

# STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN BENGKEL ONE GARAGES MELALUI INSTAGRAM

<sup>1</sup>Abhirama Nugroho, <sup>2</sup>Hamim, <sup>3</sup>Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana

Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[abhiramanugroho1@gmail.com](mailto:abhiramanugroho1@gmail.com), [hamim@untag-sby.ac.id](mailto:hamim@untag-sby.ac.id), [baguspradana@untag-sby.ac.id](mailto:baguspradana@untag-sby.ac.id)

## **Abstract**

*Instagram is a social media platform that is useful for sharing photos in a very easy way, namely uploading them so that they can be seen by many people and can increase sales at a company, one of which is the Onegarages workshop. With Instagram posts, communication between fellow Instagram users can be connected by giving signs in the form of likes and comments on uploaded posts. An important element of communication on Instagram is followers. When the likes and comments is large, an uploaded post is considered interesting and can lead to communication through comments. Account Instagram @onegarages was created for the marketing communications strategy at the workshop. This research is based on a qualitative approach to explain phenomena in the field in detail by collecting as much and as deep data as possible which will then be analyzed in more depth. From the research results, it can be concluded that the use of Instagram by the @onegarages account was chosen as a marketing communications strategy which applies IMC theory which uses features from Instagram which can expand reach and increase sales through the use of Instagram features in the form of uploaded photos and videos. via Instagram.*

**Keywords:** Instagram, Social Media, Marketing Communications.

## **Abstrak**

Instagram merupakan sebuah platform media sosial yang berguna untuk membagikan sebuah foto dengan cara yang sangat mudah yaitu mengunggah dengan maksud agar dapat dilihat oleh banyak halayak serta dapat meningkatkan penjualan di suaru perusahaan salah satunya yaitu bengkel Onegarages. Adanya postingan Instagram maka komunikasi antar sesama pengguna Instagram dapat terkoneksi dengan memberikan sebuah tanda berupa suka, komentar terhadap postingan yang diunggah. Unsur penting dari adanya komunikasi di Instagram ini yaitu pengikut, ketika jumlah like dan komentar banyak maka sebuah postingan yang diunggah dinilai menarik dan dapat menimbulkan adanya komunikasi melalui komentar. Akun Instagram @onegarages dibuat untuk strategi komunikasi pemasaran dibengkel. Penelitian ini berlandaskan sebuah pendekatan kualitatif untuk menjelaskan fenomena di lapangan secara detail melalui pengumpulan data sebanyak – banyaknya dan sedalam – dalamnya yang selanjutnya akan dianalisa lebih mendalam. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan Instagram oleh akun @onegarages yang dipilih sebagai strategi komunikasi pemasaran yang didalamnya menerapkan dari sebuah teori IMC yang didalamnya menggunakan fitur – fitur dari Instagram yang dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan penjualan melalui pemanfaatan fitur Instagram berupa foto maupun video yang diunggah melalui Instagram.

**Kata kunci:** Instagram, Media Sosial, Strategi Komunikasi Pemasaran.

## **Pendahuluan**

Saat ini media sosial sudah menjadi sebuah strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh beberapa perusahaan berbadan swasta maupun negeri dalam upaya meningkatkan penjualan, salah satunya yaitu bengkel Onegarages. Media sosial yang cukup populer saat ini dapat dimanfaatkan untuk strategi komunikasi pemasaran bengkel adalah Instagram. Instagram dipilih oleh bengkel onegarages sebagai strategi pemasaran karena Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia, jutaan hingga miliaran pengguna aktif disetiap harinya pada tahun-tahun terakhir.

Instagram memiliki beberapa fitur unggulan yang dapat menciptakan komunikasi antar individu mulai dari fitur feeds, story, IGTV serta menyediakan layanan kirim pesan secara langsung serta di Instagram juga dapat mempeerlihatkan sebuah produk melalui foto maupun video. Instagram juga dapat meyakinkan sebuah pelanggan dengan menampilkan hasil pekerjaan yang mekanik kerjakan, proses perbaikan, hingga produk – produk yang ditawarkan dengan cara menarik dan informatif.

