

**STRATEGI CONTENT MARKETING INSTAGRAM PADA TOKO
ONLINE ZALORA INDONESIA**

TECHNOPRENEURSHIP DIGITAL CONTENT (R)

Supangat, S.Kom., M.kom., COBIT



Oleh

Fikri Maulana Darmawan

1151800109

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

2021

Latar Belakang

Dalam menjalani kegiatan bisnis secara berkala dimana saat ini sedang mengalami masa-masa pandemi wabah covid-19 yang berangsur-angsur transisi, hampir kebanyakan sebagian masyarakat sangat mengutamakan kegiatan berbelanja. Sistem belanja yang sangat di favoritkan oleh masyarakat kita adalah salah satunya dengan cara melalui belanja online yakni bisa dari situs, aplikasi atau melalui media sosial dari perusahaan penyedia belanja online salah satunya seperti Zalora.

Zalora merupakan perusahaan bisnis dengan mengutamakan sistem penjualan secara online yang dimanfaatkan oleh pihak pengembang perusahaan di beberapa sektor. Zalora sendiri berpusat pada di salah satu negara Asia Tenggara, salah satunya juga membuka cabang di Indonesia sebagai negara dengan populasi penduduk terbanyak untuk meningkatkan penjualan dan brand awareness mereka. Di satu sisi, digital marketing memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. [1]

Hal ini membuat saya tertarik untuk mengulik bagaimana cara kerja dan penyusunan content marketing mereka dengan begitu cantik dan rapi, salah satunya pada media Instagram. Di tengah riuhnya penggunaan platform digital sebagai medium komunikasi, hal yang paling harus diperhatikan dalam platform ini adalah formulasi konten atau pesan yang akan dikomunikasikan kepada audiens. Jika di website yang mereka kelola, sudah sangat menunjukkan secara jelas bagaimana mereka memasarkan segala produk layaknya sebuah toko yang di isi dengan berbagai macam produk mulai dari perlengkapan fashion & lifestyle. Maka dari itu pada media Instagram akan digali secara lebih kompleks bagaimana mereka memantain serta mengelola content marketing secara dalam berbagai segmen. [2]

TINJAUAN PUSTAKA

a. Content

Sebuah media bisnis secara digital baik dari segi platform manapun, akan membutuhkan isi konten untuk menarik minat konsumen secara lebih massif dan berkala. Dalam setiap platform yang digunakan baik itu instagram, facebook, youtube dan lain-lain, akan sangat membantu sektor bisnis dari usaha yang dijalankan. Disisi lain sebuah konten tidak hanya sebagai objek pemenuh kebutuhan isi dari sosial media bisnis itu sendiri, namun sangat efektif sebagai pembentukan identitas bisnis juga

Wuebben (2012) mengungkapkan bahwa konten dalam digital marketing yang sukses adalah konten yang mampu membuat merek masuk meresap ke dalam hati dan pikiran calon target konsumen dan pelanggan, oleh karena itu penting sekali untuk mampu memberikan relevansi konten yang tepat dengan audiens. Bagaimana sebuah konten tersebut dapat diolah dengan sangat beragam dengan memanfaatkan berbagai fungsi-fungsi yang disediakan, serta bagaimana kita dapat mengembangkan fitur-fitur menarik untuk mengemas sebuah konten dengan cantik. Dengan pengenalan berbagai segmen yang menarik akan membantu kita menjelajah ide konten yang akan dikembangkan secara lebih luas. [4]

b. Marketing

Dalam melakukan suatu pengenalan produk, sangat dibutuhkan kemampuan untuk memasarkan produk tersebut dengan pedoman utama untuk menginformasikan kepada konsumen mengenai informasi produk secara detail. Baik dalam bisnis apapun, entah itu secara offline atau online, pemasaran suatu produk adalah suatu sistem atau tujuan yang wajib demi keberlangsungan dan kesuksesan suatu usaha.

