

PEMANFAATAN INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN ONLINE

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram *lavanilla_photography*)

By :
Harun Sangaji
Email: h.runsj@gmail.com

Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyadal

Banjari Banjarmasin 2018

ABSTRAK

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. Pemanfaatan fitur instagram dalam meningkatkan pemasaran online, *lavanilla photography* telah memanfaatkan media sosial instagram untuk melakukan pemasaran produk/jasa melalui online, dengan memanfaatkan semua fitur yang ada di instagram, seperti mengupload foto dan memberikan caption disetiap postingannya dan juga selalu menggunakan hastag dan mantion. 2. Apakah akun *lavanilla_photography* berhasil meningkatkan penjualan online, dari data yang di dapat bahwa peningkatan penjualan online cenderung tidak signifikan, karena bagi *lavanilla photography* instagram adalah untuk menyebar luaskan informasi dan promo terbaru yang ada di *lavanilla photography* dan printing, serta menjadi portofolio galeri foto setiap kegiatan dari di *lavanilla photography* dan printing. 3. Hambatan pemanfaatan instagram dalam meningkatkan pemasaran online, adalah belum adanya admin khusus yang bisa fokus dalam aktifitas instagram ini.

Kata kunci : Instagram Dan Pemasaran Online.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pemasaran digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan. Alat untuk melakukan pemasaran digital yang lebih efektif dan efisien dengan menggunakan media elektronik. Salah satunya menggunakan media sosial yang bermacam-macam. Diantaranya adalah Instagram, Line, Facebook, Twitter, dan banyak lagi yang bisa digunakan media untuk melakukan pemasaran sebuah merek/produk. Oleh karena itu sangat memudahkan bagi para *online shop* untuk memasarkan dagangannya.

Salah satu media pemasaran digital melalui komunikasi visual yang *trend* saat ini adalah aplikasi media sosial Instagram. Dapat diketahui Instagram adalah sebuah aplikasi gratis yang fungsi utamanya sebagai tempat untuk mengupload foto-foto. Aplikasi ini dapat digunakan melalui alat gadget seperti *smartphone*.

Setelah sukses menjadi aplikasi yang diminati banyak pengguna, Instagram menjadi media sosial yang banyak sekali peluang untuk berbisnis bagi para penggunanya, bisa dimanfaatkan sebagai media komunikasi pemasaran, melalui *share*

foto-foto produk penjual, dan memiliki banyak *followers*. Instagram memudahkan konsumen untuk melihat produk yang dijual dan dapat langsung memberi komentar di bawah foto yang diminati. Instagram adalah aplikasi layanan berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk berfoto dan memberi filter, lalu menyebarkan di jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu filter yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid.

Instagram terlihat bertambah fungsi menjadi tempat strategis para pebisnis untuk memasarkan barang dagangannya. Produk jualan *online*-nya mulai dari tas, sepatu, baju fashion, hingga makanan. Tren ini pun banyak dilakukan oleh para perusahaan dunia, bahkan dalam sebuah studi yang dilakukan oleh Simply Measured, terungkap bahwa 54 persen perusahaan dengan *brand* ternama dunia kini menggunakan Instagram.

Pelaku bisnis yang membuat akun Instagram untuk mempromosikan barang dagangan biasanya lebih mudah menawarkan produk kepada calon pembelinya, karena biasanya sasaran pertama pembelinya adalah orang yang dekat dengannya, dengan memiliki akun Instagram *onlineshop* dapat

memberitahukan kepada teman-teman disekitarnya. Diawali melalui mulut ke mulut sambil menunjukkan akun *online shop* yang dimaksud. Dengan Instagram tentunya semakin mudah penjualan barang, karena dapat menunjukkan foto barang dagangannya dengan ringkas. Karena tampilan instagram menjadikan foto - foto produk yang di unggahnya ke internet layaknya katalog barang. Secara tidak langsung proses promosi menggunakan Instagram tersebut masuk dalam lingkup komunikasi pemasaran. Menjadikan kelebihan tersendiri saat masa *gadgets* saat ini sudah dapat memasarkan produk menggunakan instagram karena pengguna instagram sudah dapat dipastikan merupakan pengguna yang melek teknologi.

