumber : Belum.</p> <p>Peneliti : Apakah ada pembeda konten pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah dengan usaha sekitar yang sejenis pak?</p> <p>Narasumber : Sepertinya belum ada, dikarenakan konten yang dibuat pada Instagram Mie Padeh Lasuah, hanya pada story nya saja. Ada usaha setempat yang sejenis rutin mengupload konten pada feed Instagramnya, postingannya mungkin berupa produk mereka.</p> <p>Peneliti : Oke bapak, apakah ada hambatan dalam membuat konten pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah pak?</p> <p>Narasumber : Mungkin keterbatasan ide dan</p>	
--	---	--

	<p>konten ya, bingung saya bagaimana cara membuat konten secara rutin dan pemasaran yang baik pada media sosial Instagram itu bagaimana.</p>	
4.	<p>Peneliti : Apakah sudah memperhatikan <i>copywriting</i> dan desain konten sebelum membagikan sebuah konten?</p> <p>Narasumber : Biasanya untuk penulisan pada konten sudah saya perhatikan sebelum di bagikan, tapi untuk desain belum terlalu memperhatikan sih.</p> <p>Peneliti : Selanjutnya, apakah sudah mengetahui tempat dan format konten yang disukai target konsumen?</p> <p>Narasumber : Belum. Mungkin karena kurangnya interaksi konten yang kami sajikan pada media sosial Instagram.</p> <p>Peneliti : Apakah sudah melakukan tinjauan ulang terhadap konsep konten agar tepat sasaran?</p> <p>Narasumber : Kurang tau, karena kami membagikan konten kebanyakan hanya menu dan testimoni saja.</p> <p>Peneliti : Apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah menentukan waktu dalam memposting atau membagikan konten?</p> <p>Narasumber : Belum, biasanya mengupload konten pada story Instagram disaat pembeli offline sepi saja.</p> <p>Peneliti : Apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah menggunakan fitur berbayar dalam memasarkan produk?</p> <p>Narasumber : Belum, pernah ingin coba, namun karena keterbatasan pengetahuan saya dan biaya, makanya belum menggunakan fitur berbayar pada</p>	<p>Deskripsi tentang <i>content sharing</i> yang dimiliki pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah. Memperhatikan konten sebelum dibagikan, namun belum memperhatikan desain. Belum melakukan tinjauan ulang serta mengetahui format konten yang disukai target konsumen. Belum menentukan waktu dalam membagikan konten dan belum menggunakan fitur berbayar dalam memasarkan produk pada media sosial Instagram. Belum meninjau jangkauan konten yang dibagikan. Melakukan <i>repost</i></p>

Muhammad Zaki Nindri, 2023

ANALISIS PENGGUNAAN SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM PADA MIE PADEH LASUAH KOTA BUKITTINGGI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	<p>media sosial Instagramnya.</p> <p>Peneliti : Apakah sudah meninjau jangkauan dari konten yang sudah di bagikan?</p> <p>Narasumber : Belum.</p> <p>Peneliti : Bagaimana cara mendorong dan mengoptimalkan konten agar target konsumen berbagi konten media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah secara sukarela?</p> <p>Narasumber Sejauh ini mungkin dengan cara melakukan <i>repost story</i> konsumen yang membahas mengenai kami dan meminta izin untuk mengambil foto konsumen untuk di jadikan testimoni pada sorotan profil.</p>	<p><i>story</i> konsumen untuk mendorong konsumen berbagi konten Mie Padeh Lasuah pada akun pribadinya.</p>
5.	<p>Peneliti : Apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah melakukan <i>endorse</i> kepada <i>influencer</i>?</p> <p>Narasumber : Belum, mungkin sama seperti fitur berbayar tadi, karena keterbatasan biaya.</p> <p>Peneliti : Apa strategi yang digunakan pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah dalam memperluas jangkauan target konsumen?</p> <p>Narasumber : Sejauh ini mungkin dengan hanya memposting dan melakukan tag kepada konsumen, sehingga harapan kami dapat menjangkau pengikut Instagram dari konsumen yang mengupload tentang kami pada storynya.</p> <p>Peneliti : Apa strategi yang digunakan pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah dalam meningkatkan <i>follower</i> dan <i>insight</i>?</p> <p>Narasumber Mungkin, masih sama dengan yang tadi ya, strategi yang digunakan masih berupa harapan dari pengikut Instagram konsumen yang</p>	<p>Deskripsi tentang <i>connecting</i> yang dimiliki pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah. Belum melakukan <i>endorse</i> dan strategi dalam memperluas jangkauan konsumen serta meningkatkan <i>follower</i> dan <i>insight</i> masih belum maksimal. Sudah melakukan <i>repost story</i> untuk menjaga hubungan dengan konsumen, dan mengetahui fitur <i>repost</i> cukup</p>

