

**PENERAPAN CONTENT MARKETING PADA AKUN MEDIA SOSIAL
(INSTAGRAM) RENA FACTORY OUTLET**

TECHNOPRENEURSHIP DIGITAL CONTENT (A)

Supangat, M.Kom, ITIL, COBIT.



Oleh :

RISMA NUR ALIVIA

1151800107

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

2021

Latar Belakang

Kehidupan manusia memang tidak dapat dipisahkan dengan komunikasi, dimana ada kehidupan maka didalamnya pasti ada komunikasi, komunikasi sendiri menurut Harold Laswell merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa” “ mengatakan apa” “dengan saluran apa” “kepada siapa”, “dengan akibat apa”. (*who says what in which channel to whom and with what effect*)(Budi, Sos, and Si n.d.). Sedangkan untuk media komunikasi sendiri saat ini sangat beraneka ragam dan fungsinya kini juga bukan sebatas untuk berkomunikasi saja melainkan untuk banyak hal lain seperti untuk bekerja maupun untuk bersosialisasi, untuk bersosialisasi sendiri saat ini telah tersedia banyak sekali media sosial, media sosial menurut Dr. Rulli Nasrullah M.Si. (2016 ; 13) merupakan merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna untuk mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Salah satu dari sekian banyak media sosial diantaranya yaitu *instagram*, *instagram* merupakan media sosial dimana kita dapat berbagi foto maupun video pada *feeds instagram* atau pada *instastory*, selain itu ada juga fitur *reels* dan *igtv*. saat ini tak jarang jika semakin banyak pengguna yang tidak hanya menggunakan *instagram* untuk berbagi momen bahagia mereka saja, melainkan juga memanfaatkan hal tersebut untuk melakukan berbagai bisnis secara online.

Agar bisa berbisnis secara online tentunya konten yang kita unggah ke media sosial *instagram* bukanlah sembarang konten, melainkan suatu konten menarik yang dapat menimbulkan *feedback* sesuai apa yang kita inginkan. Untuk membuat konten pada *instagram* bukanlah suatu hal yang sangat sulit, karena *instagram* sendiri telah menyediakan banyak fitur penunjang seperti kamera, editor, *sticker*, dan banyak sekali *filter-filter* yang membuat konten kita menjadi semakin manis untuk kita publikasikan. Selain itu ada juga *tag* dan *hashtag*, *tag* sendiri merupakan fitur dimana kita dapat menandai akun lain pada postingan yang akan kita publikasikan, sedangkan *hashtag* merupakan kata yang diawali dengan tanda (#) sebagai penanda dari postingan tersebut agar dapat muncul saat dicari menggunakan *hashtag* yang telah diberikan tersebut. Karena banyaknya fitur pada *instagram* maka sangat memungkinkan apabila para penggunanya juga memanfaatkan media sosial ini untuk menjadi salah satu media bagi bisnis yang sedang mereka jalankan, tentu saja dengan cara membuat konten marketing yang menarik dan memenuhi kriteria sebagai konten marketing lalu mengunggahnya pada *instagram*, jadi hal inilah yang membuat konten marketing sangat menarik untuk diulas lebih dalam lagi.

Tinjauan Pustaka

Pemanfaatan media sosial sebagai medium alternatif untuk mengomunikasikan pesan-pesan pemasaran semakin masif. Dalam lanskap industri marketing kontemporer ini yang lazim disebut konten marketing. Namun pemanfaatan medium ini tidak selalu dibarengi pemilihan strategi yang tepat. Padahal pemanfaatan konten marketing secara tepat dapat menghasilkan brand engagement yang sangat kentara. Oleh sebab itu selalu menarik untuk mengamati bagaimana konten yang digunakan oleh sebuah brand, lalu melihat apakah strategi yang digunakan telah sesuai atau tepat dengan tujuan yang diharapkan. (Pandrianto & Genep Sukendro, n.d.)

Pembahasan

Konten dalam beragam format baik teks atau tulisan, gambar, video, audio atau kombinasinya yang diubah dalam bentuk digital, sehingga konten yang diciptakan tersebut dapat dibaca dan mudah dibagi melalui *platform* media digital seperti laptop, tablet bahkan *smartphone*. (Supangat, n.d.) Sedangkan konten marketing pada dasarnya adalah strategi pemasaran yang dilakukan melalui sebuah konten, konten tersebut dapat berupa foto, video ataupun desain grafis yang kemudian didistribusikan melalui suatu media, salah satunya yaitu media sosial, media sosial ini sangat beragam ada *facebook, twitter, line, instagram, whatsapp* dan masih banyak lagi yang lainnya, namun kali ini yang akan kita ulas yaitu konten pada media sosial *instagram*. Konten marketing haruslah dibuat dengan semenarik mungkin agar dapat menarik perhatian dari target yang dituju. Adapun syarat agar konten marketing bisa dikatakan baik, yaitu :

1. Berguna
2. Mudah diakses
3. Desain yang sederhana namun menarik
4. Memiliki tujuan yang jelas
5. Dapat diakses oleh siapa saja

Jika hal diatas diterapkan dalam pembuatan konten maka tingkat pengaruh konten pada target juga dapat menjadi lebih baik.