Pemasaran adalah kunci penting untuk meningkatkan penjualan kita secara lebih meningkat. Prinsip content marketing adalah menawarkan konten di media cetak maupun media digital, yang relevan dengan target pasar. Dengan memanfaatkan berbagai cara dalam melakukan pemasaran secara online seperti media sosial yang sangat sering digunakan anak-anak remaja sekarang seperti salah satunya Instagram. Berbagai pemanfaatan fitur audio visual yang dapat kita gunakan untuk pemasaran sangat membantu kita mengenalkan berbagai produk kita kepada konsumen. [3]

PEMBAHASAN

1. Content Marketing

Pemasaran konten produk Zalora sangat dibutuhkan untuk bagaimana kita akan mengenalkan produk bisnis kita kepada konsumen. Dengan dilakukannya content marketing yaitu dengan tujuan untuk melakukan pemasaran produk secara bertahap. Pertama dengan membuat rencana isi konten, kemudian bagaimana konten dibuat semenarik mungkin dan bagaimana konten tersebut di distribusikan melalui media Instagram Zalora.

2. Hal-hal Penting Dalam Merencanakan Sebuah Konten Marketing Instagram

- Target konsumen : Dalam hal ini mereka menasar pada konsumen dengan rentan usia 17-30 tahun yang dimana mereka anak-anak remaja dan dewasa yang sangat update pada sosial media instagram yang ada di seluruh Indonesia.
- Perencanaan konten : Dengan target pasar masyarakat Indonesia maka dengan penggunaan bahasa indonesia yang memang sudah sangat mudah di mengerti juga. Melihat bisnis ini adalah situs jual-beli secara online maka hampir 90% isi konten berupa visual apalagi dengan memanfaatkan media Instagram.
- Bobot konten : Melihat hampir kebanyakan isi konten berupa foto dan video dan sangat mengandalkan kemampuan desain grafis maka bobot dalam konten instagram cukup berat.
- Sifat konten : Branding sekaligus menjual produk secara online.

3. Hal-hal Penting Dalam Membuat Kontent Marketing Instagram

- *Fitur Instagram Story*
Pada bagian ini, mereka memanfaatkan seperti seharusnya fitur-fitur yang sudah sangat khas bagi media Instagram. Dengan memasukkan isi konten berupa promo-promo seperti voucher atau diskon dengan menyediakan akses *link*/tautan agar memudahkan konsumen jika ingin langsung mengakses atau melihat produk yang sedang promo.
- *Fitur Toko Instagram*
Salah satu fitur yang sedang muncul baru-baru ini yaitu fitur toko. Dimana dari Zalora sendiri dapat menjual produk secara langsung seperti yang bisa

dilakukan pada website mereka sendiri, namun pada bagian ini mereka bisa langsung memesan tanpa harus melalui website Zalora untuk konfirmasi langsung dan pembayaran langsung produk Zalora.

- *Fitur Segmen Story*

Dimana pada bagian ini mereka bisa dengan mudah membuat segmen khusus dari *story* Instagram yang sudah dikumpulkan. Dengan memanfaatkan fitur ini mereka bisa memiliki berbagai segmen menarik yang bisa dilihat konsumen seperti *Giveaway*, *Lucky Treats*, *Quiz*, *Customer Service* dan berbagai event-event yang sedang diadakan.

- *Fitur Halaman Utama*

Sudah sangat jelas bahwa pada bagian ini mereka akan memanfaatkan konten dengan tujuan mengenalkan produk kepada konsumen dengan memasukkan gambar dan video produk kepada konsumen pada halaman utama beranda Zalora di Instagram.

- *Fitur Reels*

Disini mereka memanfaatkan konten berupa audiovisual dengan tujuan yang sama mengenalkan produk namun melalui kolaborasi dengan beberapa influencer yang memang bekerja sama dengan Zalora untuk menaikkan *brand awareness* Zalora sendiri.

- *Fitur IGTV*

Pada bagian ini mereka lebih menunjukkan isi konten mengenai tips dalam ruang lingkup fashion dan lifestyle kepada konsumen dengan tujuan membuat konsumen merasa lebih akrab dan lebih mengenal produk-produk Zalora.