<p>melakukan post mengenai kami.</p> <p>Peneliti : Apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah melakukan repost untuk menjaga hubungan dan mengapresiasi konsumen?</p> <p>Narasumber Sudah. Itu satu-satunya strategi yang kami lakukan untuk membuat konten dan memenuhi sorotan pada profil kami.</p> <p>Peneliti : Apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah mengetahui fitur apa yang disukai target konsumen untuk berinteraksi?</p> <p>Narasumber : Menurut saya, fitur <i>repost</i> ini cukup disukai, karena lumayan banyak pembeli dari pengikut konsumen yang mengupload tentang kami. Dan mereka merasa senang saat kami posting pada media sosial Instagram kami. Namun, menurut saya hal tersebut masih kurang.</p> <p>Peneliti : Apakah pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah melayani dan berkomunikasi dengan baik dengan target konsumen?</p> <p>Narasumber Mungkin masih seadanya, belum terlalu memperhatikan tata cara bicara pada Instagramnya.</p> <p>Peneliti : Lalu, Apakah pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah menerima masukan atau kritik dari konsumen?</p> <p>Narasumber : Sudah, namun saya merasa belum semua konsumen yang memberikan masukan dan kritikan.</p> <p>Peneliti : Apakah ada hambatan dalam berinteraksi kepada target konsumen dalam media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah?</p>	<p>menarik bagi konsumen. Belum membalas pesan konsumen dengan baik dan sopan, namun sudah menerima masukan dan kritikan konsumen, walau dirasa belum semua yang memberikan kritikan dan saran. Mempunyai hambatan seperti membalas pesan lama namun sudah mencoba untuk mengatasinya dengan berupaya membalas secepat mungkin dan meminta maaf. Melakukan <i>followback</i> kepada konsumen untuk membangun hubungan secara berkelanjutan.</p>
---	---

	<p>Narasumber : Mungkin kalau malam ya, atau saat sibuk melayani pembeli <i>offline</i> kami suka telat membalas pesan yang ada pada Instagram, belum memaksimalkan fitur pada Instagram untuk berinteraksi dengan calon konsumen.</p> <p>Peneliti : Bagaimana cara mengatasi apabila ada hambatan atau kritikan pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah?</p> <p>Narasumber : Untuk mengatasi kami yang lama membalas pesan sejauh ini kami berupaya untuk membalas secepatnya, lalu meminta maaf kepada calon konsumen, tapi ya kadang kalau terlalu lama, pesannya batal. Untuk kritikan, kami terima dan berusaha untuk memperbaiki yang salah dari usaha kami.</p> <p>Peneliti : Apakah sudah memiliki strategi untuk membangun hubungan secara berkelanjutan dengan target konsumen pada media sosial Instagram?</p> <p>Narasumber : Mungkin dengan melakukan <i>followback</i> kepada konsumen kami, sehingga membangun hubungan berkelanjutan, tapi ya hanya sekedar itu saja. Tidak ada strategi yang lebih lanjut.</p>	
6.	<p>Peneliti :Apakah ada strategi untuk membangun komunitas atau relasi dengan konsumen?</p> <p>Narasumber : Kami menyediakan promo beli 10 pcs gratis satu produk, tapi ya biasanya untuk pembelian offline, berlaku juga untuk orang yang beli lewat Instagram, tapi belum ada kejelasan pada Instagramnya mengenai promosi tersebut.</p> <p>Peneliti : Apakah media sosial Instagram Mie</p>	<p>Deskripsi tentang <i>community building</i> yang dimiliki pada media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah. Belum jelasnya strategi membangun komunitas dengan</p>

