PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM SEBAGAI SOSIAL MEDIA MARKETING PADA BRAND THENBLANK

MATA KULIAH TECHNOPRENEURSHIP DIGITAL CONTENT (A)

Supangat, M.Kom., ITIL., COBIT

Oleh

Yusni Nur Aini

1151800094

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2021

BAB I
PENDAHULUAN

Tidak dapat dipungkiri bahwa dengan seiringnya perkembangan suatu zaman, maka semakin berkembang juga teknologi informasi. Pada era digitalisasi ini segala bentuk aktivitas dikehidupan dapat termudahkan dengan adanya teknologi termasuk dalam pemanfaatannya sebagai proses pertumbuhan ekonomi. Teknologi informasi dan komunikasi menjadi suatu bagian yang begitu penting bagi para pemilik perusahaan atau sebuah bisnis. Dimana pemilik bisnis menempatkan sebuah teknologi sebagai hal yang mampu mendukung suatu pencapaian dari rencana yang telah ditentukan untuk tercapainya sasaran tujuan serta visi dan misi perusahaan (Supangat, 2019). Salah satu tanda dalam berkembangannya teknologi informasi dan komunikasi adalah dengan munculnya sosial media. Begitu banyak pemilik bisnis atau usaha yang memilih untuk memanfaatkan sosial media khususnya Instagram sebagai media untuk mempromosikan produknya. Seperti yang kita ketahui bahwa tak sedikit manfaat yang bisa didapatkan dari penggunaan media sosial itu sendiri. Saat ini sosial media begitu digemari oleh banyak masyarakat karena karena kemudahan dalam mengakses yang bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja tanpa adanya batasan, selain itu jangkauan yang luas juga menjadi alasan dipilihnya sosial media sebagai media penyebaran informasi. Instagram merupakan sebuah media sosial yang dipergunakan untuk membagikan sebuah foto maupun video secara singkat yang nantinya dapat dibagikan dan dilihat oleh sesama pengguna lainnya melalui jaringan internet. Instagram menggunakan sistem pertemanan dengan istilah *follower* untuk pengikut dan *following* yakni akun lain yang kita ikuti. Untuk mengetahui segala aktivitas dalam suatu akun di Instagram maka kita harus mengikuti akun tersebut. Pada Instagram juga memungkinkan untuk saling berkomentar serta memberikan respon suka terkait postingan yang ada sehingga terjadinya komunikasi dua arah antar pembuat konten dengan para pengguna lainnya.

Instagram menyuguhkan berbagai fitur-fitur bisnis yang dapat dimanfaatkan untuk menunjang proses marketing secara online, beberapa fitur yang cukup penting untuk digunakan seperti Instagram *Insight* yang berfungsi untuk melihat karakteristik dari seseorang yang mengakses akun bisnis tersebut seperti informasi terkait usia pengguna, lokasi tinggal, bahkan minat konsumen juga akan dapat terlihat dengan fitur tersebut. adanya fitur *insight* akan sangat bermanfaat dalam menentukan strategi marketing yang seperti apa nantinya yang akan

digunakan sebagai acuan dalam melihat perkembangan setiap trend yang terjadi. Fitur selanjutnya adalah Instagram *Stories*, sebuah fitur yang dapat dimanfaatkan oleh pemilik sebuah akun untuk menampilkan konten secara menarik selain di *feed*. Pada Instagram *Stories* juga memungkinkan untuk para calon pelanggan dapat berinteraksi dengan para pemilik bisnis. Terdapat juga fitur Sorotan Cerita yang dimana dapat dimanfaatkan untuk menyimpan *story* yang telah dibuat agar dapat dilihat lebih lama oleh pengguna lainnya dikarenakan fitur Instagram *Stories* hanya dapat menampilkan selama 24 jam dan kemudian tidak dapat diliat lagi selain pemilik konten tersebut. Lalu ada fitur siaran langsung (Live), dengan mengadakan sebuah live di Instagram tentu bisa menjadi salah satu cara pemilik bisnis untuk memperkenalkan produknya secara langsung. Dengan begitu calon pembeli dapat mengetahui dan mengenal lebih jauh terkait produk yang ditawarkan. Dan fitur yang terbaru adalah Instagram *Reels* yang dimana memungkinkan para penggunanya membuat sebuah video singkat yang nantinya dapat dibagikan. Fitur tersebut dapat menjadikan sebuah kesempatan bagi para penggunanya khususnya para pemilik bisnis untuk mendatangkan para *followers* atau pengikut karena fitur tersebut memiliki tempat khusus tersendiri di aplikasi Instagram.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