Dari banyaknya fitur yang ada pada Instagram, bengkel Onegarages sangat memanfaatkan fitur yang ada pada Instagram mulai dari memposting foto, video, aktivitas yang disediakan dibengkel hingga promo yang disediakan bengkel onegarages juga diposting di Instagram story bengkel onegarages. Dari hasil penelitian tersebut teori yang digunakan yaitu *Integrated Marketing Communication* dengan beberapa bauran promosi yang digunakan hanyalah 3 saja yaitu *Advertising*, *Sales Promotion*, dan *Internet Marketing*.

Selain itu dengan adanya ide kreatif dan inovatif dari tim media bengkel Onegarages yang dipadukan dengan adanya fitur yang lengkap maka pemasaran bengkel Onegarages melalui Instagram akan berjalan dengan baik. Hasil dari *advertising* itu sendiri berupa sebuah foto maupun video yang diunggah melalui Instgarm @onegarages.

Dengan ini *Advertising* diterapkan oleh bengkel Onegarages. Penerapan dari bauran promosi *Sales Promotion* di bengkel Onegarages ini selalu diterapkan disetiap harinya mulai dari diskon pembelian part motor, diskon jasa dan pelayanan servis, hingga diskon saat hari – hari tertentu misalnya lebaran, dan diskon akhir taun.

*Sales Promotion* ini dibagikan melalui Instagram sehingga para konsumen mengetahui jika sedang ada diskon yang diadakan oleh bengkel Onegarages. Penerapan bauran promosi *Internet Marketing* ada pada bio Instagram @onegarages yang dinamakan “*Taplink*”, didalamnya terdapat banyak informasi mulai dari kontak, belanja online, hingga alamat bengkel Onegarages itu sendiri. Tujuan artikel ini adalah untuk memberitahu bahwa dalam upaya peningkatan penjualan suatu perusahaan dapat melalui media sosial Instagram dengan menerapkan beberapa bauran promosi tersebut.

## **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, menurut Rachmat Kriyantono (2022:55) dengan pola pemikiran yang bersifat induktif dengan pola pendekatan dari khusus ke umum dengan bertujuan untuk menjelaskan fenomena di lapangan secara detail melalui pengumpulan data sebanyak – banyaknya dan sedalam – dalamnya, data di dalamnya berupa *statement – statement* atau pertanyaan – pertanyaan, selanjutnya akan dilakukan tahap analisa hingga kemudian merealisasikan teori berdasarkan apa yang sudah diamati. Jika data dirasa sudah terkumpul mendalam dan dapat menjelaskan fenomena yang diteliti berdasarkan analisis data di lapangan, maka tidak perlu mencari sampling lainnya.

## **Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian dalam proses komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh bengkel Onegarages, seorang pemilik dan tim media bengkel Onegarages berdiskusi dalam proses pemasaran yang akan dituju. Hasil diskusi tersebut menyatakan bahwa pemasaran yang dilakukan hanya melalui media sosial mulai dari Instagram, Tiktok, hingga Youtube, namun berdasarkan wawancara yang sudah berlangsung Instagram yang dijadikan sebuah pilihan saat awal pembukaan bengkel tersebut dalam tahapan pemasaran.

Dalam proses pemasaran yang ditawarkan, bengkel Onegarages tentunya memiliki tim media yang dapat mengelola media Instagram yang memahami secara keseluruhan tentang Instagram baik definisi, fitur, hingga resiko, dengan adanya beberapa komponen tersebut maka pemilik bengkel Onegarages juga harus memilih tim media yang benar – benar memahami Instagram.

