

IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN INSTAGRAM PADA R_FLORIST (*DIGITAL MARKETING IMPLEMENTATION USING INSTAGRAM IN R_FLORIST*)

Aisyah Naqiah¹ , Deli²

Universitas Internasional Batam

Email : 1531039.aisyah@uib.edu; Deli@uib.ac.id

Abstract:

Promotion is important for development of a business, one way to do promotion through social media, social media is a platform that is able to give a big influence in several activities, many activities can be done on the internet, such as studying, shopping, doing business activities be it offline or online. Like instagram, instagram itself can be used by many groups and has many benefits, one of which is promoting business, the purpose of writing written ideas here is expected to advance the business being carried out, and provide solution to facilitate entrepreneurs in doing digital marketing. Another benefits using the instagram future can be felt by instagram Ads. Things that can be considered in the use of instagram ads such as follower count, reach, impression, etc. In implementing the application using several methods that can be done such as the use of instagram Ads, Endorsments, and make as changes to several ways in posting, such as feeds, photo techniques, and some information that will be provided and can get results such as increased sales and boardening market reach.

Keywords: Digital marketing, Social media, Instagram Ads, Endorsment, Online sales

Abstrak:

Promosi merupakan hal penting bagi perkembangan suatu usaha, salah satu cara dalam melakukan promosi melalui sosial media, sosial media merupakan sebuah platform yang mampu memberikan pengaruh besar dalam beberapa kegiatan, banyak kegiatan yang dapat dilakukan di internet, seperti belajar, berbelanja, melakukan kegiatan usaha baik itu offline ataupun online. Seperti instagram, instagram sendiri dapat digunakan banyak kalangan dan memiliki banyak manfaat salah satunya mempromosikan usaha, tujuan dalam penulisan gagasan tertulis disini diharapkan dapat memajukan usaha yang sedang dilakukan, dan memeberikan solusi untuk memudahkan pengusaha dalam melakukan digital marketing. Manfaat lain penggunaan fitur instagram dapat dirasakan adanya instagram Ads. Hal yang dapat diperhatikan dalam penggunaan instagram ads seperti follower count, reach, impression, dsb. Dalam melakukan penerapan menggunakan beberapa metode yang dapat dilakukan seperti penggunaan instagram Ads, endorsment, dan melakukan perubahan terhadap beberapa cara dalam postingan, seperti feed, teknik foto, dan beberapa informasi yang akan di berikan. Serta dapat mendapatkan hasil seperti peningkatan penjualan serta peluasan jangkauan pasar.

Kata Kunci: Digital Marketing, sosial media, instagram Ads, endorsment, Jualan online

PENDAHULUAN

Pada umumnya hadiah merupakan hal yang sangat di inginkan oleh setiap orang. Banyak macam jenis hadiah yang ditawarkan sekarang ini, salah satunya adalah bunga, seperti yang ditawarkan oleh usaha R_florist. Perusahaan ini

menawarkan bunga sebagai salah satu pilihan yang dapat dipilih sebagai hadiah. Namun usaha ini sendiripun bisa dikatakan cukup banyak saingan ushanya, karna banyaknya usaha yang serupa yang membuat susah nya meningkatkan tingkat penjualan. Usaha tersebut sudah berjalan

hampir 7 bulan, namun penjualan yang di dapatkan pun masi dikatakan cukup rendah, mengingat banyaknya usaha yang serupa berada di kota batam. Hasil usaha yang ditawarkan pun ada 2 jenis yaitu bunga *bucket* dan *bloom box* dimana bunga tersebut dirangkai sedemikian rupa hingga dapat menjadi suatu barang yang memiliki nilai jual, hasil dari bunga tersebut pun dapat di *mix* dengan hadiah lain nya seperti coklat, foto, jilbab, pakaian, balon dan lain lain nya. untuk model rangkaian nya pun dapat di sesuaikan dengan keinginan pembeli, dikarenakan memang fokus dalam membangun usaha ini sendiri pun berdasarkan permintaan *custom*. Untuk SDM sendiri pengusaha tersebut masih membangun usaha nya sendirian, belum mempunyai bantuan dari orang lain dikarenakan usaha tersebut masih baru dibuka. Permasalahan promosi pun menjadi salah satu hambatan yang membuat usaha ini sulit untuk berkembang, dikarenakan minim nya pengetahuan bagaimana cara mempromosikan produk dengan baik dan benar.