Pemanfaatan Instagram

Pemanfaatan Instagram diartikan sebagai menggunaan sesuatu (Instagram) yang dapat berguna atau bermanfaat. Yang dimana memanfaatkan sosial media Instagram sebagai wadah dalam melakukan marketing atau pemasaran dan bermanfaat untuk menyampaikan informasi kepada audiens (Viny Putri Fauzi, 2016). Dalam pemanfaatan tersebut diharapkannya dapat memberikan pengetahuan seputar produk yang dapat berguna bagi para audiens yang melihatnya. Sehingga nantinya calon pelanggan akan menjadi tahu terkait produk-produk yang ditawarkan.

Sosial Media Marketing

Sosial media marketing merupakan sebuah teknik marketing yang menggunakan sebuah sosial media sebagai tempat untuk mempromosikan sebuah produk dan sebagai sarana guna membangun target pasar dari bisnis *online.* .Sosial media merupakan sebuah saluran yang mendukung komunikasi guna memasarkan suatu produk secara cepat dan lebih menguntungkan jika dibanding dengan menjual secara langsung (Viny Putri Fauzi, 2016). Dalam dewasa ini sebagian besar masyarakat cenderung menggunakan sosial media dalam sehari-hari, yang dimana membuktikan bahwa sosial media sangat digandrungi oleh masyarakat. Konten yang terdapat di sosial media bersifat digital dengan berbagai format yakni teks atau tulisan, video audio, gambar maupun kombinasi yang diubah kedalam bentuk digital. Konten tersebut nantinya dapat dengan mudah untuk dibaca serta dibagi melalui *platform* media digital seperti *smartphone*, tablet hingga laptop (Supangat, 2020) Maka dari itu pemanfaatan sosial media sebagai sarana marketing sangatlah dibutuhkan. Sosial media merupakan sebuah wadah yang didesain untuk memudahkan sebuah interaksi yang bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet dan mengubah pola penyebara informasi yang pada awalnya bersifat *broadcast* media *monologue* menjadi sosial media *monologue* (Kurniawan, 2017).

Kegiatan marketing menjadi sangat populer dalam penggunaan sosial media untuk mendapatkan pasar. Selain itu pemanfaatan sosial dalam marketing juga memiliki beberapa manfaat seperti mudahnya dalam berinteraksi antar pemilik bisnis dan calon pembeli yang bersifat interaktif dan juga instan, yang dimana calon pembeli dapat dengan mudah untuk mendapatkan informasi terkait suatu produk secara cepat. Selain itu para calon pembeli juga

tidak perlu berkeliling dari satu toko ke toko lain untuk mengetahui suatu produk, melalui sosial media calon pembeli dapat bebas memilih dan memesan barang selama 24 jam. Hal tersebut juga didukung dengan pola pikir dari masyarakat modern yang saat ini semakin cenderung mencari sebuah kepraktisan karena keterbatasan waktu

BAB III
PEMBAHASAN

Akun Instagram @ThenBlank merupakan salah satu dari media sosial yang digunakan sebagai media promosi Brand ThenBlank. ThenBlank merupakan perusahaan ritel yang memperjualkan produk *fashion* wanita yang telah berdiri sejak 2012. Saat ini akun Instagram @ThenBlank memiliki 781.000 *followers* atau pengikut. Jenis marketing yang dilakukan melalui sosial media Instagram adalah advertising, yakni upaya perusahaan dalam menarik perhatian pelanggannya melalui pesan yang disampaikan dalam bentuk video, gambar maupun kata-kata terkait produk yang ditawarkan (Prawinda, 2021). Konten Instagram marketing yang diproduksi serta dipublikasikan oleh ThenBlank berupa visual dan audiovisual. Dalam bentuk gambar seperti foto produk dan dalam bentuk video diantaranya adalah video perkenalan produk serta *reviews* produk.

