**INSTAGRAM SEBAGAI DIGITAL CONTENT MARKETING**

**TECHNOPRENEURSHIP DIGITAL CONTENT (A)**

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

**Bagas Wahyu Ardianto**

**1151800039**

****

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**SURABAYA**

**2021**

1. **Latar Belakang**

Di era globalisasi ini media sosial sangat berkembang pesat terdapat banyak informasi dan banyak hal lainnya. Karena itu media sosial dimanfaatkan untuk memasarkan suatu produk yang bisa dikenal dengan digital marketing. Media sosial digunakan untuk pemasaran ataupun promosi dari sebuah produk ataupun jasa. ketersediaan data dan informasi yang mampu diakses secara cepat untuk mereproduksi informasi baru yang penting dalam pengambilan keputusan menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan(Supangat & Amna, 2019)

Dengan semakin berkembangnya pengguna internet yang semakin pesat maka arus penukaran informasi semakin cepat dan mudah, hal ini lah yang membuat masyarakat lebih cenderung berkomunikasi melalui internet, karena memudahkan penggunanya untuk berkomunikasi tanpa ada batasan waktu,tempat dan jarak. Dengan kemudahan inilah yang membuat jutaan orang di dunia berinteraksi menggunakan internet sehingga terbentuknya situs media sosial.

Terdapat beberapa media sosial yang bisa kita gunakan untuk melakukan aktivitas pemasaran dan mempromosikan suatu barang atau jasa. Bisa melalui media sosial Twitter, Facebook, Instagram, Tiktok, dll. Dan karena saat ini pengguna media sosial atau media baru seperti *smartphone* semakin berkembang pesat, dan karena itulah setiap manusia dapat mengakses semua informasi yang ingin diperlukan dan termasuk untuk belanja online. Instagram sangat cocok untuk dijadikan media sebagai alat promosi dan memasarkan karena saat ini Instagram sudah memiliki 700 juta pengguna dan setiap harinya paling tidak 60 juta foto dibagikan dan 1,6 milyar likes.

1. **Tinjauan Pustaka**

**Pengertian digital marketing**

Suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk yang menggunakan media digital dan internet. Tujuan Digital Marketing sendiri adalah untuk menarik konsumen secara cepat dan instan. Seperti yang kita tahu pada era globalisasi ini, teknologi dan internet di masyarakat sangat cepat berkembang dan sangat luas sehingga tidak heran jika pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan-perusahaan besar. Dan menurut Kleindl dan Burrow (2005) pengertian digital marketing sendiri adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari konsep ide, harga, promosi dan distribusi.

**Instagram**

 Instagram adalah aplikasi media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk membagikan foto dan video dengan teman-teman mereka dan dalam jangkauan luas. Sangat banyak fitur-fitur di Instagram yang akan membuat promosi dan memasarkan suatu brand atau produk seperti contohnya Instagram Live Video, Instagram Video, Tag belanja, IGTV,Reels dan masih banyak lagi.

**Inovasi – Inovasi Dalam Pemasaran**

Perubahan-perubahan sosial dan budaya mengubah sistem nilai, gaya hidup (lifestyle) cara memproduksi dan mengkonsumsi serta perubahan-perubahan lainnya. Setiap perubahan selalu dimulai dari suatu gagasan yang bergerak secara evolusioner bahkan revolusioner.

**New Media**

New media atau yang biasanya disebut media baru adalah sebuah media mulai dari artikel surat kabar, blog, musik dan podcast yang diolah secara digital. Mulai dari situs web hingga email sampai aplikasi streaming termasuk dalam new media. Singkatnya segala bentuk komunikasi yang berkaitan dengan internet dianggap sebagai New Media.

1. **Pembahasan**

Hal ini menunjukan dengan memanfaatkan media Internet yaitu disini Instagrammaka memungkinkan pengguna media untuk meninjau pasar mereka yang sangat bagus dalam memanfaatkan media sosial khususnya pada platform Instagram. Seiring dan semakin berkembangnya pemakaian internet, maka perusahaan-perusahaan akan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosi dan pemasaran.

 Karena Instagram sendiri mempunyai beberapa fitur yang menguntungkan para pebisnis yaitu yang pertama fitur Instagram Insight, dalam fitur ini memungkinkan para perusahaan untuk melihat kinerja akun instagram, mulai dari pengikut baru, profil visit,jangkauan (reach), dan lain-lain. Instagram shopping, fitur yang tidak kalah membantu dalam berjualan dan memasarkan suatu brand di Instagram. Instagram ads, fitur yang sangat bagus untuk mempromosikan brand atau jasa anda, dengan cara menargetkan ke pasar perusahan tersebut maka instagram ads adalah fitur paling bagus dari Instagram.

Dalam memanfaatkan instagram sebagai media sosial pemasaran dalam menyampaikan informasi kepada publik yakni pelanggan yang merupakan salah satu dari publik eksternalnya. Agar strategi marketing yang diciptakan dapat berjalan dengan lancar dan omset yang selalu naik, dan beberapa jenis strategi pemasaran yang dapat dilakukan yaitu iklan berbayar, pemasaran transaksional, pemasaran media sosial, pemasaran interaktif, pemasaran konten, dan *Search Engine Optimization (*SEO), telemarketing, email marketing(Supangat & Amna, 2019)

1. **Kelebihan**

Kelebihan menggunakan Instagram untuk melakukan digital marketing content sangat menarik dan efektif karena instagram sangat popular dan memiliki jangkauan yang luas, Visual dan Efektif sehingga dapat menarik pelanggan dengan cepat, terdapat fitur iklan yang bisa disesuaikan dengant target pasar yang telah ditentukan oleh perusahaan-perusahaan tersebut.

1. **Kekurangan**

Dibalik kelebihan yang disuguhkan oleh fitur-fitur Instagram, tetap ada kekurangan yang harus diperhatikan untuk seseorang yang ingin memulai bisnis di Instagram yaitu persaingan ketat, karena ini adalah media sosial yang gratis maka akan terdapat banyak saingan dalam berjualan dan mempromosikan sebuah brand, yang kedua harus rajin upload karena berdasarkan algoritma instagram yaitu semakin sering upload akan semakin terlihat di explore instagram ataupun di home instagram itu sendiri, dan yang terakhir transaksi yang kurang praktis, tidak seperti marketplace lain yang sangat mudah dan aman untuk bertaransaksi.

1. **Kesimpulan dan Saran**

**Kesimpulan**: Media sosial yang selama ini kita tahu hanya untuk bersenang-senang ternyata sangat bisa untuk membantu bisnis dan usaha kita, tidak hanya bisnis jika kita memiliki sebuah karya juga bisa dipromosikan melalui sosial media, contohnya ya Instagram, dengan adanya fitur-fitur yang bisa membantu kita untuk meraih jangkauan yang lebih luas sehingga barang atau jasa yang kita promosikan bisa dikenal khalayak luas.

**Saran:** Semoga artikel ini bisa membantu pengguna sosial media di Indonesia untuk menjadi lebih baik dalam bidang atau bisnis lainnya. Dan membuat kita jadi bisa tau kelebihan sosial media agar bisa dapat berguna lebih dari yang biasanya kita bisa.

1. **Daftar Pustaka**

Nisrina, M. (2015). Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang. Yogyakarta: Kobis.

Supangat, Amna A. 2019, “Pemanfaatan Fitur Analisis Data Menggunakan K-Means Cluster Dalam Point of Sales (POS)

Sulianta, Feri. (2015). Keajaiban Sosial Media. Jakarta: PT. Gramedia