Tujuan dilakukan penulisan gagasan tertulis ini adalah untuk meningkatkan minat beli untuk mengembangkan usaha ini kedepan nya, dan dalam gagasan tertulis sendiri ini pun berfokuskan untuk

meningkatkan proses marketing khusus nya di bidang digital, menurut (Kusuma & Sugandi, 2019) digital marketing merupakan kedaan pemasar yang harus menguasai 3 hal dari konsumen, yaitu hati pikiran serta semangat yang mengacu pada pemasaran yang bersifat elektronik yang berbasis internet. Dan komunikasi pemasaran digital merupakan penggabungan antara komunikasi dengan pemasaran digital, yaitu sarana dan proses yang dimana pelaku, menginformasikan, mempersuif dan mengingatkan kepada konsumen mengenai produk yang ditawarkan. perkembangan digital untuk di zaman sekarang pun sudah berkembang pesat, penggunaan sosial media pun menjadi sangat besar tak terkecuali di Indonesia sendiri, menurut (Atiko, Sudrajat, Nasionalita, & Telkom, 2016) pengguna instagram di Indonesia sendiri sudah mencapai 7% dari 88,1 juta pengguna internet dengan mencapai populasi penduduk sebanyak 255,5 juta (menurut wearesocial.sg di januari 2015) maka perkembangan inipun dimanfaatkan guna untuk mengembangkan usaha dan salah satu *platform* yang digunakan disini adalah instagram. Menurut (Darmawan, Setyanto, & Aulia, 2019) instagram merupakan sebuah aplikasi sosial media yang

mengupload beberapa foto atau video. Salah satu fungsi dari instagram sendiri yaitu saling berbagi momen akan apa yang kita *upload* disana dan manfaat lain nya dari instagram sendiri kita bisa melakukan bisnis. Karna pada instagram sendiri untuk membangun usaha tergolong cukup sulit namun mampu memberikan keuntungan yang lumayan banyak, mengingat banyaknya pengguna instagram sendiri dengan rentang usia 18-24 tahun. Dimana pada rentang usia tersebut banyaknya pengguna instagram sendiri yang lebih suka mencari tahu tentang akun-akun olshop apapun melalui instagram. Serta manfaat yang di dapatkan adalah naiknya penjualan dari usaha pemasaran yang dilakukan.

GAGASAN

1. Penulis sudah melakukan diskusi terhadap pengusaha bagaimana membuat digital marketing yang baik dimana solusi-solusi yang ditemukan diharapkan mampu membuat usaha ini lebih berkembang. Untuk instagram sendiri ada beberapa perkembangan *insight* yang bisa di perhatikan seperti :

a. *Follower count*, dimana fitur ini dapat melihat berapa banyak orang yang mengikuti akun kita dalam 7 hari terakhir.

b. *Impressions*, membuat kita tahu beberapa kali postingan kita telah di lihat oleh pengikut kita dalam beberapa waktu tertentu.

c. *Reach*, fitur ini sendiri memberi tahu jumlah pengguna yang telah melihat postingan kita.

d. *Profile views*, fitur yang mampu melihat berapa kali profil sudah dilihat oleh pengikut kita.

e. *Website Clicks*, fitur ini sendiri untuk melihat berapa banyak pengguna klik terhadap *link* yang ada di *profile bio* kita.

f. *Call/Email Clicks*, melihat berapa banyak jumlah pengguna klik terhadap fitur tersebut.

g. *Posts*, mampu melihat dan memantau sudah berapa banyak postingan yang sudah kita *publish* dalam jangka waktu tertentu.

Fitur ini bukan hanya berada di postingan *feed* yang kita lakukan, tetapi juga bisa diamati melalui postingan *stories*. Dan juga kita bisa mengamati perilaku pengikut di instagram seperti *gender*, *age*, *location*, *followers hours*, dan *followers day*.