Dalam melakukan marketing melalui sosial media tentu terdapat strategi yang dilakukan seperti menggunakan konsep AIDA, yakni :

1. *Attention* : sebuah konsep bagaimana pemilik bisnis dapat menarik sebuah perhatian dan minat audiens
2. *Interest* : bagaimana audiens dapat berminat atau tertarik dengan produk yang pemilik bisnis tawarkan
3. *Desire* : konsep bagaimana dapat meyakinkan audiens terkait produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan
4. *Action* : dapat mengarahkan audiens dalam mengambil sebuah tindakan yakni membeli produk yang ditawarkan.

Dalam menerapkan konsep AIDA terhadap kegiatan marketing melalui sosial media Instagram terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dan dilakukan agar kegiatan marketing dapat berjalan secara efektif, hal tersebut mencakup :

1. Menggunakan akun Instagram bisnis

   Akun Instagram bisnis dapat membantu para pemilik bisnis dalam membangun sebuah brand secara professional. Tentunya dengan menggunakan akun Instagram bisnis

akan mendapatkan fitur-fitur yang bermanfaat dan tidak didapatkan dalam akun Instagram pada umumnya, yang salah satunya adalah fitur Insight. Fitur tersebut dapat menganalisa terkait performa konten yang telah dibagikan dalam akun bisnis. Dalam akun bisnis juga dapat memberikan keterangan terkait tentang akun yang dimiliki. Terdapat berbagai pilihan kategori yang dapat dipergunalan sesuai dengan kebutuhan. Yang salah satunya Pakaian (Merek) seperti yang dipergunakan akun Instagram @ThenBlank. Dengan begitu para pengunjung akun Instagram akan lebih mudah dalam mengenal produk yang ditawarkan dalam akun tersebut.

2. Selalu membuat postingan menarik

Agar sukses dalam menarik perhatian dan menarik banyak audiens tentunya diperlukan membuat konten postingan menarik secara konsisten. Postingan yang dibuat haruslah menarik informatif serta bersifat edukatif. Sosial media Instagram memiliki perbedaan dibanding dengan sosial media lainnya yakni memiliki keunggulan secara visual. Konten yang menarik dapat dibuat dengan menentukan skema warna agar dapat memberikan kesan kepada para audiens. Konten yang terdapat pada akun Instagram @ThenBlank memiliki karakteristik warna yang berbeda sesuai dengan edisi pakaian yang dirilis. Setiap bulannya ThenBlank merilis pakaian secara berbeda dan memiliki karakteristik yang berbeda juga. Tentunya hal tersebut dapat menarik perhatian audiens karena kekonsistenan ThenBlank dalam mem*publish* konten produk. Selain berfokus pada pemilihan warna pada konten, penulisan keterangan dalam foto produk juga diterapkan agar para pengunjung dapat memahami serta teredukasi terkait produk tersebut. selain membuat konten foto produk, ThenBlank juga menampilkan produk dalam bentuk video. Video yang ditampilkan berupa video singkat terkait cara pemakaian produk serta video singkat cara memadu-padankan pakaian sehingga akan terlihat menarik untuk dikenakan. Hal tersebut tanpa disadar akan membuat audiens lebih tertarik sehingga dapat menimbulkan *action* untuk membeli.

3. Memanfaatkan fitur-fitur Instagram

Terdapat berbagai fitur yang telah disediakan oleh Instagram dalam menunjang kegiatan marketing diantaranya :

a. Instagram *story*

Dalam Instagram *story* dapat dipergunakan untuk memposting sebuah informasi, melakukan Tanya jawab dengan audiens serta dapat melakukan survey dengan menggunkan fitur *polling* yang terdapat pada Instagram *story*

b. Highlights

Fitur tersebut berfungsi sebagai menampilkan kembali postingan Instagram *story* yang pernah dibuat dan bersifat permanen. Fitur *highlights* dapat dipergunakan untuk memberikan informasi terkait produk. Seperti yang dilakukan oleh ThenBlank pada akun Instagram, pada akun tersebut terdapat berbagai *highlights* dengan postingan yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan seperti nformasi terkait produk yang baru rilis, *reviews* para pembeli, cara pembelian, ukuran pakaian, tutorial pemakaian produk pakaian. Dengan begitu tentu akan sangat membantu para pengunjung akun Instagram ThenBlank dalam mengetahui informasi yang dibutuhkan secara cepat.