Salah satu akun Instagram yang dimanfaatkan sebagai media pemasaran adalah "lavanilla_photography". Akun tersebut berhasil mendapatkan sebanyak 7.629 *followers*. *lavanilla_photography* ini, merupakan akun *studio photo* dan *digital printing* yang menawarkan layanan studio fotodengan *photographer professional*, memiliki perlengkapan studio foto yang lengkap dan mumpuni, juga dilengkapi dengan mesin cetak foto yang canggih sekaligus penjualan dan pemasangan bingkai foto. hal ini terbukti banyaknya minat warga

Banjarmasin memilih menggunakan jasa studio foto di Lavanilla photography & Printing ini dari kalangan remaja maupun dewasa untuk berfoto keluarga.

Setiap usaha pasti memiliki media promosi masing-masing. Promosi merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produk usaha. Dengan promosi, maka produk akan lebih mudah dikenal masyarakat dan mudah dicapai oleh target konsumen. Oleh karena itu, promosi sangatlah penting bagi perkembangan sebuah usaha. Tidak ada bisnis yang sukses tanpa melakukan promosi, begitu juga dengan Lavanilla Photography & Digital Printing yang memanfaatkan Instagram untuk meningkatkan pemasaran secara *online*.

Berdasarkan gambaran tersebut, tertarik dilakukan penelitian lebih mendalam dan menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul "Pemanfaatan Instagram dalam Meningkatkan Pemasaran *Online* (studi deskriptif kualitatif pada akun *lavanilla_photography*)".

RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana pemanfaatan fitur Instagram dalam meningkatkan pemasaran *online* pada akun *lavanilla_photography* ?

Apakah akun Instagram *lavanilla_photography* berhasil meningkatkan penjualan ?

Apakah hambatan dalam pemasaran *online* melalui Instagram pada akun Instagram *lavanilla_photography* ?

TUJUAN PENELITIAN

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disajikan maka tujuan dari penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui pemanfaatan Instagram dalam meningkatkan pemasaran *online* pada akun *lavanilla_photography*.

Untuk mengetahui akun Instagram *lavanilla_photography* apakah berhasil meningkatkan penjualan.

Untuk mengetahui hambatan pemasaran *online* melalui Instagram pada akun *lavanilla_photography*.

KEGUNAAN PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan mempunyai implikasi secara teoritis maupun praktis. Implikasi teoritis dari penelitian ini adalah memberikan sumbangan pemikiran tentang pemanfaatan Instagram dalam meningkatkan pemasaran *online* serta tambahan ilmu dan pengetahuan yang dapat menjadikan referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya yang sejenis untuk dikembangkan sesuai dengan kebutuhan penulis. Implikasi praktisnya diharapkan penelitian ini dapat membuka wawasan para pengguna Instagram agar tidak sekedar posting foto atau video akan tetapi memanfaatkan dalam bidang wirausaha. Bagi pihak Instagram, penelitian ini diharapkan dapat mendorong perusahaan agar terus berinovasi dalam menyajikan fitur-fitur sehingga Instagram dapat diandalkan bagi pihak yang berkepentingan.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Pemasaran

Secara umum, komunikasi pemasaran adalah kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik komunikasi yang ditujukan untuk memberikan informasi bagi orang banyak dengan harapan

tercapainya tujuan perusahaan yakni peningkatan pendapatan.

Komponen Pemasaran

Dalam pemanfaatan komunikasi pemasaran yang pada umumnya digunakan oleh produsen adalah dengan menerapkan bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah empat komponen dalam pemasaran yang terdiri dari 4P, yakni: *product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat, termasuk juga distribusi), dan *promotion* (promosi) (Hermawan, 2012 : 33).

Pengertian Media Sosial

Secara umum, definisi media sosial adalah media online. Media sosial merupakan sebuah media online dimana para penggunanya bisa saling berkomunikasi dan berinteraksi. Jadi media sosial ini adalah sebuah saluran atau sarana untuk pergaulan sosial yang dilakukan secara online melalui jaringan internet. Para pengguna media sosial ini bisa melakukan komunikasi atau interaksi, berkirim pesan, baik pesan teks, hambar, audio hingga video, saling berbagi atau *sharing*.

Peran dan Fungsi Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa peran dan fungsi bagi masyarakat secara umum seperti sebagai alat atau media

promosi. Penyampaian pesan secara cepat dan luas, tentu bisa membantu seseorang untuk mempromosikan bisnisnya. Kemudian media sosial juga berperan dalam membangun hubungan ataupun relasi, bahkan dari jarak jauh karena media sosial memiliki jangkauan global. Selain itu, media sosial juga dapat berperan dalam membantu sistem administrasi, memberi dan mendapatkan informasi, melihat peluang dan pasar, perencanaan dan lain sebagainya.