Dengan adanya tim media yang memhami dan memiliki tanggung jawab besar terhadap Instagram yang bawah kendali tim media, maka akan berdampak baik kedepannya untuk proses pemasaran dan meningkatkan jumlah penjualan. Tidak hanya itu saja tim media juga harus mengetahui trend yang sedang ramai di Instagram, dengan cara tersebut Instagram bengkel Onegarages akan tetap konsisten disetiap harinya untuk membuat konten dan mengunggah konten tersebut baik melalui konten foto maupun video dengan penuh rasa tanggung jawab dan menerapkan kegiatan promosi semaksimal mungkin. Untuk

meningkatkan daya tarik customer itu sendiri, hanya dengan mengoptimalkan Instagram sebagai Strategi komunikasi pemasaran utamanya.

Dari beberapa bauran promosi yang terdiri dari beberapa komponen, hanya sedikit bauran promosi yang digunakan oleh bengkel Onegarages meliputi:

1. Periklanan Dengan adanya periklanan maka dalam proses komunikasi pemasaran yang sedang berlangsung di bengkel Onegarages akan berjalan dengan baik.

Cara yang dilakukan bengkel Onegarages terhadap periklanan yang dijalankan melalui media sosial Instagram karena Instagram memiliki pengguna aktif sehingga akan dengan cepat untuk menjangkau proses penjualan melalui Instagram. Aspek yang membuat berjalannya periklanan itu sendiri karena tingkat kreatifitas dari tim media bengkel Onegarages yang membuat Instagram @onegarages memiliki pengikut yang cukup banyak dengan jumlah 40 ribu pengikut.

2. Internet marketing Dengan menggunakan teori Internet Marketing ini bengkel Onegarages dengan mudah untuk dijangkau oleh siapapun bagi pengguna Instagram yang mengunjungi Instagram @onegarages karena bentuk dari Internet Marketing yang ada di Instagram @onegarages letaknya berada pada tampilan awal profil Instagram sehingga adanya penerapan teori ini juga dapat meningkatkan jumlah penjualan serta meningkatkan jangkauan yang luas bagi bengkel Onegarages, hal ini disebabkan karena bentuk dari Internet Marketing di Instagram @onegarages ini berisi tentang informasi bengkel Onegarages meliputi toko online, nomor kontak yang dapat dihubungi, hingga toko online.

3. Sales Promotion Disetiap perusahaan pasti ada yang menyelenggarakan sebuah diskon baik itu disetiap tahun, bulan, hingga disetiap harinya. Bengkel Onegarages merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang layanan dan jasa otomotif khususnya motor menerapkan teori ini.

Hal tersebut dilakukan karena berdasarkan pengalaman yang dimiliki oleh pemilik dan tim media bengkel Onegarages bahwa menerapkan teori Sales Promotion ini sangat berhasil untuk meningkatkan penjualan. Sales promotion atau diskon ini dilakukan di bengkel Onegarages hampir setiap hari demi kepuasan pelanggan dan masyarakat.

Bauran promosi ini merupakan bagian dari bauran pemasaran yang juga mencakup 4p yaitu, product, place, price, promotion.

Adanya bauran promosi ini dapat mempengaruhi perilaku konsumen, contoh kecilnya yaitu adanya sebuah teknologi yang dapat mengubah pola hidup manusia untuk mencari informasi hanya melalui internet. Untuk membangun sebuah hubungan baik dengan pelanggan serta membangun hubungan yang kuat serta mendorong jumlah peningkatan penjualan yang diupayakan sesuai target maka melalui bauran promosi ini dapat mewujudkan hal tersebut dapat terjadi dengan cepat sesuai target pemilik bengkel tersebut.

Dengan menggunakan bauran promosi akan dengan mudah untuk menjangkau segmen pasar yang luas dan beragam. Selain itu bauran promosi juga dapat membuat perusahaan unggul dan memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Dengan demikian bengkel Onegarages dapat dengan cepat memiliki pelanggan yang cukup banyak disetiap harinya dan pelanggan akan selalu datang karena adanya bauran promosi yang diterapkan oleh tim media bengkel Onegarages tersebut.

