

Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital bagi Pengusaha Millennial



Disusun oleh:

Sindi Olivia (1211800178)

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PRODI MANAJEMEN
2020

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan atas kehadiran Allah SWT Tuhan semesta alam atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga kami dapat menyusun makalah studi kasus ini dengan sebaik-baiknya. Berikut ini kami mempersembahkan sebuah makalah tentang Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital Pengusaha Millennial

Dalam penyusunannya, kami mendapat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu kami sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang bersedia berkontribusi dalam pembuatan makalah studi kasus ini. Meski telah disusun secara maksimal, kami sebagai manusia biasa sangat menyadari bahwa makalah ini pasti masih jauh dari kata sempurna. Karenanya kami sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar kami dapat memperbaiki makalah ini.

Demikian yang dapat kami sampaikan, semoga para pembaca dapat mengambil manfaat dan pelajaran dari makalah ini.

Surabaya, 14 Januari 2021

Penulis

Abstrak

Saat ini Teknologi Informasi (TI) menjadi suatu bagian yang sangat penting bagi perusahaan atau lembaga- lembaga yang berskala enterprise. Perusahaan atau lembaga menempatkan teknologi sebagai suatu hal yang dapat mendukung pada suatu pencapaian rencana strategis perusahaan untuk mencapai sasaran tujuan, visi dan misi perusahaan atau lembaga tersebut.[1]. Teknologi informasi yang semakin berkembang menyebabkan penggunaan media sosial meningkat. Peningkatan pengguna media sosial terutama instagram diiringi dengan perubahan perilaku dalam berbelanja berbagai kebutuhan. Maraknya aktivitas belanja online melalui e-commerce disertai dengan strategi pemasaran yang berbeda dengan media pemasaran yang berbeda pula. Instagram sebagai salah satu media sosial yang paling digandrungi masyarakat sangat membantu dalam memasarkan produk atau jasa pelaku usaha

Kata kunci: Teknologi informasi, Instagram, media sosial

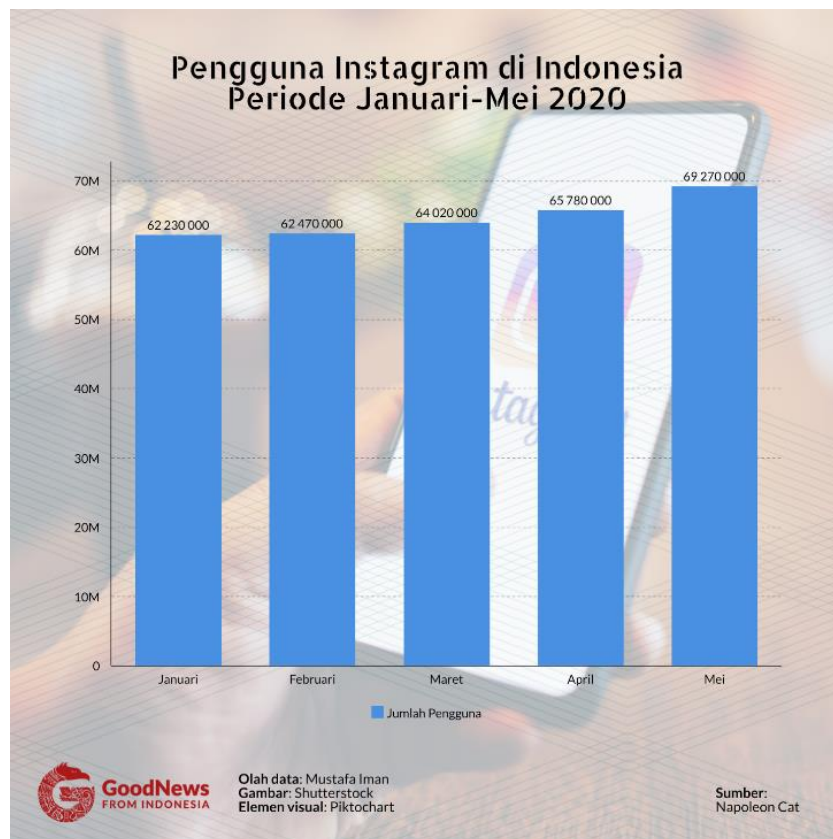
DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK.....	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	3
2.1 Pemasaran Digital.....	3
2.2 <i>Social Media Marketing</i>	4
BAB III METODE PENELITIAN.....	5
BAB IV Hasil dan Pembahasan.....	5
3.1 Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital.....	5
3.2 Jumlah Pengguna Akun Instagram Bisnis.....	6
3.3 Ciri Bio Toko Online yang Menarik.....	7
3.4 Contoh Akun Bisnis Instagram.....	8
BAB V Penutup.....	9
4.1 Kesimpulan.....	11
4.2 Saran.....	11
DAFTAR PUSTAKA	12

