

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pola Creative Studio merupakan sebuah digital agensi, yang terbentuk pada 21 Juni 2021. Bermula dari para pendirinya yang memiliki latar belakang di bidang kreatif dan berkecimpung dalam industri kreatif selama 6 tahun membuat para pendiri termotivasi untuk membentuk perusahaan ini. Dari beberapa pengalaman yang kami temui, kami memiliki harapan lebih untuk membantu memberikan ide-ide kreatif kepada seluruh sektor industri agar dapat selalu mengikuti perubahan-perubahan yang begitu cepat, (Polastd.com, 2021)

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 .Oleh karena itu, promosi sangatlah penting bagi perkembangan sebuah usaha. Tidak ada bisnis yang sukses tanpa melakukan promosi, begitu juga dengan @polastd yang memanfaatkan Instagram sebagai media promosi untuk memperkenalkan produk atau jasa dan menarik konsumen. Media promosi melalui media sosial ini memang sedang marak di kalangan para pengusaha *online*, mereka beramai-ramai memasarkan produk usaha melalui media promosi *online*.

Beragam-macam strategi dilakukan untuk mempertahankan eksistensi dalam persaingan industri jasa foto produk yang saat ini dipandang pasar yang sangat potensial dalam usaha mempromosikan jasa secara meluas. Seperti banyaknya

perusahaan dikota Bekasi mereka akun-akun yang bersaing di Instagram seperti @whatmedia.id, @bibox.photo @jasafotomakanan_progrsional dan masih banyak yang lainnya.

Hal ini dimanfaatkan oleh sebagian besar pemilik akun Instagram untuk berbisnis *online*. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan akun Instagram sebagai media pemasaran adalah @polastd. Akun tersebut berhasil mendapatkan pengikut sebanyak 2.706 pengikut (HS, 01/03/2022). @polastd ini, merupakan akun *digital agency* yang menawarkan layanan jasa yang menolong klien dalam membuat, merumuskan serta mengelola aktivitas pemasaran secara digital. Dengan Fotografer profesional, dan memiliki alat – alat perlengkapan studio foto yang lengkap.

Instagram dipilih sebagai media penjualan produk /jasa pemasaran oleh akun @polastd karena Instagram lebih aktif dibandingkan media sosial lainnya, seperti Facebook, Twitter dan TikTok. Selain itu, Instagram lebih dipilihnya dibandingkan dengan media lainnya, karena cara penggunaan Instagram lebih efisien dibandingkan berjualan dengan aplikasi lainnya atau melalui marketplace *online* meskipun marketplace mempunyai jaminan keamanan yang lebih tinggi dibandingkan hanya melalui Instagram.

Jangkauan target *audiens* untuk pemasaran *online* pada akun @polastd adalah untuk membantu pengusaha industri UMKM untuk membuat foto produk, video produk dan sosial management karena peran penting media sosial sebagai wadah untuk promosi dan mengenalkan *brand* tersebut. Tampilan sosial media yang terpola, rapih,

dan menarik akan membuat akun sosial media banyak berkunjung dan tertarik dengan *brand* sehingga dapat menaikkan omset bisnis. (HS, 01/03/2022).

Berbagai banyak pilihan layanan pada perusahaan yang membuat menarik @polastd agar para konsumen mau memakai produk atau jasanya yaitu layanan *social media management*, foto, video produk, *Branding & design* dan *motion* untuk tampilan sosial media yang terpola, rapih, dan menarik akan membuat akun sosial media banyak berkunjung dan tertarik dengan brand tersebut sehingga dapat menaikkan omset bisnis.

Membuat foto dan video dari sebuah produk sangat lah penting karena dari sebuah foto atau video customer dapat langsung menilai kualitas produk tersebut. Foto dan video produk jadi lebih menarik dan terlihat profesional sehingga *customer* tertarik dan membeli produk atau jasa.

Layanan @polastd juga membuat desain dan *branding*, merupakan sebuah identitas untuk bisnis. Dari identitas ini *brand* yang akan dikenal oleh konsumen, Identitas *brand* seperti logo, *tagline*, *Packaging* dan konsep desain dari media promosi kamu. @polastd juga memberikan layanan *Motion*, yaitu membuat gambar animasi produk sehingga membuat produk jadi lebih berkualitas dan menarik.

Konten yang menarik dapat membantu menarik pengikut atau calon konsumen memahami untuk melihat produk/jasa yang dijual. Konten dikatakan kreatif karena @polastd mampu membuat konten promosi dari produk-produk tersebut seperti membuat video *reels* dengan membuat promosi produk atau jasa mengikuti tren saat ini. Foto dan video produk @polastd tidak terlihat seperti iklan yang berfokus pada

aesthetic, tampilan, dan fitur dari produk. Dengan begitu, foto dan video tersebut bisa menghibur calon konsumen dan sekaligus menjual.