## **Penutup**

Berdasarkan hasil penelitian telah ditarik kesimpulan bahwa Instagram digunakan sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Bengkel Onegarages melalui Instagram @onegarages yang dipilih sebagai sarana komunikasi pemasaran bengkel Onegarages di Tangerang, Jawa Barat terbukti sebuah kebenarannya.

Dengan melalui hasil wawancara dengan tim media bengkel Onegarages sekaligus kepala mekanik yang menjadi bagian dari tim bengkel Onegarages yang mana dari Instagram sendiri memiliki banyak fitur yang sangat berguna bagi pemasaran.

Dengan memanfaatkan fitur foto, video, *story*, *hashtags*, kolaborasi, *geo tagging*, *taplink*, *insight*, dan lain sebagainya dalam upaya memperbanyak jangkauan pemasaran bengkel Onegarages. Dari hasil penelitian tersebut teori yang digunakan yaitu *Integrated Marketing Communication* dengan beberapa bauran promosi yang digunakan hanyalah 3 saja yaitu *Advertising*, *Sales Promotion*, dan *Internet Marketing*.

Selain itu dengan adanya ide kreatif dan inovatif dari tim media bengkel Onegarages yang dipadukan dengan adanya fitur yang lengkap maka pemasaran bengkel Onegarages melalui Instagram akan berjalan dengan baik. Hasil dari *advertising* itu sendiri berupa sebuah foto maupun video yang diunggah melalui Instagram @onegarages. Dengan ini *Advertising* diterapkan oleh bengkel Onegarages.

Penerapan dari bauran promosi *Sales Promotion* di bengkel Onegarages ini selalu diterapkan disetiap harinya mulai dari diskon pembelian part motor, diskon jasa dan pelayanan servis, hingga diskon saat hari – hari tertentu misalnya lebaran, dan diskon akhir taun. *Sales Promotion* ini dibagikan melalui Instagram sehingga para konsumen mengetahui jika sedang ada diskon yang diadakan oleh bengkel Onegarages. Penerapan bauran promosi *Internet Marketing* ada pada bio Instagram @onegarages yang dinamakan “*Taplink*”, didalamnya terdapat banyak informasi mulai dari kontak, belanja online, hingga alamat bengkel Onegarages itu sendiri.

Dalam tujuan penelitian ini untuk meneliti strategi komunikasi pemasaran yang dapat meningkatkan jumlah penjualan dengan jumlah yang cukup banyak melalui Instagram. Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa Instagram digunakan sebagai sarana komunikasi pemasaran bengkel Onegarages dibandingkan dengan media sosial lainnya.

Bengkel Onegarages memilih melakukan pemasaran melalui Instagram dikarenakan Instagram memiliki jumlah pengguna yang hampir seluruh masyarakat Indonesia memiliki akun Instagram dengan kegunaan yang berbeda – beda. Alasan lain memilih Instagram sebagai media komunikasi pemasaran ialah fitur yang sangat lengkap yang dapat menunjang kinerja pemasaran bengkel Onegarages. Instagram sendiri juga dinilai dapat menarik perhatian para pelanggan dikarenakan Instagram menampilkan sebuah konten visual yang berisi foto dan video.

Mayoritas pelanggan bengkel Onegarages mengetahui informasi tentang bengkel Onegarages baik itu pelayanan, jasa, hingga harga hanya melalui Instagram @onegarages. Dengan mengetahui adanya minat yang lebih cepat dalam menarik perhatian para masyarakat melalui konten visual maka Instagram dipilih oleh bengkel Onegarages sebagai media komunikasi pemasaran.

Hal tersebut sudah didiskusikan oleh tim media bengkel Onegarages bahwa perilaku konsumen saat ini lebih minat melihat sebuah pemasaran yang digunakan melalui gambar dan suara. Adanya pemasaran yang dilakukan oleh bengkel Onegarages melalui teori bauran promosi yang termasuk dalam bagian teori *Integrated Marketing Communication* dinilai sangat berhasil dalam menarik pelanggan khususnya pelanggan anak muda yang aktif dalam media sosial Instagram. Dalam setiap harinya bengkel Onegarages berhasil mendapatkan pelanggan 42 motor dengan berbagai keluhan dan keinginan yang mereka rasakan.