BAB I Pendahuluan

Pengguna Instagram

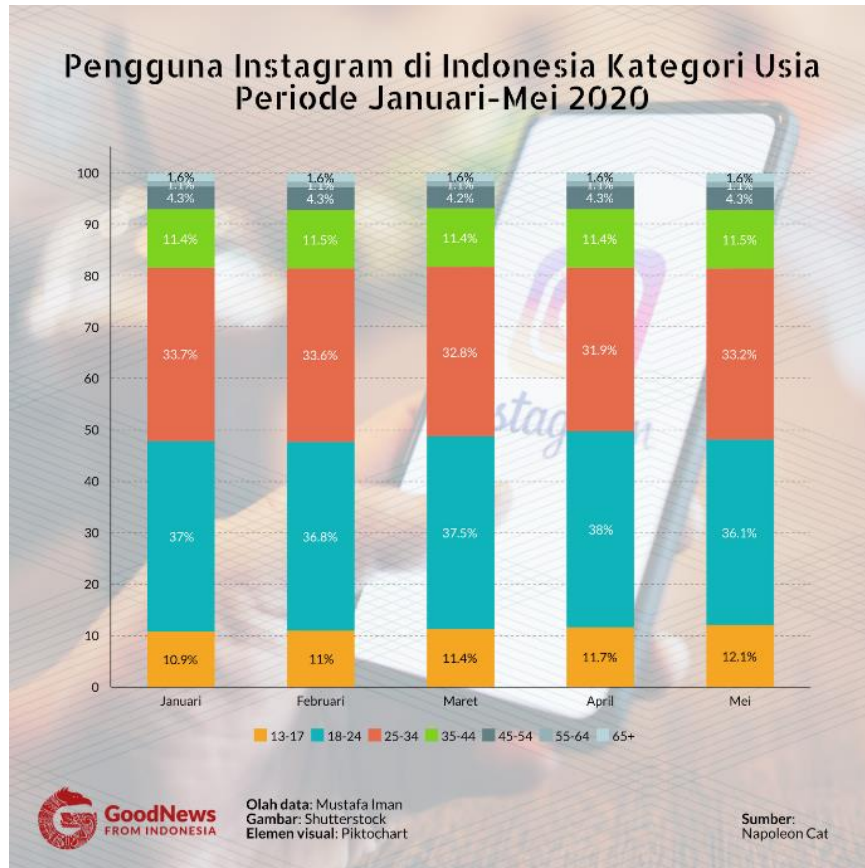
Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Aplikasi yang diluncurkan tahun 2010 mampu menarik minat dan memiliki magnet yang luar biasa dari masyarakat termasuk Indonesia. Menurut data yang dirilis Napoleon Cat pada periode Januari-Mei 2020, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 69,2 juta (69.270.000) pengguna.



Millennial dominasi pengguna Instagram di Indonesia

Kebanyakan pengguna Instagram di Indonesia adalah generasi milenial usia 18-34 tahun. Pada tabel dijelaskan bahwa pengguna dari usia tersebut mendominasi hingga 25 juta pengguna atau 36-38 persen (18-24 tahun). Sedangkan untuk usia 25-34 pengguna sebanyak 21 juta (31-33 persen). Rentang usia tersebut pada generasi ini merupakan masa dimana mereka akhir menggunakan gawai atau gadget

dan suka mengeksplorasi hal-ha yang baru. Selain itu, mereka senang bersosialisasi dan berinteraksi melalui media sosial. Generasi millennial lahir disaat mulai berkembangnya teknologi informasi sehingga mereka mau tidak mau harus mengikuti perkembangan pada masanya.



