

Tingkatkan Penjualan Bisnis Ceker Pedas Lapindo di Masa Pandemi
Dengan Memanfaatkan *Platform Digital Content* di Instagram

Technopreneurship Komunikasi (A)

Supangat, M. Kom., ITIL., COBIT.



Oleh

Panji Trisna Ardiansyah

1151800267

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2021

PENDAHULUAN

Latar Belakang.

Seseorang atau sekelompok orang yang sedang merintis usahanya pasti tidak lepas dari pemasaran atau bisa disebut dengan *marketing*. Strategi pemasaran memang sangat penting untuk dilakukan dengan sebaik-baiknya karena pemasaran merupakan ujung tombak dari suatu usaha.

Bayangkan saja jika seseorang atau sekelompok orang ketika akan memulai usaha dengan modal besar dan sumber daya manusia yang cukup namun salah satu atau sebagian dari mereka tidak punya keahlian pemasaran yang mumpuni, sudah bisa dipastikan usaha yang mereka rintis tidak akan bertahan lama. Itulah mengapa *startup* (perusahaan yang baru dirintis) akan sebisa mungkin memaksimalkan strategi pemasaran mereka.

Sebelum masa pandemi seperti sekarang dimana masyarakat cukup sulit untuk keluar rumah tanpa khawatir akan terjangkit virus COVID-19, saat itu adalah saat dimana banyak sekali usaha-usaha bermunculan baik *offline* atau *online* dengan perkembangan yang cukup pesat. Namun setelah adanya pandemi ini membuat para pengusaha harus memutar otak agar usaha yang mereka bangun tidak bangkrut. Tidak hanya bagi pengusaha kecil tapi pengusaha besar juga ikut berdampak.

Dengan perkembangan zaman yang sangat cepat dan hadirnya banyak teknologi-teknologi terbaru yang bisa membantu pekerjaan manusia, lahirlah sebuah istilah Bernama *Digital Content* atau bisa disebut konten digital. Digital konten merupakan konten berbasis digital yang saat ini sangat digemari oleh masyarakat luas baik yang berusia muda maupun tua. Konten-konten tersebut bisa dalam bentuk tulisan, gambar atau foto, video, audio, ataupun audio visual bahkan sekarang bisa juga dikombinasikan sehingga konten-konten tersebut bisa menjadi lebih kreatif lagi.

Konten yang dibuat memiliki berbagai macam tujuan salah satunya yaitu agar materi dari konten tersebut bisa mudah dibaca dan mudah di-*share* kepada khalayak luas dan bisa dibuka dimana saja melalui laptop, computer, bahkan *handphone*.

Hal inilah yang akhirnya dilihat para pengusaha terutama pengusaha Ceker Pedas Lapindo untuk membuka bisnis mereka melalui media online seperti Instagram. Dengan memaksimalkan fitur-fitur yang ada di platform media tersebut akan memudahkan para pengusaha untuk memasarkan barang dan jasa mereka kepada para pelanggan. Selain menghemat waktu, bisa juga menghemat biaya.

Namun jika ingin bisa lebih mudah dan lebih cepat menjangkau para pelanggan, bisa sedikit merogoh kantong. Dalam artikel ini saya akan menjelaskan tentang bagaimana caranya untuk meningkatkan penjualan bisnis di masa pandemic melalui media online dengan *platform digital content* di Instagram.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diajukan dalam aritkel ini adalah :

1. Apa dampak yang disebabkan oleh pandemi yang terjadi di Indonesia dari sektor bisnis ?
2. Apa dampak yang terjadi ketika para pengusaha Ceker Pedas Lapindo yang awalnya berbisnis secara *offline* beralih ke bisnis *online* ?
3. Bagaimana caranya meningkatkan penjualan barang dan jasa dalam media online dengan konten digital ?

