

## Pendahuluan

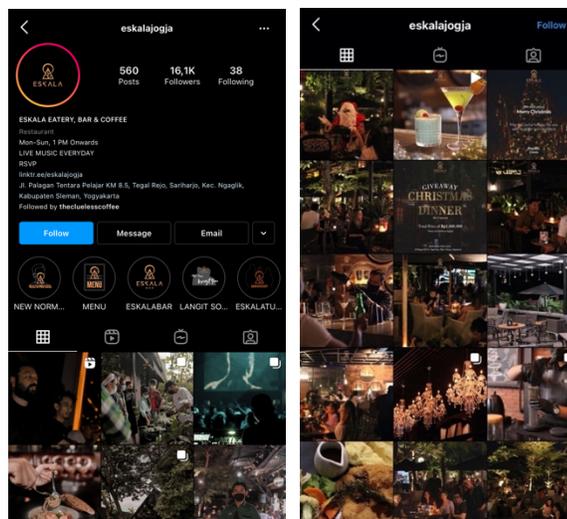
Peran media sosial pada zaman sekarang ini sangat berpengaruh dalam berbagai bidang termasuk ekonomi. Media sosial menurut (Kotler, 2012) merupakan sarana konsumen untuk berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, dan video dengan perusahaan atau sebaliknya. Berdasarkan dari laporan digital yang dilansir We Are Social dan Hootsuite, masyarakat Indonesia rata-rata menghabiskan kurang lebih 3 jam perharinya untuk mengakses media sosial. Hampir semua kalangan masyarakat menggunakan media sosial dan salah satu yang paling populer pada saat ini adalah Instagram.

Instagram tidak hanya digunakan secara personal, para pelaku bisnis dan perusahaan juga mengandalkan Instagram karena maraknya pengguna Instagram yang semakin bertambah setiap hari (Nisrina, 2015). Media sosial sangat membantu memasarkan produk atau jasa dan dapat berinteraksi dengan konsumen. Hal ini merupakan tantangan untuk semakin kreatif dalam pemasaran agar produk tersebut dapat dikenal oleh masyarakat. Mereka dapat mengidentifikasi kompetitor, mencari tahu kebutuhan konsumen, dan menemukan target pasar baru tanpa mengeluarkan biaya. Masyarakat juga dapat mencari informasi melalui media sosial karena dapat berinteraksi langsung secara mudah.

Cafe dimasa kini telah berbeda dari sebelumnya yang hanya dijadikan tempat berkumpul (*hangout*). Banyak cafe merangkap sebagai *co-working space*. Hal ini membuat orang-orang tidak hanya sebatas nongkrong di cafe, tetapi juga dapat mengerjakan tugas dan *meeting*. Remaja di Yogyakarta menjadi sangat mudah menemukan cafe-cafe karena terekspos di Instagram. Berbagai macam cafe unik dan *trending* yang dijadikan tujuan orang-orang membuat konten, karena generasi *millennial* menggunakan sosial media untuk mengekspos kegiatan mereka.

Eskala adalah salah satu cafe yang hadir bersaing di tengah-tengah maraknya cafe di Yogyakarta yang didirikan oleh perseorangan bernama Gabriella Loekita pada 9 Agustus 2019. Target pasar Eskala adalah kalangan remaja dan dewasa pada rentang usia 20-40 tahun. Eskala sangat memperhatikan konten Instagram dan mengunggah secara berkala. Konten yang diunggah harus terdapat logo Eskala, tidak ada unsur SARA, tidak mengganggu privasi konsumen, dan tidak monoton. Eskala membuat semua kontennya dengan komposisi warna *warm tone* agar berkesan hangat dan *cozy*. Tidak hanya foto, Eskala juga mengunggah video untuk menampilkan *ambience* mereka.

Gambar 1. Instagram @eskalajogja



Menu di Eskala sangat lengkap, mulai dari *snack*, makanan berat, dan minuman yang bervariasi. Eskala menjadi populer di masyarakat karena menghadirkan *live music* setiap hari yang menjadikan daya tarik pengunjung dan membuat Eskala menjadi tempat yang berbeda dari tempat yang lain. Eskala juga bekerja sama dengan GO-JEK untuk layanan *gofood*. Pada bulan puasa Eskala juga menghadirkan menu spesial Ramadhan dengan mengunggah video di IGTV mereka.

Contoh kompetitor Eskala adalah Kolona dengan nama akun Instagram @kolona.jogja yang memiliki pengikut yaitu 8557 pengikut. Konten Instagram Kolona sangat menonjolkan menu mereka, lebih banyak foto *zoom in* makanan daripada *ambience*. Sama-sama terletak di Jalan Palagan, Kolona hanya berjarak 600m dari Eskala. Contoh kompetitor lain adalah Kalluna dengan nama akun Instagram @kalluna\_id yang memiliki konsep berbeda dari Eskala. Konten Instagram Kalluna lebih sering menampilkan menu mereka. Kalluna terletak di Jalan Sajiono No. 13, Kotabaru, Kec. Gondokusuman, Kota Yogyakarta 55224.