Pada umumnya, generasi ini juga mengenyam pendidikan minimal pada perguruan tinggi sehingga pola pikir mereka cenderung terbuka, visioner, penuh ide, kreatif dan inovatif serta kritis. Ide tersebut dapat diintegrasikan dengan perkembangan teknologi informasi dengan memanfaatkan media sosial khususnya Instagram dalam merealisasikan ide tersebut. Salah satunya adalah ide bisnis.

Dalam mengembangkan bisnis dengan promosi secara gratis, Instagram hadir sebagai platform yang mampu menarik perhatian dengan pengelolaan akun yang aktif dan informative, memanfaatkan berbagai fitur yang ada didalamnya serta menghubungkannya marketplace dengan cara mengisi kolom bio berupa link yang secara otomatis dapat mengarahkan pengunjung kepada toko pelaku usaha.

Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang diatas maka secara umum rumusan masalah adalah bagaimana fungsi intagram sebagai media pemasaran digital pada generasi millennial

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulisan ini bertujuan untuk menganalisa fungsi Instagram sebagai media pemasaran yang sangat digandrungi generasi millennial dalam memulai sebuah usaha

Manfaat

Manfaat bagi penulisan ini adalah untuk mengetahui bagaimana generasi millennial memanfaatkan intagram sebagai media mereka dalam mempromosikan produk secara gratis, efisien dan mampu menjangkau pengguna lain di Instagram.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pemasaran Digital

Menurut Ridwan Sanjaya dan Joshua Tarigan ,Digital marketing sering juga disebut kampanye -kampanye di dunia online.[2] Digital marketing adalah suatu usaha untuk melakukan pemasaran sebuah brand atau produk melalui dunia digital atau internet. Perusahaan atau organisasi banyak yang memiliki situs website atau sosial media dengan berbagai informasi menarik. Itulah yang disebut dengan digital marketing. Tujuannya untuk menjangkau konsumen atau calon konsumen secara cepat waktu. Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial.[3] Digital marketing juga membentuk penjualan atau ketertarikan orang dengan tinggi serta membantu bersaing dengan perusahaan besar, dengan memanfaatkan media digital, dapat menyebarkan konten atau brand produk ke seluruh dunia. Dengan alasan ini, metode offline marketing lawas bahkan sudah ditinggalkan sama sekali.[2] Digital marketing yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen.[3] Digital marketing dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun

waktu.[3]

Social Media Marketing

Kegiatan pemasaran suatu produk atau jasa yang menggunakan sosial media sebagai media penyampaian deksripsi suatu produk atau jasa adalah arti dari sosial media marketing. Sosial media marketing digunakan untuk mengenalkan produk atau jasa kepada masyarakat. Setiap sosial media memiliki kegunaan yang dapat menguntungkan dalam melakukan pemasaran atau marketing. Sosial media sangat penting bagi kegiatan digital marketing dimana konsumen dapat berkomunikasi dengan suatu perusahaan. Pada era ini platform facebook dan instagram sangat berpengaruh sebagai publisher.[2] Dalam menjalankan sosial media marketing ada lima hal yang penting untuk dijalankan, yaitu sebagai berikut : [2]

1. Mengetahui tentang platform mana yang sesuai sehingga dapat digunakan sebagai media pemasaran.
2. Membuat konten yang sesuai sebelum memasarkan produk atau jasa agar efektif dan tepat sasaran.
3. Melakukan posting dengan konsisten.
4. Berinteraksi dengan calon pelanggan ataupun pelanggan.
5. Melakukan evaluasi agar kedepannya dapat lebih baik.