c. Tetap berinteraksi dengan audiens

Sosial media Instagram juga memugkinkan para penggunanya untuk saling berinteraksi baik melalui pesan pribadi mauapun pada kolom komentar. Dengan berinteraksi terhadap calon pembeli, maka secara tidak langsung akan menciptakan sebuah hubungan lebih personal. Tentunya dapat menaikkan rasa keercayaan konsumen terhadap sebuah brand.

d. Berkolaborasi dengan *influencer*

Melakukan sebuah kolaborasi adalah sebuah upaya dalam membangun sebuah koneksi bersama dengan pihak lain untuk mendapatkan sebuah keuntungan secara timbal balik. Dengan berkolaborasi maka produk akan semakin dikenal luas oleh masyarakat dan dapat menjadi hal yang menarik terlebih lagi dapat berkolaborasi dengan sesorang yang banyak dikenal oleh masyarakat luas dan tentunya tetap relevan dengan bisnis. Dengan melakukan kolaborasi bersama seseorang/pihak yang tepat dan dapat menyasar target pasar tentu akan adanya peluang dalam meningkatkan sebuah penjualan. Brand ThenBlank melakukan teknik marketing yang salah satunya adalah dengan cara berkolaborasi dalam meluncurkan dan memperkenalkan koleksi produk terbaru bersama dengan artis ternama. Produk yang diperjualkan oleh ThenBlank sebagian besar adalah *fashion* wanita maka kolaborasi yang dilakukan sebagian besar dengan para artis wanita.

BAB IV
SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Seiring berkembangnya suatu zaman, penggunaan teknologi digital juga dilakukan sebagai proses pertumbuhan ekonomi. Sosial media Instagram menjadi salah satu media yang dapat digunakan dalam kegiatan marketing. Instagram merupakan media sosial yang dipergunakan untuk membagikan sebuah foto maupun video secara singkat yang nantinya dapat dibagikan dan dilihat oleh sesama pengguna lainnya melalui jaringan internet. Sosial media marketing merupakan teknik marketing yang menggunakan sosial media sebagai sarana untuk mempromosikan sebuah produk yang ditawarkan. Memanfaatan sosial dalam marketing memiliki manfaat seperti mudahnya dalam berinteraksi antar pemilik bisnis dan calon pembeli yang bersifat interaktif dan juga instan Konsep AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) dapat dipergunakan dalam melakukan marketing melalui sosial media Instagram.

Penerapan konsep AIDA dalam kegiatan marketing melalui sosial media Instagram dapat dilakukan dengan memaksimalkan penggunaannya seperti yang telah diterapkan brand *fashion* ThenBlank yakni menggunakan akun Instagram bisnis sehingga masyarakat akan lebih mengetahui terkait akun tersebut karena pada akun bisnis tersedia keterangan terkait tentang akun yang dimiliki, selain itu juga terdapat fitur Insight untuk melihat performa dari akun bisnis, pengelolahan konten produk ThenBlank yang menarik dan berisikan informasi terkait produk yang ditawarkan juga membuat audiens menjadi tertarik dan dapat memahami tentang produk yang dijual, memanfaatkan fitur Instagram *story* dan fitur *highlight* yang berisikan informasi-informasi penting terkait jenis produk, cara pemakaian atau tutorial, serta informasi cara pembelian juga akan membantu audiens untuk dapat dengan mudah mengetahui informasi tanpa harus bertanya terlebih dahulu, interaksi yang dilakukan dengan para audiens atau calon pembeli melalui kolom komentar juga dapat membantu para pemilik bisnis untuk memiliki hubungan yang lebih intens dan akan menimbulkan kepercayaan audiens terhadap brand, bentuk kerja sama atau kolaborasi bersama *influencer* ternama yang relevan dengan produk bisnis yang dilakukan oleh ThenBlank juga menjadi salah satu cara yang unik dalam memperkenalkan setiap produknya, sehingga nantinya produk-produk akan lebih dikenal luas dengan bantuan para *influencer* ternama yang memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak.

