

**SOCIAL MEDIA MARKETING MASKER CAMELLI INDONESIA DALAM  
PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMASARAN**

TECHNOPRENEURSHIP A

SUPANGAT, M.KOM.,ITIL., COBIT



Disusun Oleh :  
Putri Baydhotul Muthohharoh  
1151800052

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

**2021**

## **1. LATAR BELAKANG**

Perkembangan dunia pemasaran semakin meluas, terlebih dengan munculnya berbagai cara dalam melakukan berbagai strategi pemasaran. Saat ini, komunikasi pemasaran tidak hanya dilakukan melalui cara yang konvensional, namun ada cara lain yang digunakan, yakni penerapan content marketing (konten pemasaran). Menurut Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2017: 121),

content marketing adalah pendekatan pemasaran yang melibatkan pembuatan, kurasi, distribusi, dan dapat memperkuat konten tersebut menjadi menarik, relevan, serta bermanfaat bagi kelompok spesifik agar menciptakan pembahasan mengenai konten. Prinsip content marketing adalah menawarkan konten di media cetak maupun media digital, yang relevan dengan target pasar. Konsekuensinya, konten harus didesain secara khusus sesuai kebutuhan target market. Situasi ini kemudian memunculkan fenomena “media rent to media own” (Pandrianto dan Sukendro 2018: 169).

Instagram merupakan aplikasi untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto atau video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial lainnya, termasuk milik Instagram sendiri. Aplikasi Instagram merupakan aplikasi buatan Kevin Systrom dan Mike Krieger di bawah perusahaan Burbn, Inc. Namun pada 9 April 2012, Instagram resmi diakuisisi oleh Facebook (Dan Frommer, 2010).

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

Penulisan artikel ini akan penulis coba mengaitkan dengan beberapa karya ilmiah sebelumnya, sehingga akan didapatkan keterkaitan dengan karya ilmiah diatas. Adapun karya ilmiah yang penulis maksud adalah sebagai berikut: Penelitian Pohan, Cherynda Lestari Mithasya dengan judul : implementasi strategi content marketing dalam pemanfaatan media social Instagram (Studi Kasus Pada Akun @masalaluofficial) 2021.

Penelitian ini akan membahas tentang pengaruh content marketing masker camelli Indonesia dalam pemanfaatan Instagram sebagai media pemasaran Adapun hasil dari penelitian ini yaitu perencanaan content marketing, menentukan content apa yang akan menarik, serta memaksimalkan engagement.

### 3. PEMBAHASAN

Menurut Zarella (2010), sosial Media adalah paradigma media baru dalam konteks industri pemasaran. Weber (2009) juga menyatakan bahwa media tradisional seperti TV, radio dan koran memfasilitasi komunikasi satu arah sementara media sosial komunikasinya dua arah dengan mengizinkan setiap orang dapat mempublikasikan dan berkontribusi lewat percakapan online. Sedangkan O'Reilly (2005) berpendapat sosial media adalah platform yang mampu memfasilitasi berbagai kegiatan seperti mengintegrasikan situs web, interaksi sosial, dan pembuatan konten berbasis komunitas. Melalui layanan sosial media dapat memfasilitasi konten, komunikasi dan percakapan. Pemakai dapat membuat/co-create, mengatur, mengedit, mengomentari, mentag, mendiskusikan, menggabungkan, mengkoneksikan dan berbagi konten.

Adapun salah satu contoh media sosial ini adalah instagram. Dan jika dikaitkan dengan masalah penelitian, maka ada pemanfaatan disini berarti menggunakan atau memakai suatu hal yang berguna, dalam hal ini adalah menggunakan atau memanfaatkan instagram sebagai media sosial. Agar strategi marketing yang diciptakan berjalan dengan lancar dan omzet selalu naik, beberapa jenis strategi pemasaran yang dapat dilakukan, yaitu iklan berbayar, pemasaran transaksional, pemasaran media sosial, pemasaran interaktif, pemasaran konten, Search Engine Optimization (SEO), telemarketing, email marketing. (Supangat, Elda Prawinda, 2021:5)

Salah satu menggunakan strategi content marketing di media social Instagram adalah Camille.Beauty ini berisikan informasi seputar informasi produk, promosi jualan, dan memberikan content seputar kesehatan wajah. Admin Instagram akun ini terlihat berperan banyak dalam berinteraksi dengan para pengikutnya seperti membalas komentar, mengunggah ulang story pengguna, hingga menyematkan komentar terbaik dari pengguna. Dengan begini pengguna diharapkan dapat membantu dalam hal promosi serta meningkatkan *exposure* dari akun Camille.Beauty.

### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi digital content marketing di akun media sosial Instagram Camille. Beauty dalam mempertahankan brand engagement, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi content marketing di Instagram Camille.Beauty lebih mengutamakan pembuatan konten yang dapat memancing engagement, jangkauan, daya Tarik audiens.

Aktivitas brand engagement dilakukan oleh admin media sosial Instagram Camille.Beauty dengan berinteraksi dengan para pengikut akun dengan cara live instagram agar engagement yang didapat baik pula.

## Daftar pustaka

Pohan, Cherynda Lestari Mithasya (2021) *implementasi strategi content marketing dalam pemanfaatan media social Instagram* (Studi Kasus Pada Akun @masalaluofficial).

Supangat S., Prawinda Elda (2021). *Digital Konten Media Strategi Marketing Dalam Instagram Makwinfood*. Diakses 27 Oktober 2021, dari Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