Media sosial memungkinkan pelaku usaha untuk mencapai konsumen dan membangun hubungan yang lebih personal. Zhu dan Chen (2015) membagi media sosial ke dalam dua kelompok sesuai dengan sifat dasar koneksi dan interaksi:[3]

- Profile-based, yaitu media sosial berdasarkan profil yang fokus kepada anggota individu. Media sosial kelompok ini mendorong koneksi yang terjadi karena individu tertarik kepada pengguna media sosial tersebut (e.g. Facebook, Twitter, WhatsApp).
- Content-based, yaitu media sosial yang fokus kepada konten, diskusi, dan komentar terhadap konten yang ditampilkan. Tujuan utamanya adalah menghubungkan individu dengan suatu konten yang disediakan oleh profil tertentu karena individu tersebut menyukainya (e.g. Youtube, Instagram, Pinterest). Media sosial telah membuka pintu bagi pelaku usaha untuk berkomunikasi dengan jutaan orang mengenai produk mereka dan telah

menciptakan peluang pemasaran baru. [3]

BAB III Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Menurut Sugiyono (2017: 8) penelitian kualitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jenis sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya hingga tahap tahap implementasinya.[4]

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan literature review. [5]. Dalam melakukan pengumpulan data penulis mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan sistem pemasaran dan pemasaran digital melalui data-data pendukung yang bersumber dari jurnal penelitian baik nasional maupun internasional, buku-buku penunjang, surat kabar, dan majalah.[5]

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Instagram sebagai media pemasaran digital

Instagram adalah media sosial yang sering dikunjungi pengguna. Instagram sangat digandrungi generasi millennial karena fitur-fitur di dalamnya memberikan pengalaman dan kepuasan sesuai usia mereka. Banyak orang menggunakan instagram untuk kegiatan pemasaran dikarenakan : [2]

1. Kemajuan teknologi sehingga masyarakat lebih menyukai menggunakan sosial media instagram
2. Pembiayaan marketing
3. Dapat memanfaatkan influencer untuk meningkatkan pemasaran

Fitur yang sangat umum dan digemari adalah snapgram. Snapgram adalah fitur yang mengabadikan momen selama 15 detik dan dapat dilihat pengguna lain selama 24 jam. Jadi segala sesuatu yang diposting disnapgram bisa menjadi strategi untuk memasarkan produk. Selain itu, Instagram juga mempunyai fitur yang dinamakan sorotan cerita. Sorotan cerita adalah bagian baru dari profil Instagram yang menjadi tempat untuk mengekspresikan bisnis melalui snapgram yang dibagikan pengguna. Dalam membuat sorotan cerita, snapgram yang dibagikan secara otomatis akan langsung tersimpan di arsip. Dari arsip inilah dapat dipilih beberapa snapgram yang

cocok untuk dijadikan sorotan dan akan dilihat orang lain dengan mengkliknya secara langsung melalui profil intagram. Sorotan cerita dapat diedit sampul dan diberi nama sesuai keinginan pebisnis. Dengan sorotan cerita, pebisnis dapat menampilkan semua sisi kepribadian bisnis dan membuat sorotan dari apa saja yang pernah dibagikan melalui snapgram sebelumnya. Contohnya adalah pembuatan produk baru, pengemasan, minat dan aktivitas, testimony dan promosi produk terbaru yang akan diluncurkan sehingga segala aktivitas bisnis yang terekam di sorotan dapat menarik pelanggan baru. Pemanfaatan fitur-fitur Instagram secara sebagai strategi marketing merupakan hal penting untuk menjaga brand awareness.

Jumlah Pengguna Akun Bisnis Instagram

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah profil bisnis terbanyak di Asia Pacific, selain Amerika, Brazil, Rusia dan Inggris. Indonesia adalah salah satu negara dari empat negara tersebut dengan pemilik profil bisnis Instagram paling besar. Hasil survei Instagram pada 2018 menunjukkan, 87% responden yang merupakan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mengatakan bahwa penjualannya meningkat karena menggunakan instagram. Sependapat dengan itu, Instagram mengklaim bahwa sekitar 70% pengguna dengan akun bisnis menyerap tenaga kerja.