Tujuan Penelitian

1. Diharapkan setelah membaca artikel ini bisa lebih memahami bagaimana caranya mengelola bisnis saat pandemi seperti saat ini.
2. Diharapkan agar bisa lebih mengetahui cara memasarkan barang dan jasa dalam platform media online dengan konten digital.

TINJAUAN PUSTAKA

E-Business memiliki prinsip bagaimana teknologi digital berfungsi sebagai media untuk mencapai proses dalam sistem bisnis. Semua orang yang terhubung dengan internet bisa melakukan transaksi dalam suatu jual beli kapan saja dan dimana saja tanpa terhalang ruang dan waktu.

Para pelaku usaha mengaku lebih efektif dan efisien dalam memasarkan produk mereka menggunakan *platform* media sosial seperti Instagram karena Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial dengan jumlah pelanggan terbesar di dunia yaitu lebih dari 1 milyar. Wajar saja jika melihat peluang ini para pelaku usaha mulai memasuki Instagram untuk memasarkan produk dan jasa mereka mengingat saat ini masih berada di masa pandemi COVID-19.

Penggunaan Instagram di Indonesia sendiri cukup populer, lebih tepatnya lebih banyak pengguna Wanita berusia 16-24 tahun. Dan semakin canggihnya teknologi Instagram juga akan memperbarui fitur-fitur yang diberikan untuk para penggunanya. Dan tentunya sebagai pengguna juga harus meningkatkan produktifitas seperti meningkatkan pemasaran menggunakan *hashtag* (#).

PEMBAHASAN

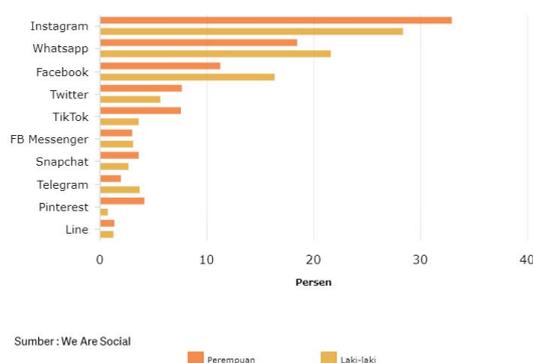
Media Sosial Instagram.

Konten digital saat ini memang menjadi daya tarik tersendiri bagi sebagian orang. Beberapa diantara mereka memanfaatkan digital konten sebagai hiburan, menambah wawasan, membuat portofolio, bahkan ada yang sebagai media iseng bersama teman-teman. Namun ada juga yang menggunakannya sebagai media untuk berbisnis.

Salah satu platform media social terbesar di dunia saat ini adalah Instagram. Instagram awalnya didirikan pada tahun 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang saat ini menjadi CEO dari Instagram. Awal dibentuknya aplikasi ini digunakan hanya untuk berbagi foto kepada orang-orang. Namun semakin berkembangnya waktu, jangkauan Instagram menjadi lebih luas dan fitur-fitur yang ditawarkan menjadi lebih banyak seperti fitur Instagram LIVE, Instagram video, Instagram Reels, Instagram Ads, stiker Instagram Story, Instagram TV, Dark Mode, dan masih banyak lagi terutama saat Instagram telah dibeli oleh Mark Zuckerberg (pendiri Facebook).

Saat ini Instagram telah memiliki lebih dari 1 miliar pengguna baik dari kalangan masyarakat biasa sampai para selebriti dunia dan para petinggi negara. Maka dari itu mempromosikan produk Ceker Pedas Lapindo melalui Instagram saat ini adalah cara yang memungkinkan demi mengait para pembeli terutama pada masa pandemi saat ini yang dimana masyarakat cukup susah untuk keluar rumah dan ditambah jam malam yang telah diatur oleh pemerintah agar meminimalisir kerumunan yang terjadi.