<p>Padeh Lasuah sudah membuat dan membangun komunitasnya sendiri?</p> <p>Narasumber : Belum.</p> <p>Peneliti : Apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah memiliki sebutan tertentu terhadap <i>follower</i> atau target konsumen agar lebih dekat?</p> <p>Narasumber : Belum, biasanya berupa panggilan formal saja seperti kak, bang ataupun gan.</p> <p>Peneliti : Berarti belum memiliki startegi untuk membangun komunitas yang berinteraksi aktif di media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah karena belum memiliki komunitas ya pak?</p> <p>Narasumber : Iya, betul.</p> <p>Peneliti : Selanjutnya, apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah membangun relasi dengan suatu komunitas?</p> <p>Narasumber : Untuk membangun relasi dengan suatu komunitas atau grup sih, yaa belum ada juga.</p> <p>Peneliti : Apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah melakukan komunikasi rutin untuk membangun relasi dengan follower atau target konsumen?</p> <p>Narasumber : Mungkin berupa <i>repost story</i> tadi saja kalau komunikasi dengan konsumen, untuk membangun relasi lebih lanjut sih, belum.</p> <p>Peneliti : Apakah media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah sudah memperluas relasi agar dapat memperoleh informasi dan wawasan dari target konsumen?</p> <p>Narasumber : Untuk memperluas relasi, seperti yang saya bilang tadi paling dari pengikut</p>	<p>konsumen. Belum membuat komunitas sendiri, sehingga belum mengetahui strategi, tolak ukur kesuksesan dan hambatan pada komunitas. Belum memiliki sebutan tertentu terhadap calon konsumen dan belum menjalin hubungan dengan komunitas manapun. Komunikasi rutin yang dilakukan masih berupa <i>repost story</i> dan belum dapat memperoleh informasi dan wawasan mengenai target konsumen.</p>
---	--

	<p>konsumen yang mengupload story mengenai kami. Tapi untuk memperoleh informasi dan wawasan mengenai target konsumen kami, belum.</p> <p>Peneliti : Dikarenakan belum memiliki komunitas, berarti bapak belum mengetahui tolak ukur kesuksesan serta bagaimana cara mengelola konflik atau perbedaan pendapat pada suatu komunitas pada media sosial Instagram pak?</p> <p>Narasumber Iya, betul. Saya belum mengetahuinya.</p>	
7.	<p>Peneliti : Oke, Baik pak, sudah selesai dan berakhir sesi wawancara beserta pertanyaan dari saya. Terima kasih atas waktu dan jawabannya pak. Apakah dari bapak ada yang ingin tanyakan atau sampaikan sebelum kita tutup?</p> <p>Narasumber : Tidak ada, semoga mendapatkan hasil yang terbaik.</p> <p>Peneliti : Aamiin bapak, terima kasih sekali lagi ya pak, saya tutup dan izin pamit, Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.</p> <p>Narasumber : Iya, sama – sama. Wa'alaikumus salam wa rahmatullahi wabarakatuh.</p>	Menutup wawancara dan mengucapkan terimakasih.

#### Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian



Kegiatan wawancara bersama narasumber Bapak Nabil selaku pemilik Mie Padeh Lasuah Kota Bukittinggi



Proses pembuatan Mie Padeh Lasuah



Salah satu produk dari Mie Padeh Lasuah, yaitu Mie Padeh dengan varian sosis ayam



Media sosial Instagram Mie Padeh Lasuah pada awal penelitian

## BIODATA PENULIS



**MUHAMMAD ZAKI NINDRI.** Dilahirkan di Padang 27 Juni 2001, merupakan anak kedua dari pasangan Bapak Andri Sukma Jaya dan Ibu Afnizar. Bertempat tinggal di Jl. Tengah Jua No. 12 RT/RW 004/001 Kel. Birugo Kec. Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi Prov. Sumatera Barat. Pendidikan yang pernah di tempuh antara lain: Sekolah dasar ditempuh di SDIT Cahaya Hati (2007-2013). Kemudian dilanjutkan ke sekolah menengah pertama di SMP Al – Ishlah (2013-2016). Selanjutnya dilanjutkan ke sekolah menengah atas di SMAN 1 Bukittinggi (2016-2019). Kemudian melanjutkan pendidikan sarjana pada Program Studi Kewirausahaan di Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya (2019-2023). Selama proses perkuliahan penulis aktif dalam mengikuti kegiatan organisasi kampus yaitu di himpunan ASSET (Association of Entrepreneurship Students) sebagai Staff Marketing Communication (2021-2022). PORMAPITAS (Persatuan Olahraga Mahasiswa UPI Tasikmalaya) sebagai Anggota Informasi dan Komunikasi pada tahun (2020-2021). Dan Anggota tim Basket Universitas Pendidikan Indonesia Tasikmalaya (2019-2023). Selain itu, penulis aktif mengikuti kegiatan magang di CV. Alkisah Rasa pada tahun 2022. Dalam menyelesaikan studi akhir, penulis menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Analisis Penggunaan *Social Media Marketing* Instagram pada Mie Padeh Lasuah Kota Bukittinggi”.