**Digital Konten Media Strategi Marketing Dalam Instagram**

**Kain Batik Troso**

ARSITEKTUR ENTERPRISE

Supangat, M.Kom., ITIL., COBIT

|  |
| --- |
|  |
|  | C:\Users\sammy\AppData\Local\Temp\ksohtml\wps58BA.tmp.png |

Oleh:

(ABDULLAH SAMMI) (1461800187)

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2021**

**Latar Belakang**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran melalui media sosial Instagram.kekuatan dan jangkauan Instagram tidak dapat disangkal. Instagram memang dimulai sebagai aplikasi foto sederhana. Namun kini, Instagram telah mengalami banyak perubahan dan menjadi platform yang memungkinkan pengguna membangun identitas visual bisnisnya. Penting untuk diingat bahwa pengguna Instagram menghargai konten berkualitas tinggi. Foto dan video yang memberikan informasi menarik kepada penonton dengan cara baru dan unik. Dengan mengoptimalkan konten subur batik yang berisi penulisan nada menghibur untuk mendorong keterlibatan pelanggan dan mengelola platform yang menangkap identitas visual merek subur batik terdengar menakutkan pada awalnya. Tapi itu akan membuat Instagram menyenangkan dan mudah.

**Tinjauan pustaka**

Saat ini Teknologi Informasi (TI) menjadi suatu bagian yang sangat penting bagi perusahaan atau lembaga-lembaga yang berskala enterprise (Mandita, 2016). Setiap perusahaan atau usaha di bidang makanan ataupun minuman secara online menggunakan Teknologi Informasi sebagai acuan mengelola strategi pemasaran. Dalam kegiatan bertransaksi secara online, pengguna internet dapat leluasa menggunakan fitur yang telah ada. Teknologi pada saat ini memiliki berbagai macam platform yaitu instagram, youtube, snapchat, wa, telegram dan lain-lainnya. Instagram adalah salah satu media yang memiliki pengguna paling banyak, dari berbagai kalangan seperti, anak sekolah, pengusaha, sekolah, pemerintah dan masih banyak lagi. Dampak dari desain dan struktur atau content dapat berpengaruh untuk menjaring strategi marketing di sosial media yang terutama di instagram. Instagram dapat mengambil foto, mengambil video, filter digital. Instagram dapat di akses melalui apapun, seperti android, ios, windows. Di dalam instagram memiliki feed yang terpampang dan feed tersebut dapat di liat oleh followers yang dimiliki.

Sistem pertemanan dalam instagram dinamakan following dan follower, setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara menukar foto, video dan komentar di halaman instagram pribadi. Fitur dari instagram mulai dari kamera, editor, integrasi jejaring sosial, tag dan hastag, caption. Yang pertama adalah kamera, pada fitur ini pengguna tidak hanya dapat mengakses foto yang telah di galeri melainkan juga bisa membidik atau merekam suatu moment dari fitur ini, yang lebih menariknya lagi, di dalam fitur ini terdapat efek dari berbagai macam, yang pada saat ini di gandrungi oleh pengguna instagram. Yang kedua adalah editor, sebelum mengupload sebuah foto atau video, instagram menyediakan fitur edit, di fitur tersebut pengguna dapat mengedit pencahayaan, kontras dan satruasi pada foto maupun video. Yang ketiga adalah hastag dan tag, fitur ini fungsinya untuk menandai teman atau label atau istitusi

**Pembahasan**

Penggunaan media baru seperti smartphone semakin berkembang pesat, pengguna smartphone di Indonesia sekitar 100 juta pengguna smartphone aktif pada tahun 2018 menjadikan Indonesia sebagai Negara dengan populasi pengguna smartphone terbesar keempat di dunia setelah China, India dan Amerika Serikat karena dengan smartphone, manusia dapat mengakses semua informasi yang ingin diperoleh termasuk belanja online. Umumnya, masyarakat modern memanfaatkan smartphone sebagai media untuk melakukan kegiatan sehari-hari termasuk belanja kebutuhan sehari-hari dengan cara mendownload aplikasi dari smartphone. Aplikasi- aplikasi yang tersedia di smartphone sangat beragam tergantung dari kebutuhan masyarakat itu sendiri.Masyarakat, mayoritas memanfaatkan aplikasi transportasi online, belanja online dan media sosial.Instagram merupakan salah satumedia sosial yang memiliki pengaruh besar dan penting dalam suatu bisnis. Sampai saat ini, Instagram sudah memiliki 700 juta pengguna dan setiap harinya sekitar 60 juta foto dibagikan dan dapat memberikan 1,6 milyar likes. Instagram merupakan aplikasi yang paling popular yang bergunauntuk membagikan foto dan video.

Media sosial Instagram di ketahui telah banyak ada di sekitar kita.Segala kalangan masyarakat pun bisa dengan mudah menggunakan aplikasi ini.Adapun perbedaan dengan penjual dari mulut ke mulut yang tidak menggunakan aplikasi untuk mencari pembeli hanya bermodal tawaran saja.Ini menjadi salah satu alasan mengapa Instagram memiliki berbagai manfaat untuk para pebisnis guna membangun dan mengembangkan brand suatu bisnis. Dilihat dari hasil penjualan periode pertama dapat dinilai cukup baik meskipun masih jauh seperti yang diharapkan. Subur Batik mengharapkan omset penjualan batik seperti batik-batik yang lain dengan omset tinggi, jadi tidak akan bisa dihindari masalah-masalah yang dihadapi oleh pemilik akun Subur Batik ini, sebagai berikut:Masih banyak masyarakat yang belum mengenal produk Subur Batik Memerlukan biaya promosi yang tinggi; Laba/ keuntungan yang masihdibawah harapan pebisnisBerawal dari masalah- masalah di atas, Strategi pemasaran tersebut sejalan dengan pendapat Dan Zarella (2010), media sosial marketing adalah strategi kegiatan pemasaran menggunakan situs-situs media sosial seperti Facebook, Twitter, Youtube dan sebagainya. Media sosial merupakan salah satu cara yang ampuh untuk mempromosikan produk barang dan jasa yang kita miliki melalui internet marketing. Caranya mudah sederhana tetapi memiliki efek yang luar biasa.

1. Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran pada dasarnya adalah suatu rencana yang menyeluruh serta terpadu dan menyatu dibidang pemasaran barang dan jasa.Dengan perkataan lainnya strategi pemasaran itu adalah serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan, serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran barang dan jasa.Strategi Pemasaran adalah wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran, untuk memproleh suatu hasil yang optimal.

Salah satu dari strategi pemasaran yang sering dilakukan oleh suatu perusahaan adalah dengan cara melakukan penyebaran pemasaran itu sendiri,atau lebih sering dikenal dengan istilah bauran pemasaran. Bauran pemasaran itu sendiri didefinisikan sebagai suatu strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang dapat meliputi menentukan master plan dan mengetahui serta menghasilkan pelayanan (penyajian) produk yang memuaskan pada suatu segmen pasar tertentu yang mana segmen pasar tersebut telah dijadikan sasaran pasar untuk produk yang telah diluncurkan untuk menarik konsumen sehingga terjadi pembelian.

1. Media Sosial

Pengertian media sosial menurut salah satu para pakar komunikasi. Media sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika maupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong dari user-generated content dan persepsi interaksi dengan orang lain (Caleb T.Carr dan Rebecca A. Hayes 2015). 5 Dalam perkembangannya teknologi, sosial media sangat dibutuhkan pada saat ini, penggunaan sosial media tak lepas dari kehidupan sehari-hari. Mulai dari bekerja, sekolah, berjualan produk atau jasa, intensitas perguruan tinggi dan lain-lainnya. Penggunaan media sosial meliputi banyak sekali platform yang telah disediakan, tak heran masyarakat pada saat ini lebih suka berkerja melalui secara online. Dalam media sosial siapapun dapat mengaksesnya. Pada intinya media sosial sangatlah dekat dengan masyarakat sehingga aktivitas yang dilakukan hampir seluruhnya melalui media sosial.

Kaplan dan Haenlin (2010) mendifinisikan Media Sosial adalah suatu grup aplikasi berbasis internet yang menggunkan ideologi dan tehnologi Web 2.0, dimana pengguna dapat membuat atau bertukar informasi pada aplikasi tersebut.Beberapa media sosial yang sangat digemari dan memiliki jutaan pengguna di Indonesia adalah Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Blog, dan lainnya. Sosial media memungkinkan pengguna untuk melakukan komunikasi dengan jutaan pengguna lainnya . Bagi para pemasar hal ini merupakan suatu potensi dan kesempatan yang sangat besar untuk digunakan sebagai salah satu alat komunikasi pemasaran.Sosial media memungkinkan berbagi informasi antara pengguna menjadi lebih mudah . Dengan potensi yang besar dan telah banyak digunakan oleh perusahaan besar akan terdapat pertanyaan yang menjadi topik pada kajian ini, yaitu apa saja antecedants dan consequences para pemasar menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran.

1. Strategi Marketing

marketing adalah sebuah perencanaan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjangkau orang menjadi pelanggan atu klien. Isi dari strategi marketing adalah informasi produk yang akan ditawarkan, informasi tentang sasaran pelanggan atau klien. Manfaat memiliki strategi marketing adalah untuk membangun citra produk atau brand dari sebuah perusahaan, penjualan lebih efisien, memperluas pemasaran. Agar strategi marketing yang diciptakan berjalan dengan lancar dan omzet selalu naik, pemasaran transaksional, pemasaran media sosial, pemasaran interaktif, pemasaran konten, Search Engine Optimization (SEO), telemarketing, email marketing.

**Kesimpulan dan Saran**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah meningkatnya hasil penjualan sebelum mengunakan media sangatlah rendah, kekuatan dan jangkauan Instagram memang tidak dapat disangkal.Instagram memang dimulai sebagai aplikasi foto sederhana. Tetapi sekarang, Instagram telah mengalami banyak perubahan dan menjadi sebuah platform yang memungkinkan pengguna membangun identitas visual bisnis mereka. Penting untuk diingat bahwa pengguna Instagram menghargai konten berkualitas tinggi. Foto dan video yang memberi *audiens* informasi menarik dengan cara baru dan unik. Dengan mengoptimalkan konten subur batik yang berisi tulisan nada menghibur hingga mendorong keterlibatan pelanggan.Mungkin ide untuk menciptakan dan mengelola *platform* yang menangkap identitas visual merek subur batik terdengar mengintimidasi pada awalnya. Namun akan membuat Instagram menyenangkan dan mudah.

Daftar Pustaka

(Supangat & Prawinda, 2021)Supangat, S., & Prawinda, E. E. (2021). Digital Konten Media Strategi Marketing Dalam Instagram Makwinfood. *Digital Konten Media …*. http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/7421

 