Tingkat Kesukaan Generasi Z terhadap Media Sosial Berdasarkan Jenis Kelamin (April 2021)



Ditambah masyarakat zaman sekarang yang tidak bisa lepas dari *Handphone* membuat media social Instagram cukup sering dibuka oleh masyarakat. Menurut Katadata.co.id ada 32,9% pengguna internet perempuan dengan usia 16-24 tahun yang menjadikan Instagram sebagai platform media social kesukaan mereka. Sementara, pengguna internet laki-laki dengan rentang

usia serupa yang menyukai Instagram mencapai 28,3%. Peluang inilah yang akan dimanfaatkan untuk memasarkan Ceker Pedas Lapindo di masa pandemic saat ini.

Strategi Marketing Ceker Pedas Lapindo di Instagram

Pada dasarnya strategi pemasaran adalah suatu perencanaan yang dilakukan untuk memasarkan barang dan jasa dengan teknik yang menyeluruh serta terpadu dan menyatu. Atau lebih tepatnya perencanaan yang matang sehingga meminimalisir kerugian yang terjadi. Menurut Drury Veby Zilfania, (2014: 17) menyebutkan bahwa penggunaan media social sudah banyak digunakan dalam strategi pemasaran, komunikasi public, kantor atau departemen yang berhubungan langsung dengan pelanggan. Berikut cara-cara yang bisa digunakan untuk memasarkan produk Ceker Pedas Lapindo dengan *Platform Digital Content* di Instagram :

1. Membuat akun di Instagram

Hal yang pertama kali dilakukan ketika akan mempromosikan produk Ceker Pedas lapindo adalah membuat akun Instagram. Membuat akun Instagram cukup mudah yaitu dengan cara :

- a. *Download* aplikasi Instagram di *Google Playstore* atau *App Store*.
- b. Buka aplikasi Instagram yang sudah di-*download* lalu klik buat akun baru.
- c. Isi formulir yang diperlukan dengan lengkap dan jelas seperti nama akun Ceker Pedas Lapindo, tanggal lahir, password, dan lain-lain.
- d. Selesai.

2. Ubah akun Instagram menjadi akun bisnis.

Tujuan menggunakan akun bisnis adalah adanya berbagai fitur lebih yang bisa digunakan untuk mempermudah meninjau perkembangan akun bisnis kita, salah satunya dengan fitur *Insight*. Dengan fitur *Insight* kita bisa melihat data statistik Instagram selama 7-90 hari kebelakang. Cara mengubah akun personal menjadi akun bisnis adalah

- a. Klik *icon* 3 garis di pojok kanan atas.
- b. Klik pengaturan.
- c. Pilih akun lalu pilih ubah jenis akun.
- d. Klik beralih ke akun bisnis.

3. Membuat postingan yang menarik.

Setelah mengubah akun Instagram menjadi akun bisnis, kita juga harus membuat konten yang menarik agar bisa mendapat perhatian dari para pengguna Instagram. Membuat konten seperti foto dan video haruslah jelas objek Ceker Pedas Lapindonya agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dari pihak pengguna Instagram. Selain jelas objeknya juga sebisa mungkin membuat konten untuk Ceker Pedas Lapindo tersebut tampak menggiurkan dan sedap dipandang.

Tambahkan juga deskripsi tentang bahan-bahan Ceker Pedas Lapindo dengan semenarik mungkin agar memperjelas konten yang telah diupload. Setelah menambahkan deskripsi, lalu tambahkan juga *Hashtag* (#). *Hashtag* diperkenalkan pertama kali pada tahun 2009 di Twitter. Fungsi *hashtag* adalah sebagai penggiring opini, diskusi, kata kunci untuk mencari sesuatu dan menyebarkan konten yang berhubungan dengan *hashtag* tersebut.

Tag juga akun-akun *repost* yang khusus untuk *me-repost* kuliner. Fungsi dari *tag* hampir sama seperti *hashtag*, namun *tag* secara spesifik langsung menandai akun-akun tertentu. Jika kontennya sesuai dengan spesifikasi dari akun *repost* tersebut, maka konten Ceker Pedas Lapindo berkesempatan untuk di-*repost* dan dilihat oleh *follower-follower* dari akun Instagram tersebut.