Jenis – jenis Media Sosial

Masa sekarang ini ada banyak sekali jenis media sosial yang sudah orang-orang gunakan beberapa diantaranya seperti Facebook, Twitter, Instagram, blog, Youtube, Google Plus, dan lain sebagainya.

Pengertian Instagram

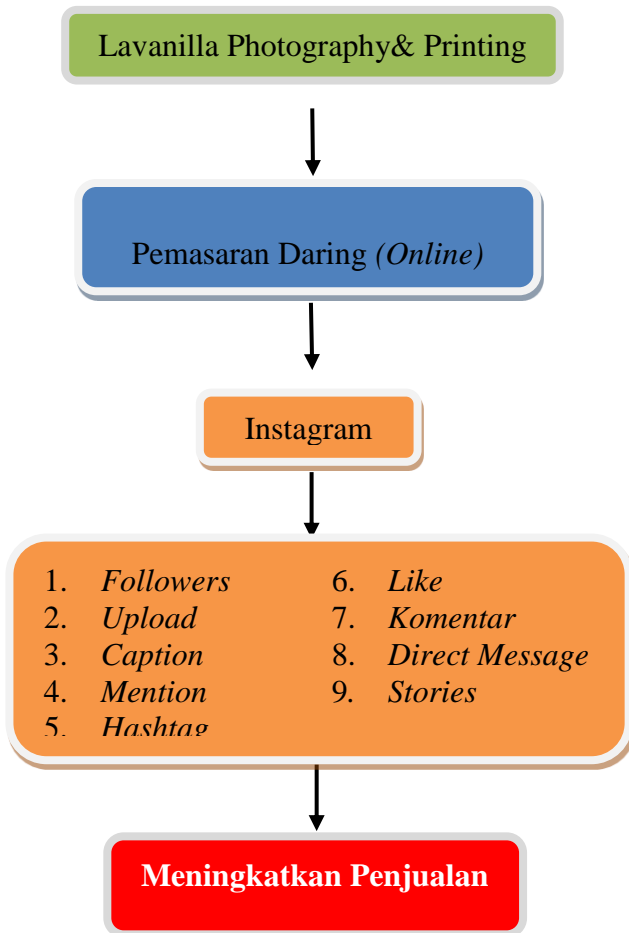
Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”, seperti kamera Polaroid yang dulu lebih dikenal dengan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitu pula dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet,

sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari kata “instan-telegram” (Putri, 2013:14).

Fitur-fitur instagram

Followers, upload foto/video, caption, mention, hastag, like, komentar, *Direct Message, stories,*

Kerangka Berfikir



METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dipilihnya metode penelitian kualitatif ini agar peneliti dapat memahami dan menggambarkan bagaimana penggunaan media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh Lavanilla Photography & Printing. Metode kualitatif digunakan untuk meramu secara ilmiah berbagai informasi yang dibangun, dikembangkan, dan disampaikan oleh manusia atau komunitas tertentu yang notabenehnya merupakan obyek sekaligus subyek dalam penelitian sosial (Sarman, 2004)

TIPE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Peneliti mengembangkan pertanyaan-pertanyaan kepada informan melalui In-depth Interview.

LOKASI PENELITIAN

Lavanilla Photography & Digital Printing terletak di jalan Brig Jend. Hasan Basri No. 53 Sungai Miai, Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

SUMBER DATA (SUBJEK DAN OBJEK)

Subjek dalam penelitian ini adalah narasumber yang dianggap berpotensi dalam memberikan informasi yang relevan dan sebenarnya di *lavanilla photography & printing* yang turut andil dalam penggunaan dan pengawasan sosial media Instagram. Dan Objek dalam penelitian ini adalah pemanfaatan instagram dalam meningkatkan pemasaran *online* pada akun *lavanilla_photography*.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Dalam pengumpulan data ini dipergunakan beberapa teknik sebagai berikut : wawancara, observasi dan dokumentasi.

TEKNIK ANALISIS DATA

Aktivitas dalam analisis data berupa :

1. Pengumpulan data.
2. Reduksi data.
3. Penyajian data.
4. Penarikan kesimpulan dan verifikasi.

HASIL PENELITIAN

Pemanfaatan fitur instagram untuk meningkatkan pemasaran online

Dari beberapa fitur yang dimiliki oleh aplikasi media sosial Instagram, seperti

followers (pengikut), *upload* foto dan video, *caption* foto, *mention*, *hashtag*, *like*, kolom komentar, *direct message*, *stories*. *Lavanilla Photography & Printing* sudah menerapkan atau melakukan pemanfaatan fitur media Instagram tersebut di akun *lavanilla_photography*, seperti *upload* foto dan video dan diberikan *caption* setiap postingannya dan selalu menggunakan *mention* dan juga *hashtag*. Dan selalu mengupload *story* dari kegiatan *lavanilla photography*.