Survei dilakukan terhadap 502 pengguna profil bisnis, dengan metode wawancara pada 21 Agustus hingga 6 September 2018. 102 responden di antaranya adalah pemilik UKM. Dari survei tersebut, 82% responden mendapatkan pesan pribadi (direct message) dari pelanggan setiap hari melalui Instagram.

Berdasarkan yang dilansir dari Kompas.com menurut Country Director Facebook Indonesia Sri Widowati saat konferensi pers di kantornya, Jakarta, Selasa (5/3), seiring dengan berkembangnya bisnis, pemilik UKM yang menggunakan Instagram juga berusaha menyerap tenaga kerja. Hampir 60-70% (pengguna dengan akun bisnis) bisa memiliki karyawan untuk bekerja pada bisnisnya/

Sejumlah 66% dari responden sepakat bahwa Instagram membantu mereka untuk menemukan pelanggan baru. Lalu, 65% responden setuju Instagram membantu mereka untuk mengunggah produk. Sejumlah 63% responden memiliki hubungan

lebih erat dengan konsumen karena menggunakan media sosial ini.

Sehingga, 52% responden mengarahkan konsumennya ke profil bisnis mereka di Instagram. Sejumlah 66% responden bahkan merasa bahwa Instagram mampu menggaet konsumen di kota dan negara lain.

Sejumlah 62% responden yang notabene adalah pemilik UKM mengatakan bahwa Instagram membantu mereka untuk mendapat inspirasi usaha. Maka dari itu, 82% responden yang usianya di bawah 35 tahun merasa Instagram membantu pengusaha muda untuk mengembangkan usahanya.

Jadi secara keseluruhan, Instagram melakukan survei terhadap 3.012 pengguna instagram berusia 13 tahun ke atas di Indonesia. Dari jumlah tersebut, 81% pengguna mencari informasi seputar produk yang ingin mereka beli di Instagram. Wajar jika 90% responden berkomunikasi dengan pengguna Instagram dengan akun bisnis, guna mengetahui produk yang diminati.

Instagram melakukan survey internal, diperoleh bahwa 50% pengguna dengan akun bisnis tidak memiliki situs khusus terkait produknya. Mereka menjajakan produknya langsung melalui Instagram.

Ciri Bio Toko Online yang Menarik

1. Tujuan yang Jelas

Akun bisnis Instagram harus memiliki tujuan yang jelas karena hal ini akan sangat berhubungan dengan konten yang akan dibagikan. Tujuan sangatlah penting agar pelanggan betah untuk menunggu konten yang akan dibagikan selanjutnya.

2. Profil Bio Yang Efektif

Selanjutnya adalah merancang deskripsi bio yang baik agar bisa menarik pengunjung untuk melihat profil Instagram. Bio ini meliputi nama akun Instagram, handle akun Instagram, deskripsi bio, dan juga link tautan ke toko online

3. Nama Akun

Ada dua cara dalam memilih nama Instagram untuk akun bisnis. Pertama, pemilik bisnis biasanya hanya menaruh nama brand-nya saja misalnya hanya menulis Hermes, PizzaHut, atau Gucci. Pada jenis yang kedua, ada yang menulis deskripsi singkat produk yang ia jual yang ia jual seperti “Toko Online Jamu Tradisional”, “Pusat Tas Branded”, dan sebagainya.

4. Handle Username

Handle Username adalah nama akun yang sama di berbagai akun toko online yang dimiliki. Hal ini untuk menghindari kebingungan pelanggan

5. Deskripsi Bio

Deskripsi dari toko yang cukup untuk menjelaskan bisnis yang dijalani. Selain itu, deskripsi berisi apa yang dijual dan kontak yang bisa dihubungi

6. Link Tautan Ke website

Link ini mengarahkan pengunjung untuk terhubung dengan website, jika belum memiliki website bisa menggunakan link WA untuk berinteraksi dengan pelanggan

7. Konten Yang menarik

Konten yang menarik akan mampu menjadi magnet bagi pengunjung. Konten-konten meliputi unggahan produk, snapgram, IGTV dan live streaming

8. Terhubung ke Website

Link website mengarahkan pengunjung untuk membuka website dan tertarik untuk membelinya.