Setelah membuat konten yang menarik dan diupload di *feed* Instagram kita bisa mengembangkannya lagi dengan cara konsisten dalam memposting konten dari Ceker Pedas Lapindo yang ingin dipasarkan. Konsisten artinya adalah secara berkala, bisa dilakukan setiap hari atau beberapa hari sekali. Tentu awalnya akan mengalami *trial and error* seperti kapan waktu terbaik untuk mem-*posting* konten.

Statistik waktu posting dan jumlah *like*, komen, serta *share* bisa dilihat di *insight*. Hasil statistik berguna sebagai informasi tambahan untuk mengetahui waktu terbaik untuk mem-*posting*

4. Memposting konten di Instagram Reels.

Salah satu fitur terbaru di Instagram adalah Instagram Reels. Tampilan Instagram Reels mirip dengan Tiktok seperti penempatan *icon like*, komen, *share*, dan scroll kebawah yang langsung tersambung ke video-video *Reels* yang lain. Instagram Reels memiliki menu *portrait* yang artinya gambar yang ditampilkan memanjang

keatas seperti bentuk buku. Konten yang di-*upload* hasilnya bisa memenuhi seluruh layar *handphone* mengingat *handphone* zaman sekarang sudah *full touch screen*.

Resolusi yang diberikan Instagram saat akan memposting konten di Reels adalah 1080x1920 atau rasio 9:16 untuk di *Android*. Sedangkan resolusi di *IOS* bisa lebih tinggi yaitu 2160x3840 (4K) yang membuat hasil kontennya lebih maksimal dan lebih detail.

Gunakan lagu yang sedang viral saat ini atau yang ada di tab rekomendasi Reels karena lagu yang sedang viral akan sering didengarkan dan pastinya mempermudah menjangkau para pengguna Instagram. Jumlah penonton konten yang diposting di Reels lebih banyak dari pada konten yang diposting di *feed* Instagram biasa, hal ini bisa dimanfaatkan untuk mempermudah dalam menjangkau lebih banyak pengguna Instagram.

5. Mengiklankan produk menggunakan Instagram Ads.

Instagram Ads adalah fitur lain yang bisa digunakan dalam memasarkan produk Ceker Pedas Lapindo agar lebih luas jangkauan pasarnya. Karena di Instagram Ads (iklan) bisa secara spesifik memilih dimana, waktu dan target jumlah penonton yang akan menonton konten kita. Sebagai contoh kita ingin memasarkan Ceker Pedas Lapindo di wilayah Surabaya dan sekitarnya dengan target jumlah penonton mencapai 5.700-15.000 selama 3 hari. Estimasi biaya yang akan diberikan oleh Instagram adalah Rp. 150.000 dengan perkiraan pajak Rp. 15.000.

Memang fitur Instagram Ads adalah berbayar namun jika dilihat dari hasilnya, fitur ini sangat menjanjikan. Jumlah minimal Rp. 20.000/hari dengan estimasi jangkauan 1.200-3.300. Dan maksimal adalah Rp. 300.000.000. selama 30 hari dengan estimasi jangkauan 6.900.000-18.000.000. serta bisa juga disesuaikan dengan biayanya.

6. Gunakan *highlight* dan bio.

Highlight adalah sorotan cerita atau *story* dalam bentuk gambar dan video yang telah diupload di *story* Instagram. *Highlight* berbentuk lingkaran-lingkaran yang tempatnya berada di bawah bio Instagram. Fungsi *highlight* adalah memudahkan para pengguna Instagram yang mengunjungi akun Instagram Ceker Pedas Lapindo untuk melihat-lihat konten terdahulu tanpa harus meng-*scroll* dari awal sampai akhir.

Fungsi bio adalah untuk memberikan catatan di akun agar pengunjung akun Ceker Pedas Lapindo bisa mengetahui informasi lebih lanjut seperti lokasi, waktu buka, dan juga bisa memasukkan *link website* jika memiliki *website* khusus.