Rena Factory Outlet merupakan salah satu online dan offline store yang menjual berbagai macam pakaian wanita maupun pria, bahkan juga anak-anak, selain itu ada juga tas, sandal dan berbagai macam produk kecantikan, Rena Factory Outlet juga memiliki offline store yang terletak di Kota Tuban. Rena Factory Outlet memanfaatkan jejaring sosial *instagram*

sebagai salah satu media untuk memasarkan produk yang dipasarkannya. Mereka memiliki beberapa jenis konten yang sering mereka publikasi sebagai konten marketing pada akun *instagramnya*, diantaranya yaitu *review* produk dan katalog produk itu sendiri. Untuk mengunggah konten review produk biasanya mereka akan *mereview* produk mereka satu per satu melalui *instastory* dan menjelaskan bagaimana kelebihan serta keunggulan dari produk tersebut, setelah memberikan penjelasan mengenai produk tersebut kemudian mereka akan memberitahukan harga produk tersebut dan memberikan tautan link agar target pasar yang mereka tuju dapat langsung melakukan pembelian terhadap produk tersebut secara online, karena *instastory* akan hilang setelah 24 jam maka mereka juga tidak lupa untuk mengunggah katalog produk mereka pada *feeds* agar nantinya para *followers* yang ingin membeli produk tersebut tetap bisa menemukan produk incaran mereka. Selain itu Rena Factory Outlet juga sering mengunggah vidio dari akun *tiktok* mereka pada *instagram*, hal ini dilakukan agar mereka selalu muncul pada beranda maupun pencarian pada *instagram*, karena semakin sering mereka muncul maka akan semakin tinggi pua engagement brandnya.

Kesimpulan dan Saran

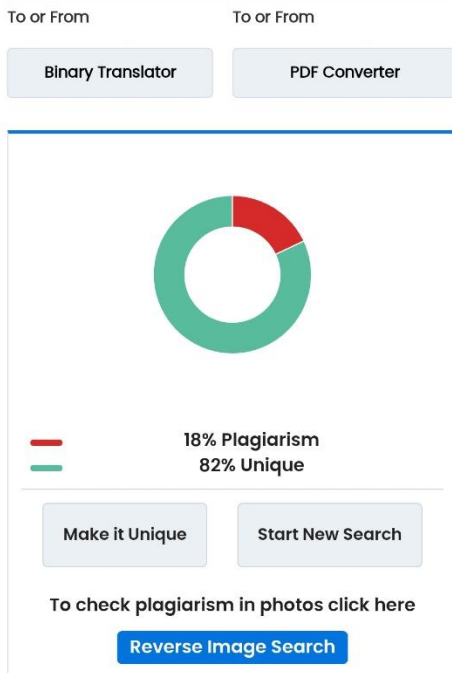
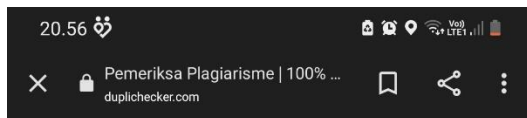
Rena Factory Outlet melakukan marketing melalui media sosial *instagram* dengan cara mengunggah konten marketing berupa foto dan vidio, hal tersebut terkadang dapat membuat audiens merasa bosan karena konten yang itu-itu saja, hal ini dapat diatasi dengan memberikan konten yang berbeda dengan sebelumnya, misalnya dengan menambahkan maupun memadukan konten dengan desain grafis yang lebih *fresh* dan menarik.

Daftar Pustaka

Budi, R., Sos, S., & Si, M. (n.d.). *Perpustakaan Nasional RI Katalog Dalam Terbitan RAYUDASWATI BUDI PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI.*

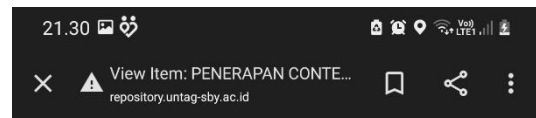
Pandrianto, N., & Genep Sukendro, G. (n.d.). *Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement.*

Supangat. (n.d.). *Content Marketing.* Retrieved October 28, 2021, from Konten dalam beragam format baik teks atau tulisan, gambar, video, audio atau kombinasinya yang diubah dalam bentuk digital, sehingga konten yang diciptakan tersebut dapat dibaca dan mudah dibagi melalui platform media digital seperti laptop, tablet bahkan smartphone.



Latar Belakang

Kehidupan manusia memang tidak dapat dipisahkan dengan komunikasi, dimana ada kehidupan maka didalamnya pasti ada komunikasi, komunikasi sendiri menurut Harold Laswell merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa” “mengatakan apa” “dengan saluran apa” “kepada siapa”, “dengan akibat apa”. (who says what in which channel to whom and



REPOSITORY
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

View Item: **PENERAPAN CONTENT MARKETING PADA AKUN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) RENA FACTORY OUTLET**

Item has been deposited.

Your item will not appear on the public website until it has been checked by an editor.

This item is in review. It will not appear in the repository until it has been checked by an editor.

Preview Details Actions History

Nur Alivia, Risma **PENERAPAN CONTENT MARKETING PADA AKUN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) RENA FACTORY OUTLET. PENERAPAN CONTENT MARKETING PADA AKUN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) RENA FACTORY OUTLET. (Unpublished)**

Text
PENERAPAN CONTENT MARKETING PADA AKUN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) RENA FACTORY OUTLET.pdf
[Download \(14.6KB\)](#)

Item Type: Article
Subjects: [Social Sciences > I&L, Transportation and Communications](#)
Depositing User: 1151893107 Risma Nur Alivia
Last Modified: 28 Oct 2021 14:29
URI: <https://repository.untag-sby.ac.id/eprints/handle/12198>

NTAG SURABAYA REPOSITORY is powered by [EPrints 3](#) which is developed by the [School of Electronics and Computer Science](#) at the University of Southampton. [More information](#) 
[id software credits](#)
sitors (since 4 January 2019): [01130140](#)
[ew UNTAG Surabaya Repository Stats](#)