Saran

Kegiatan marketing melalui sosial media Instagram tentu membutuhkan kekonsistenan dalam mem*publish* suatu konten produk foto maupun video. Yang dimana tidak hanya sekadar memposting sebuah gambar namun juga memperhatian disetiap desain yang ditampilkan. Dengan begitu audiens selaku para calon pembeli akan memiliki rasa ketertarikan dan dapat mencari tahu lebih lanjut terkait produk yang ditunjukkan. Diperlukannya keaktifan pemilik akun bisnis pada sosial media untuk selalu berinteraksi terhadap audiens. Hal tersebut akan membuat para calon pembeli merasa dihargai dan akan menciptakan citra baik terhadap sebuah akun bisnis. Namun yang perlu diperhatikan juga dalam melakukan kegiatan marketing melalui sosial media juga memiliki sebuah kekurangan yakni adanya biaya penggunaan data internet yang cukup mahal apabila dilakukan dalam jangka panjang. Hal tersebut dikarenakan dalam mengakses sosial media sendiri membutuhkan data internet yang cukup.

DAFTAR PUSTAKA

Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern pada Batik Burneh. *Kompetensi*.

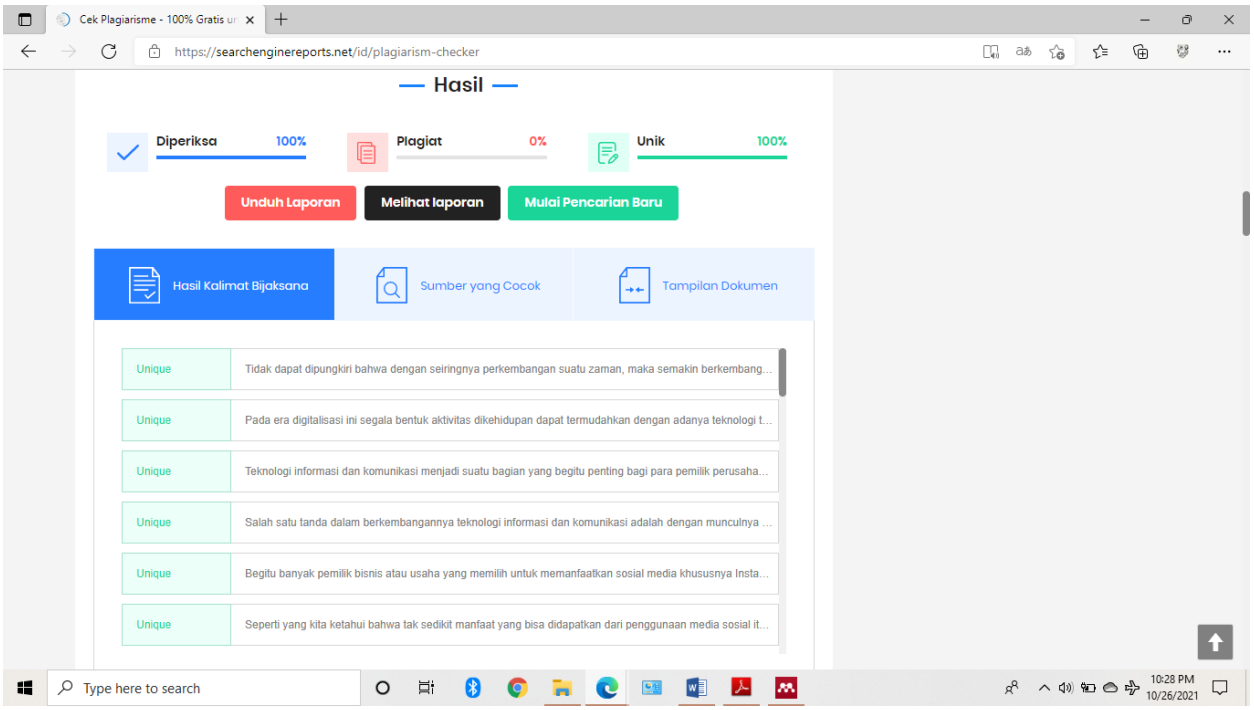
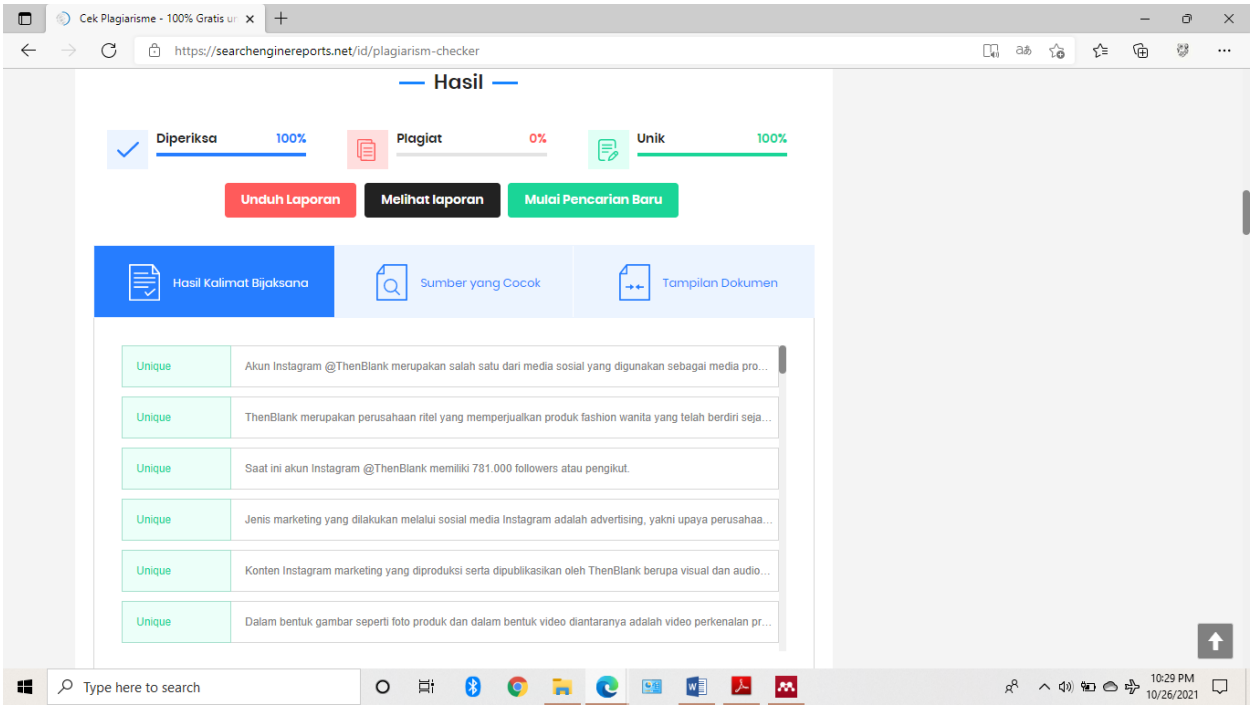
Prawinda, E. (2021). *Digital Konten Media Strategi Marketing Dalam Instagram Makwinfood*.

Supangat. (2020). *Pertemuan Keempat - Digital Content*.

Supangat, S. (2019). Analisis Tingkat Kematangan Dan Perancangan Peningkatan Layanan Sistem Informasi Rektorat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (Studi Kasus : Badan Sistem Informasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Konvergensi*, *15*(1). https://doi.org/10.30996/konv.v15i1.2831

Viny Putri Fauzi. (2016). Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing ER-Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Pekanbaru. *Jom Fisip*.

Hasil Cek Plagiarisme Pendahuluan, Tinjauan Pustaka



Hasil Cek Plagiarisme Pembahasan, Simpulan dan Saran