7. Instagram *Shopping*

Instagram sekarang juga memiliki fitur khusus yang digunakan untuk memaksimalkan penjualan yang bernama Instagram *Shopping*. Instagram *Shopping* memang dikhususkan untuk toko *online*. Caranya adalah

- a. Klik tambahkan yang berada di atas *highlight* lalu klik mulai.
- b. Klik katalog baru lalu klik berikutnya.
- c. Masukkan situs web Ceker Pedas Lapindo lalu klik berikutnya.
- d. Selesai.
- e. Lalu upload foto terbaik dari Ceker Pedas Lapindo agar menarik perhatian.

8. *Endorsement*

Endorsement atau dukungan merupakan salah satu cara terbaik yang bisa digunakan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Karena *endorsement* akan mempromosikan produk di akun Instagram mereka kepada para pengikutnya. Ini bukan salah satu fitur di Instagram tapi bisa digunakan untuk media promosi.

Cara ini memang salah satu cara terbaik namun juga harus merogoh kocek yang agak dalam. Karena kita harus membayar seseorang dengan jumlah pengikut tertentu agar mau mempromosikan Ceker Pedas Lapindo dengan semenarik mungkin sesuai dengan kesepakatan diawal. Orang-orang tersebut bisa disebut dengan selebgram karena jumlah pengikut aktif berada disekitar puluhan sampai ratusan ribu. Bahkan sampai jutaan seperti bintang sepak bola dunia Christiano Ronaldo yang memiliki pengikut Instagram terbanyak yaitu 360 juta.

Harga yang ditawarkan oleh para *selebgram* juga beragam tergantung dari jumlah pengikut mereka, berapa lama waktu yang digunakan untuk promosi, dan cara mempromosikannya. Cara mempromosikannya juga beragam seperti hanya *upload* foto di *feed* Instagram, video, Instagram Reels, Instagram LIVE, atau pun Instagram *Story*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kita tidak tahu kapan pandemi akan berakhir. Jika tidak segera beradaptasi maka tidak dipungkiri bahwa penjualan Ceker Pedas Lapindo akan terus merosot. Cara yang bisa digunakan dalam mengatasi masalah merosotnya penjualann Ceker Pedas Lapindo adalah menggunakan *platform digital content* di Instagram. Instagram adalah salah satu media social terbesar dengan jumlah pelanggan lebih dari 1 milyar sehingga bisa dimanfaatkan sebagai media untuk memasarkan Ceker Pedas Lapindo dengan jangkauan yang lebih luas.

Adapun fitur-fitur dari Instagram yang bisa digunakan untuk memasarkan produk Ceker Pedas Lapindo adalah :

- a. Akun bisnis.
- b. *Feed* Instagram.
- c. Instagram *Reels*.
- d. Instagram Ads.
- e. *Highlight* dan bio.
- f. Instagram *Shopping*.

Maksimalkan fitur-fitur di Instagram dan gunakan kreativitas agar bisa memberikan konten yang menarik sebagai media pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

E-Business dan Dunia Maya (Dan DaftarIsi, n.d.) Dan DaftarIsi. (n.d.).

Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Hardani. Ustiawaty, 2017) Hardani. Ustiawaty, J. A. H. (2017). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Issue April).

Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram. Luqman, M. U. L. (2021). EAS E-Bisnis Artikel" Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram". ... *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial* <http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/7392>

Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram. Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/4387>