Apakah akun Instagram

***Lavanilla_photography* berhasil meningkatkan penjualan**

Menurut hasil wawancara peneliti dengan admin *Lavanilla Photography & Printing* pemanfaatan instagram sebagai media pemasaran online ini dirasa tidak terlalu mempengaruhi dalam pemasaran online, karena fungsi instagram untuk akun *lavanilla_photography* adalah sebagai wadah tempat membagikan informasi dan promo terbaru yang ada di *Lavanilla Photography & Printing*. Serta menjadi katalog galeri foto setiap kegiatan yang ada di *Lavanilla Photography & Printing* agar para pengguna instagram dapat dengan mudah melihat hasil foto dan informasi serta promo terbaru yang ada di *Lavanilla Photography &*

Printing. Selain itu Instagram juga menjadi tempat untuk memudahkan para pengguna Instagram untuk berkomunikasi langsung jika ingin menanyakan perihal Lavanilla Photography & Printing.

Hambatan dalam pemasaran online melalui Instagram pada akun Instagram *lavanilla_photography*

Beberapa hambatan yang dialami setelah melakukan kegiatan promosi online melalui aplikasi media sosial Instagram saat ini dikarenakan belum ada admin khusus yang fokus dalam aktifitas Instagram, mengakibatkan kurang maksimalnya pemanfaatan Instagram, diantaranya :

- Kurang cepat menanggapi respon customer di Instagram melalui kolom komentar ataupun fitur *direct message*.
- Tidak terjadwal dengan baik kegiatan posting foto atau video dan stories
- Tidak bisa melakukan *spam like*

SIMPULAN

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Lavanilla Photography dan Printing sudah memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram sebagai media pemasaran onlinenya. Dan untuk

pemanfaatan Instagram untuk peningkatan penjualan adalah tidak ada peningkatan customer yang signifikan dari adanya media Instagram ini, karena akun *lavanilla_photography* ini berfungsi sebagai media penyebaran informasi dan promo terbaru yang ada di Lavanilla Photography & Printing dan sebagai katalog galeri foto kegiatan yang ada di Lavanilla Photography & Printing serta Instagram menjadi tempat untuk para penggunanya berkomunikasi langsung dengan admin *lavanilla_photography* jika ingin menanyakan perihal tentang Lavanilla Photography & Printing.

Serta hambatan yang dialami adalah belum ada admin khusus yang fokus dalam aktifitas Instagram, mengakibatkan kurang maksimalnya pemanfaatan Instagram seperti kurang cepat menanggapi respon customer di Instagram melalui kolom komentar ataupun fitur *direct message*, tidak terjadwal dengan baik kegiatan posting foto atau video dan stories dan tidak bisa melakukan *spam like*.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, 2012.

Manajemen pemasaran. PT Raja Grafino persada : Jakarta

Bungin, Burhan. 2009. *Sosiologi*

Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. Jakarta: Kencana.

Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu*

Komunikasi. Jakarta: Ghalia Indonesia

Herman, Agus. 2012. *Komunikasi*

Pemasaran. Jakarta : Erlangga.

Kadir, Abdul. 2003. *Pengenalan Sistem*

Informasi. Yogyakarta: Andi.

Nickels, Bill dkk.. 2008. *Understanding*

Business. New York: McGraw Hill.

Prita. 2013. "Internet: Sebuah Revolusi Baru

bagi Industri Kecil". Dalam *usaharumah.com*.

Rogers, Everett M. 1986. *Communication*

Technology; The New Media in Society. London: The Free Press Collier Macmillan Publisher.

Strange, Carol Anne. 2010. *Bisnis Internet*.

Terjemahan Slamet P. Sinambela. Jakarta: Tiga Kelana

Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Wen, Sayling. 2001. *Future of the Media*.

Batam: Lucky Publishers.

Tjiptono, Fandi. 2008. *Strategi Pemasaran*.

Yogyakarta: Penerbit Andi

<https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>

https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial

<https://kargoku.id/bauran-pemasaran/>

<https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-pemasaran>

<http://satupedang.blogspot.com/2015/02/sejarah-asal-mula-media-sosial-instagram.html>

<http://www.artikelsiana.com/2017/09/pengertian-media-sosial-fungsi.html>