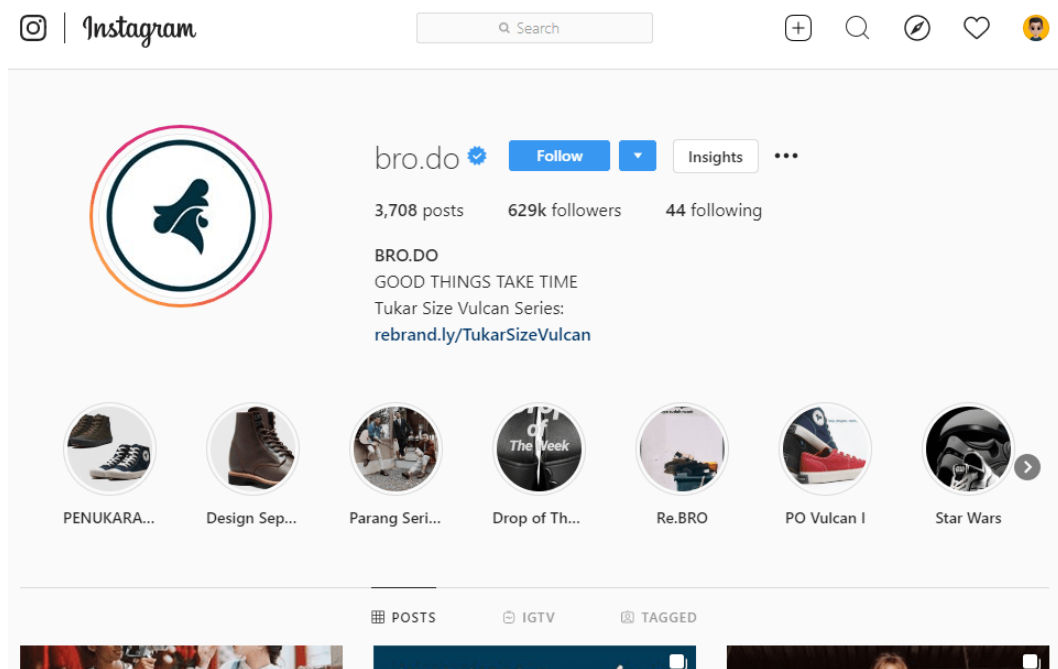
Contoh Akun Bisnis Instagram

1. INSTAGRAM BRODO

Brodo adalah merek sepatu lokal kelas premium yang berasal Bandung. Mereka berhasil memanfaatkan Instagram sebagai corong pembelian mereka via Instagram. Akun Instagram Brodo adalah contoh yang tepat dalam memasarkan produknya dengan baik.

Isi dari konten akun Brodo tidak hanya berisi katalog produk yang membosankan. Tetapi mereka juga memposting gambar lain seperti foto model yang menggunakan produknya hingga mengedukasi follower tentang produknya.

Yang harus di contoh, mereka mencoba menanamkan image jika pria ingin tampil lebih menarik, macho, dan keren, mereka harus menggunakan produk sepatunya. Selain itu, sepatu yang dijual dengan harga premium juga tidak masalah karena sudah sesuai dengan bahan-bahannya yakni kulit asli dan tahan lama. Sehingga customer mengerti karena sudah diedukasi dengan baik melalui postingan.



2. VANILLA HIJAB

Brand Vanilla Hijab adalah brand fashion muslim yang menarik. Salah satu yang menarik perhatian adalah warna yang mereka pilih untuk produknya memiliki tone warna pastel dan kalem

Selain warna, mereka juga memiliki akun bernama Vanilla Hijab yang dikhususkan untuk katalog produk mereka saja. Mereka juga memiliki akun lain dengan nama @vanillahijabcatalog agar para calon *customer* bisa melihat langsung seluruh produk tanpa harus diselingi postingan promosi di akun utama.