2. Ada beberapa Solusi yang sudah dilakukan untuk menerapkan teknik marketing yang baik dengan cara :

- a. membuat akun instagram menjadi akun bisnis dimana akun ini memberikan fitur-fitur yang dibutuhkan.
- b. Pengusaha disarankan melakukan perubahan pada *feed* foto yang di posting, dimana postingan tidak hanya berupa barang dagangan saja, tetapi diselingi dengan penjelasan beberapa jenis bunga, kegunaan bunga, dan filosofi tentang bunga tersebut, sehingga dapat menarik minat pembeli.
- c. Lalu pengusaha juga disarankan melakukan perubahan pada teknik foto, teknik foto yang bagus juga dapat membuat barang yang akan dijual akan menampilkan kualitas yang bagus sesuai dengan bahan baku yang di gunakan.
- d. serta melakukan teknik promosi *endorsement* dimana teknik ini sendiri diharapkan mampu meluaskan penjualan, tentunya teknik *endorsement* sendiri memiliki ketentuan tersendiri, seperti melakukan kerjasama dengan beberapa *influencer* dengan memiliki nominal pengikut yang banyak.
- e. pengembangan lanjutan yang dapat dilakukan untuk digital marketing di instagram sendiri dengan cara menambahkan instagram *Ads* dimana instagram *Ads* ini dapat melakukan sistem *targeting* dimana dapat melakukan target

sesuai dengan umur, lokasi, jenis kelamin, hobi, ketertarikan, dan lain nya.

3. Dalam melakukan pengembangan pada teknik promosi yang terdapat pada poin 2 langkah awal untuk membuat akun menjadi bisnis menjadi hal yang sangat utama, dimana menjadikan akun bisnis di instagram juga berpengaruh pada poin e, dimana untuk melakukan promosi di instagram *Ads* pengguna harus masuk kedalam *platform* facebook, dimana untuk menjadikan akun bisnis kita harus mempunyai *fanspage* yang harus terhubung di instagram, dan memudahkan facebook untuk melakukan promosi. Cara ini cukup efektif, dimana instagram *Ads* akan melakukan kampanye (promosi) sesuai dengan keinginan pengguna dan akan melakukan pengiklanan secara terus menerus, dan hal ini pun diharapkan menjadi solusi utama dalam perkembangan promosi. Selain menggunakan instagram *Ads* merubah teknik foto produk dan melakukan *feed* instagram menjadi salah satu hal yang penting, karena jika dilihat dari beberapa tahun terakhir teknik ini termasuk efektif dimana info tentang produk yang jual pun khusus nya bunga dapat menjadi suatu info penting bagi dan ilmu masyarakat khalayak. Lalu teknik foto yang bagus pun menjadi faktor pendukung

dalam hal ini, sesuai dengan bahan baku yang digunakan bagus maka foto yang bagus akan menjadi nilai tambah bagi calon pembeli. Terakhir *endorsement* pun menjadi hal akhir dimana untuk menarik pelanggan pengusaha memilih *endorsement* menjadi salahsatu solusi yang akan digunakan, dimana untuk menggunakan teknik ini harus memilih *influencer* dengan target masyarakat yang sesuai, dan memiliki timbal balik yang diharapkan.

4. Sumber daya manusia atau SDM yang di perkirakan untuk membantu pengusaha dalam mengembangkan promosi salah satunya penulis sendiri, dimana penulis akan membantu pengusaha untuk membuat instagram usaha menjadi akun bisnis, lalu penulis dan pengusaha akan mencoba untuk membuat teknik foto yang baik serta penulis akan membantu pengusaha untuk mencari informasi-informasi tentang jenis-jenis bunga sesuai dengan bunga yang akan menjadi salah satu *stock* pengusaha itu sendiri. Setelah itu pengusaha akan melakukan teknik promosi melalui instagram *Ads* dimana instagram *Ads* ini membutuhkan biaya +- Rp.10.000 perhari hingga Rp.10.000.000 perhari dengan pengguna bisa mencapai 500 juta, tetapi disini penulis akan menggunakan range biaya Rp. 10.000 – Rp. 20.000 saja.