## **Saran**

### **Saran Teoritis**

Saran ini dibuat oleh peneliti yang ditujukan kepada peneliti selanjutnya agar dapat dijadikan sebuah referensi penelitian khususnya menggunakan teori komunikasi pemasaran di

bengkel motor. Untuk melakukan penelitian selanjutnya peneliti menyarankan bahwa penelitian selanjutnya dilakukan dengan metode yang berbeda.

Tentu saja subjek dan objek penelitian juga berbeda yang lebih memiliki keberagaman dan tidak hanya tefokus pada media Instagram saja melainkan fokus kepada plaform lain seperti Facebook, Tiktok, dll. Dengan adanya perbedaan tersebut maka hasil penelitian akan berbeda.

Adanya penelitian ini peneliti berharap mampu memberikan sebuah kajian ilmu komunikasi khususnya komunikasi pemasaran dan bagian – bagian yang ada di dalamnya.

### **Saran Praktis**

Saran ini dibuat berdasarkan hasil yang di teliti oleh peneliti yang ditujukan kepada pemilik bengkel Onegarages dan tim media bengkel Onegarages agar lebih aktif dalam suatu pemasaran yang dilakukan, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa teori dari Integrated Marketing Communication yang didalamnya terdapat unsur – unsur bauran promosi bahwa pemasaran langsung juga memiliki dampak yang positif untuk diterapkan dan juga personal selling juga dapat digunakan sebagai Strategi komunikasi pemasaran yang akan datang. Untuk itu diharapkan kepada pemilik bengkel Onegarages dan tim media bengkel Onegarages untuk aktif melakukan pemasaran baik itu melalui media sosial lainnya maupun secara langsung

### **Daftar Pustaka**

#### **Buku**

Morissan, M. (2018). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Penerbit Predana Media Group.

Rachmat Kriyantono, P. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Prenadamedia Group.

Shimp, T. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (8 ed.). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

#### **Jurnal**

Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176–182. <https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>

Fiisabilillah, A. F., Sugiana, D., & Trulline, P. (2023). Strategi komunikasi pemasaran digital melalui akun Instagram @Critoe\_. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(1), 184. <https://doi.org/10.24198/comdent.v1i1.45741>

Firmansyah. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).

Mubarok, I. R. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Pada Online Shop Laila Branded Ponorogo). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Pada Online Shop Laila Branded Ponorogo)*. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/16788/>

Ulfiyah, Luluk Ita dan Supriatno, D. (2017). Strategi komunikasi pemasaran Melalui

- Instagram (Studi Dskriptif Kualitatif Akun @Rengganis\_Basic. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 214.  
<https://ejournal.uij.ac.id/index.php/mji/article/view/2214/1613>
- Widiastuti, E. J., & Indriastuti, Y. (2022). Strategi komunikasi pemasaran Digital @right.store Melalui Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Representamen*, 8(01), 73–83.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176–182.  
<https://doi.org/10.22487/ejk.v9i2.327>
- Fiisabilillah, A. F., Sugiana, D., & Trulline, P. (2023). Strategi komunikasi pemasaran digital melalui akun Instagram @Crito\_. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(1), 184. <https://doi.org/10.24198/comdent.v1i1.45741>
- Mubarok, I. R. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Pada Online Shop Laila Branded Ponorogo). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Pada Online Shop Laila Branded Ponorogo)*.  
<http://etheses.iainponorogo.ac.id/16788/>
- Ulfiah, Luluk Ita dan Supriatno, D. (2017). Strategi komunikasi pemasaran Melalui Instagram (Studi Dskriptif Kualitatif Akun @Rengganis\_Basic. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 214.  
<https://ejournal.uij.ac.id/index.php/mji/article/view/2214/1613>
- Widiastuti, E. J., & Indriastuti, Y. (2022). Strategi komunikasi pemasaran Digital @right.store Melalui Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Representamen*, 8(01), 73–83.