Akun @polastd juga membuat *giveaway* seperti mendapatkan hadiah atau uang untuk membuat *followers* merasa tergiur, berpartisipasi dalam konten tersebut menyenangkan dan berinteraksilah sehingga memiliki hubungan yang cukup dekat dengan mereka, lalu ajukan pertanyaan atau polling untuk mengetahui apa preferensi mereka.

Dalam memiliki informasi seputar industri @polastd juga memberikan konten informasi tentang informasi *branding*, yang bisa dibagikan pada Instagram. Dengan menggunakan *carousel* jenis unggahan di *feed* Instagram yang terdiri dari beberapa foto atau video untuk mencakup lebih banyak informasi. Dengan membagi informasi seputar industri, kredibilitas di mata pelanggan akan bertambah. Terlebih lagi, calon pelanggan akan menganggap akun tersebut sebagai ahli/*expert* dalam industri tersebut. membuat konten tentang informasi pembahasan industri dalam meningkatkan pemasaran *online*.

Postingan untuk hari besar seperti libur nasional atau hari raya keagamaan, akun @Polastd membuat konten khusus untuk hari tersebut dengan posting tentang hari raya keagamaan menunjukkan bahwa akun tersebut menghargai semua calon konsumen atau pelanggan, tidak peduli agama apapun. Ini akan memberikan kesan baik terhadap *brand* akun bisnis di mata pelanggan.

Akun @polastd juga membuat Konten di belakang layar, untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap akun bisnis. Karena, dengan melihat *behind the*

scenes, mereka tahu sedikit bagaimana cara membuat proses produk atau jasa yang dibuat dan bagaimana tempat bekerja. Jadi mereka yang akan suka dengan cara akun @polastd bekerja berkemungkinan besar menjadi pelanggan yang membeli ulang produk atau jasanya.

Setiap pada profil Instagram, yang pertama kali muncul adalah Instagram *Highlights*, @polastd menaruh apa yang ingin tunjukkan pada *followers* pada profil. Dengan begitu, yang pertama kali dilihat oleh *followers* adalah apa yang taruh, seperti diskon, testimoni, produk, dan sebagainya. Jadi, calon konsumen akan langsung tahu apa yang akan dijual dan bisa langsung memutuskan apakah mereka mau *follow* atau tidak. Plus, *Highlights* mempermudah *followers* mencari sesuatu yang spesifik di Instagram.

Profil jika konsumen merasa konten yang disajikan menarik dan sesuai dengan apa yang diinginkan kebutuhan, konsumen akan memberikan *feedback*. Semakin bernilai konten yang disajikan, semakin mudah membangun kepercayaan dengan target *audiens*. Dapat dikatakan kreatif karena mereka mampu membuat konten promosi dari produk-produk *client*.

Seperti memperlihatkan konten *behind the scene* kepada para pelanggan bisa membuat mereka merasa diperlakukan secara istimewa karena mendapat kesempatan untuk memahami lebih dalam mengenai segala sesuatu yang sedang terjadi dalam suatu perusahaan.

Dipilihnya akun @polastd dalam penelitian ini disebabkan karena mampu berhasil membuat pemasaran *online* melalui Instagram membuat peneliti tertarik melakukan

kajian tentang penggunaan Instagram sebagai media promosi komunikasi pemasaran *online* oleh akun @polastd.



Gambar 1.1 Sosial Media @polastd

Gambar 1.2 Postingan Sosial Media @polastd

Menurut (Kotler dan Keller 2012) komunikasi pemasaran adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual. Menggunakan sebuah komunikasi pemasaran perusahaan akan mempermudah dalam membuat strategi pemasaran dan tentunya pemilihan media iklan itu sendiri.

Dalam membangun dan mengiklankan suatu produk atau jasa, tidak hanya menggunakan strategi komunikasi pemasaran lewat mulut ke mulut, tetapi strategi komunikasi pemasaran bisa juga dilakukan secara *online*. Dalam menggunakan teknologi yang ada sekarang ini seperti *smartphone* dan media sosial, memungkinkan perusahaan berinteraksi dengan pembeli, sehingga pelanggan diharapkan untuk tertarik pada produk atau layanan jasa yang disajikan oleh perusahaan, hal ini dapat mengakibatkan proses pemasaran menjadi sangat efisien. (Rahmawati, D. 2016)

Pada era modern ini, penggunaan internet sangat meningkat. Bisa dikatakan manusia sangat bergantung dengan internet. Internet memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dan berinteraksi kapan saja dan di mana saja tanpa batas. Saat Internet berkembang, lebih banyak fitur, termasuk Instagram, memberikan informasi gratis secara cuma-cuma salah satunya adalah Instagram.