<https://katadata.co.id/redaksi/berita/6176c7e885d53/panduan-lengkap-cara-download-video-instagram-terbaru>

https://www.google.com/search?q=sejarah+hashtag&sxsrf=AOaemvIwSUbqY6Cr6mUqaCd4a74xEEYrQ%3A1635322886469&ei=Bgx5YbKIHISv9QO29K0Y&oq=sejarah+hashtag&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAMYADIGCAAQFhAeOgQIIxAnOgQIABBDOgsIABCABBCxAxCDAToNCC4QsQMqXwEQ0QMqQzoICAAQgAQQsQM6CwguEIAEELEDEIMBOggILhCABBCxAzoFCAAQgAQ6CAgAELEDEIMBOgcIABCxAxBDOggILhCABBCTAjoFCC4QgAQ6BAgAEA06CAgAEAgQDRaEsgQIQRgAUJcMWOYiYLgraABwAngAgAF1iAGZC5IBBDEwLjWYAQCgAQHAAQE&sclient=gws-wiz

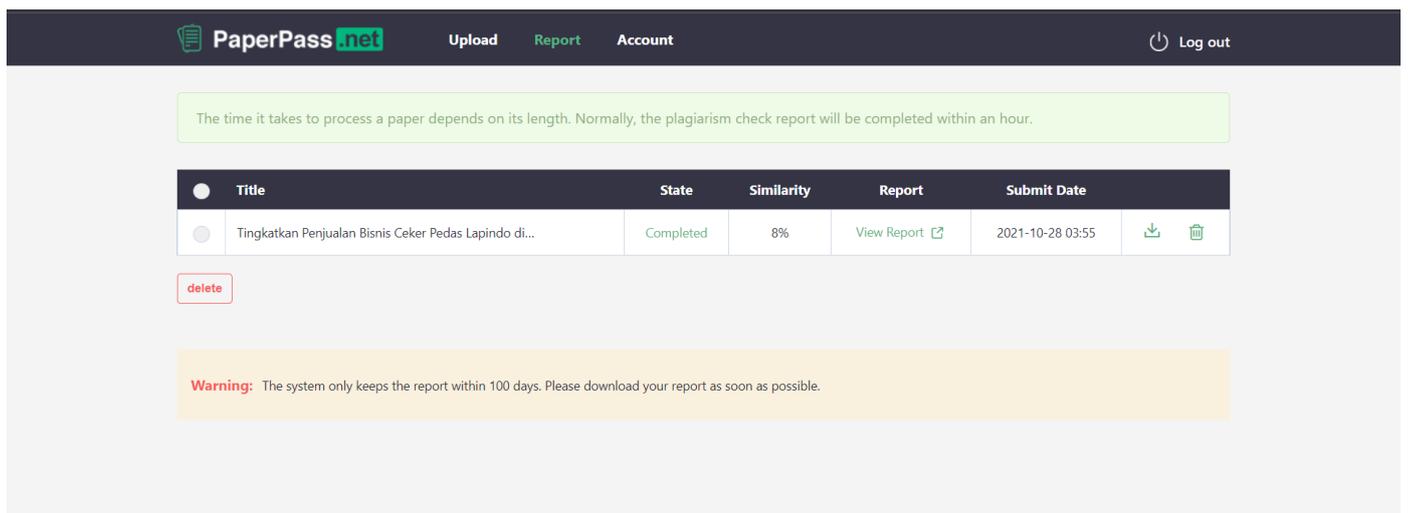
<http://blog.politwika.com/sejarah-tagar-atau-hashtag/>

<https://money.kompas.com/read/2021/07/24/140628426/apa-itu-endorse-dalam-strategi-pemasaran?page=all>

LAMPIRAN

Link cek plagiasi

https://www.paperpass.net/?gclid=Cj0KCQjw8eOLBhC1ARIsAOzx5cGkYzbEZxdzmi-dxe7DPdnMjh47bGMjy2wseFaRCg1Jg_n41VY_9XUaAlsSEALw_wcB



PaperPass.net Upload Report Account Log out

The time it takes to process a paper depends on its length. Normally, the plagiarism check report will be completed within an hour.

Title	State	Similarity	Report	Submit Date
Tingkatkan Penjualan Bisnis Ceker Pedas Lapindo di...	Completed	8%	View Report	2021-10-28 03:55

delete

Warning: The system only keeps the report within 100 days. Please download your report as soon as possible.