Lalu untuk *endorsement* sendiri penulis sudah melakukan riset sesuai dengan pencarian manual dimana ada beberapa influencer di batam sendiri yang bisa di katakan cukup bisa melakukan *engagement* yang lumayan tinggi dan masuk dengan kategori yang cocok dengan *florist* seperti :

a. Ritarr Alfina Nurmala (@ritarrajaguguk)

Dimana *influencer* ini sendiri memiliki *engagement* 7.4% dan memiliki *like* per-postingan 17.k

b. Elly Marcellina (@ellymrclna)

Influencer ini sendiri memiliki *engagement* hamper 21.8% dan memiliki *like* per-postingan 6.7k

c. Olivia Gosandra (@oliviagosandra)

Influencer satu ini pun memiliki *engagement* 6.1% dan memiliki *like* per-postingan 41.k

Itulah beberapa *influencer* yang akan menjadi target penulis jika melakukan teknik promosi, teknik ini pun bukan hanya sekedar memberi barang yang akan digunakan untuk promosi, dimana pengusaha akan membayar jasa yang akan digunakan dari *influencer* itu sendiri.

5. Langkah yang harus dilakukan untuk mengimplementasi gagasan tertulis ini adalah

1. Membuat akun instagram, di mana *platform* yang digunakan saat ini adalah instagram itu sendiri
2. Menjadikan akun instagram menjadi akun bisnis, dengan cara menghubungkan instagram dengan *platform* facebook.
3. Melakukan perubahan pada teknik foto, perubahan ini dimaksud dengan cara membuat foto lebih terlihat simple dan menarik dengan melakukan *setting* pencahayaan, tempat foto, *colour grading*.
4. Membuat perubahan *feed* instagram, dimana *feed* itu sendiri terdiri dari foto produk yang terlihat lebih bagus dan simple serta beberapa post diselingi dengan penjelasan tentang jenis bunga, contoh : *Rose, tulip, daisy*. Dimana jenis bunga tersebut diberikan penjelasan sejarah, bahasa latin, asal, serta makna dari bunga itu sendiri.
5. Melakukan *endorsement* dengan beberapa *influencer*, dimana *endorsement* disini memberikan contoh bunga terbaik dan *influencer* itu sendiri akan melakukan promosi di akun sosial media masing-masing, tentunya ada ketentuan kerjasama yang akan muncul disini, seperti lamanya waktu postingan, jenis postingan yang akan dipilih, tentunya disini pengusaha akan mengeluarkan biaya lebih, dikarenakan

pengiriman, biaya posting, tentunya biaya produk yang dikeluarkan.

6. Terakhir pengusaha melakukan promosi dengan instagram *Ads*, pertama yang harus dilakukan pengusaha adalah foto produk yang akan diiklankan di instagram *feed* ataupun *story*, setelah itu disini pengusaha akan mencoba memilih melakukan promosi di instagram *Ads* untuk 3 hari. Dimana untuk pemula akan lebih baik jika memilih untuk 3 hari dahulu dikarenakan untuk memantau seberapa efektif jika melakukan promosi di instagram jika dibandingkan dengan promosi *endorsement*.

KESIMPULAN

Pada akhirnya semua teknik yang akan diterapkan pun menjadi harapan yang diharapkan untuk membuat majunya usaha yang sudah dilakukan, seberapa efektif nya teknik yang dilakukan pun menjadi harapan yang besar dalam memajukan usaha tersebut, dalam teknik pengimplementasian yang diperkirakan memiliki hasil yang tinggi adalah instagram *Ads*, karena instagram *Ads* sendiri memiliki jangkauan yang sangat luas dan bisa memilih *audience* yang diinginkan oleh pengguna sendiri, dan dapat memilih target yang akan dipilih serta pilihan yang memiliki pengeluaran yang

Volume 1 Nomor 1 Edisi Agustus 2020
tergolong lebih kecil dibandingkan dengan
endorment.

DAFTAR PUSTAKA

Atiko, G., Sudrajat, R. H., Nasionalita, K.,
& Telkom, U. (2016). Abstrak
Perkembangan teknologi , informasi dan
komunikasi yang terus meningkat
membuat jumlah pengguna Internet yang
juga semakin tinggi diseluruh dunia setiap
tahunnya , tak terkecuali Negara Indonesia
. Selain Facebook , Twitter , Youtube ,
Path , Line , 3(2), 2349–2358.

Darmawan, M., Setyanto, Y., & Aulia, S.
(2019). Analisis Promosi Goffee Indonesia
Di Instagram. *Prologia*, 3(1), 190.
<https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6238>

Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019).
Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai
Media Komunikasi Pemasaran Digital
Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal
Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18.
<https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>