Pemanfaatan internet saat ini, penggunaan Internet telah berkembang menjadi sarana informasi dan komunikasi global dalam dunia bisnis. Salah satu kegunaannya adalah sebagai *advertising tool* yang berfungsi untuk mempromosikan produk atau beriklan melalui internet. Internet tidak hanya sebagai media periklanan, tetapi juga berkembang menjadi media untuk aktivitas jual beli dan informasi melalui merek yang disebut *e-commerce*.

Pemasaran digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, individual, dan relevan. Alat untuk pemasaran digital yang lebih efektif dan efisien menggunakan internet. Salah satunya dengan menggunakan berbagai macam media

sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan sebagainya. Oleh karena itu, sangat mudah bagi toko *online* untuk memasarkan barang atau jasanya.

Salah satu media pemasaran digital melalui komunikasi visual yang sedang tren saat ini adalah aplikasi media sosial Instagram. Terlihat bahwa Instagram merupakan aplikasi gratis yang fungsi utamanya sebagai tempat mengunggah foto, video, *reels* dan *instastory*. Aplikasi ini dapat digunakan melalui *smartphone*. Setelah berhasil menjadi aplikasi yang diminati banyak pengguna, Instagram menjadi media sosial yang banyak membuka peluang bisnis bagi penggunanya, dapat digunakan sebagai media komunikasi pemasaran melalui berbagi foto produk penjual memiliki banyak pengikut (Sangaji, 2018).

Instagram juga berperan sebagai tempat penting bagi para pebisnis untuk mengiklankan produk mereka. Sekarang banyak produk yang dijual secara *online* mulai dari tas, sepatu, pakaian, hingga makanan. Tren ini juga dilakukan oleh banyak perusahaan dunia, bahkan sebuah studi yang dilakukan oleh Essentially Estimated, mengungkapkan bahwa 54% organisasi dengan merek yang sangat populer saat ini menggunakan Instagram (Baihaqi, 2012).

Pelaku bisnis yang membuat akun Instagram untuk mempromosikan produk biasanya lebih mudah untuk menawarkan barang kepada calon pembeli, karena pada umumnya target pembeli utama adalah orang-orang yang ada di dekat mereka, dengan memiliki akun toko *online* Instagram mereka dapat memberi tahu teman-teman mereka di sekitar mereka. Dimulai dengan mendengar percakapan orang sambil menunjukkan akun. Dengan adanya Instagram, perusahaan lebih mudah untuk menjual barang

dagangan, karena dapat menampilkan foto-foto produknya secara efektif. Proses promosi menggunakan Instagram tersebut masuk dalam lingkup komunikasi pemasaran *online* (Sangaji, 2018).

Saat ini banyak sekali orang yang menggunakan Instagram. Keberhasilan berbagi foto dan video sebagai aplikasi yang diminati banyak pengguna menjadikan Instagram sebagai media sosial dengan banyak peluang bisnis bagi pengguna. Dengan mengunggah foto produk yang dimiliki pemasar dan menggunakan *caption* yang menarik. Instagram merupakan media periklanan *online* yang banyak digunakan sebagai website yang menawarkan produk dan jasa secara online. Dengan Instagram, Anda dapat memenuhi hampir semua persyaratan secara *online*. (Rahmawati, D. 2016).

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 konsumen. Oleh karena itu, promosi sangatlah penting bagi perkembangan sebuah usaha tidak ada bisnis yang sukses tanpa melakukan promosi, begitu juga dengan @polastd yang memanfaatkan Instagram untuk meningkatkan pemasaran *online*.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk menulis penelitian yang berjudul “Pemanfaatan Instagram Dalam Meningkatkan Pemasaran Online Pada Akun Instagram @polastd (Studi Deskriptif Kualitatif pada akun @polastd)”.

1.2 Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian ini adalah pemanfaatan Instagram dalam meningkatkan pemasaran *online* pada akun @polastd.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, pertanyaan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut: Bagaimana pemanfaatan Instagram oleh @polastd dalam meningkatkan pemasaran *online*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan Instagram oleh @polastd dalam meningkatkan pemasaran *online*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Secara Akademis

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan atas sumbangan dalam kajian ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran *online* pada media Instagram.

1.5.1 Secara Praktis

Hasil penelitian ini, diharapkan mampu memberikan wawasan serta masukan bagi pengusaha industri dalam melakukan komunikasi pemasaran *online* pada Instagram.