4. Konsep Content Marketing Instagram Zalora

- *Edukasi*, dengan tujuan utama adalah mengenalkan produk fashion dari Zalora mereka memanfaatkan Instagram dengan sangat efektif bagaimana dengan konsep audio visual, konsumen sudah dengan mudah menjangkau berbagai produk dari Zalora. Dan yang membedakan bagaimana mereka mengemas konten dengan sangat rapi menunjukkan kualitas tinggi pada produk-produknya.

- *Testimoni*, mungkin tidak terlalu ditunjukkan karena Zalora adalah salah satu situs jual beli produk fashion dan lifestyle yang sangat besar dan terpercaya bagi masyarakat. Cukup dengan memberikan segmen *customer service* konsumen sudah mampu bertanya dan konsultasi langsung pada pihak Zalora.
- *Jualan* sebagai fokus utama dengan digunakannya media Instagram selain sebagai memasarkan produk untuk mengenalkan produk, mereka juga menargetkan konsumennya yang mengakses Instagram juga dapat melakukan jual beli secara langsung tanpa harus melalui website resmi Zalora.

5. Kelebihan dan Kekurangan Materi

- Kelebihannya terletak pada penguasaan materi pada konten marketing sangat jelas dan ringkas. Dengan penggunaan gaya bahasa yang sangat mudah dipahami dan konteks-konteks materi yang cukup relevan. Serta desain dari pemaparan materi yang dikemas sangat menarik.
- Kekurangan materi hanya terletak pada pemaparan materi yang tidak dijelaskan secara langsung.

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Sebuah konten marketing merupakan bentuk pemanfaatan untuk mengenalkan produk usaha kepada konsumen. Yang dimana pada era digital sudah sangat marak digunakan sebagian besar dengan memanfaatkan berbagai media atau platform seperti Instagram salah satunya. Instagram merupakan platform yang bisa dibilang cukup efektif tidak hanya untuk mengenalkan produk tetapi juga untuk menjual produk secara online dan langsung kepada konsumen. Apalagi jika sudah memiliki pasar yang sangat luas seperti Zalora maka konsumen tidak perlu susah atau ragu, karena dengan melihat kualitas konten Instagram kita sudah mampu membuat konsumen melihat kita sebagai salah satu usaha bisnis yang sangat kredibel dan terpercaya.

b. Saran

Lebih mengacu pada bagaiman dari Zalora sendiri meningkatkan kualitas, afiliasi dan kolaborasi dengan beberapa Influencer untuk meningkatkan target pasar mereka secara lebih massif lagi. Dalam hal ini mereka juga perlu meningkatkan ide-ide yang efektif untuk meningkatkan kualitas isi konten tadi. Dengan followers Instagram yang sudah sangat banyak akan lebih baik juga bila mampu meningkatkan sistem pemasaran produk dalam media lain seperti Tiktok atau Youtube yang sedang tren dan diminati sebagian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Supangat, S. (2021). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PT BUKA LAPAK DALAM MENGEMBANGKAN UMKM MELALUI MARKETPLACE. *PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PT BUKA LAPAK DALAM MENGEMBANGKAN UMKM MELALUI MARKETPLACE*.
- [2] Nigar Pandrianto, Gregorius Genep Sukendro. (2018). Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 167-176
- [3] Dhealda Ainunn Saraswati, Chatia Hastasari. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co Dalam Mempertahankan Brand Engagement. vol. 9, no. 2, pp. 114-128
- [4] Hayu, R.S. (2019). Smart Digital Content Marketing, Strategi Membidik Konsumen Millennial Indonesia. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 4(1), 61-69

Properti Pindai

Jumlah kata: 875

Hasil Ditemukan: 3

To or From

Binary Translator

To or From

PDF Converter



8%

Plagiat

93%

Unik

Buat itu unik

Mulai Pencarian Baru

Untuk memeriksa plagiarisme di foto klik di sini

Reverse Image Search