Penambahan akun katalog bisa ditiru. Bahkan untuk menarik kepercayaan pembeli, pebisnis bisa membuat akun lain khusus untuk foto testimoni. Customer di Indonesia masih banyak yang parno dan takut untuk membeli dari toko online yang belum memiliki bintang 4-5 . Mereka cenderung meminta bukti testimoni dari customer sebelumnya agar yakin sebelum memutuskan membeli.



vanillahijab

Follow



Insights



4,709 posts 1.6m followers 781 following

Inspirasi Harimu!

Setiap belanja, kamu berdonasi u/Rumah Tahfidz Jayapura Papua

Katalog: [@vanillahijabcatalog](#)

LINE: @vanillasupport pake @

vanillahijab.com

Followed by komunitaspengusahamuda



#roadtovas...



ootdlemba...



unboxing



Sister Jakarta



LV NEONOE



sister surab...



Sister Jogja

BAB V Penutup

Kesimpulan

Instagram mampu menarik pengguna hingga mencapai 1 milyar di Dunia. Penggunaan akun bisnis Instagram merupakan strategi pemasaran digital yang kompeten karena dilihat dari banyaknya pengguna dan memiliki fitur-fitur yang mampu memanjakan pebisnis untuk mempromosikan produknya. Instagram bisa dimaksimalkan penggunaannya sebagai ajang promosi dengan memunculkan ciri khas dari toko online sehingga mampu menarik banyak pelanggan.

Saran

Promosi di Instagram juga harus dibarengi dengan kualitas produk yang dipasarkan. Hindari menjiplak akun bisnis lain karena media sosial mudah diakses setiap orang dan dapat meninggalkan jejak digital sehingga tetap hati-hati dalam mengunggah foto maupun video. Selain itu, terdapat pilihan laporkan apabila terdapat akun yang tidak bisa dipercaya.

DAFTAR PUSTAKA




- [1] S. Bactiar Eka Supriadi, Geri Kusnanto, “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*, vol. 15, pp. 33–48, 2019.
- [2] M. Geralda and J. Kasih, “Implementasi Digital Marketing pada Sosial Media dan Website Bimbel Media Bandung,” vol. 2, pp. 27–38, 2020.
- [3] J. Sulaksono and N. Zakaria, “Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri,” vol. 4, no. 1, pp. 41–48.
- [4] A. Dwijayanti and P. Pramesti, “Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19,” vol. 4, no. 2, pp. 68–73.
- [5] N. T. Hariyanti and A. Wirapraja, “PENGARUH INFLUENCER




MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN (SEBUAH STUDI LITERATUR),” vol. 15, no. 1, pp. 133–146, 2018.

Katadata.co.id. (2019, 5 Maret). Instagram Klaim 70% Pengguna Akun Bisnisnya Serap Tenaga Kerja. Diakses pada 13 Januari 2021 dari <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a55215fcd7/instagram-klaim-70-pengguna-akun-bisnisnya-serap-tenaga-kerja>

Tempo.co. (2019, 5 Maret). Profil Bisnis Instagram di Indonesia Terbanyak di Asia Pasifik. Diakses pada 13 Januari 2021 dari <https://tekno.tempo.co/read/1182057/profil-bisnis-instagram-di-indonesia-terbanyak-di-asia-pasifik>

— Hasil —

 Diperiksa 100%	 Plagiat 9%	 Unik 91%
--	--	---

 Hasil Kalimat Bijaksana	 Sumber yang Cocok	 Tampilan Dokumen
---	---	--

Unique	Saat ini Teknologi Informasi (TI) menjadi suatu bagian yang sangat penting bagi perusahaan atau lembaga- ...
Unique	Perusahaan atau lembaga menempatkan teknologi sebagai suatu hal yang dapat mendukung pada suatu p...
Unique	Teknologi informasi yang semakin berkembang menyebabkan penggunaan media sosial meningkat.
Unique	Peningkatan pengguna media sosial terutama instagram diiringi dengan perubahan perilaku dalam berbela...
Unique	Maraknya aktivitas belanja online melalui e-commerce disertai dengan strategi pemasaran yang berbeda de...
Unique	Instagram sebagai salah satu media sosial yang paling digandrungi masyarakat sangat membantu dalam m...
Plagiarized	Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto,... 