

# **INSTAGRAM SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI PEMASARAN OCTOPUS STUDIO PRINTING DALAM MENINGKATKAN OMZET PADA TAHUN 2017**

**Aprillia Puspitasari**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan,  
Bantul, D.I.Yogyakarta 55183.

Octopus Studio Printing is one of the printing screen service businesses in the city of Yogyakarta. From the search results, Octopus researchers experienced an increase in turnover from year to year.

This is the background of the author to study Instagram social media activities by Octopus printing studio as a promotional tool. The type of research used is descriptive qualitative to reveal the events of Instagram activities as promotional tools for octopus printing studios in 2017. The data sources in this study are interviews and documentation. Interviews were conducted on two informants and documentation in the form of activity reports and photographs that were evidence of the promotional activities carried out.

The results of the study show that Instagram can be used as a promotional tool to increase sales turnover because of its broad nature not limited to space and time. Planning is done by determining interesting post content and messages that can connect users widely. In the implementation of the promotion carried out by managing the Instagram account homepage, uploading content containing finished products from customer orders, content that contains the product production process and content that contains the variety of products offered, Octopus Studio Printing is also active in marketing directly to the target market by utilizing features direct message on Instagram account. Evaluation phase. In this case Octopus Studio Printing already has a routine schedule for implementation and there are also clear indicators that are the evaluation material every month. So it can be concluded that the management of Instagram as a Marketing Communication Tool has been well done by Octopus Studio Printing in the aim of increasing sales turnover in 2017.

Keyword: Instagram, Marketing Communication, octopus Printing Studio

## ABSTRAK

Octopus Studio Printing merupakan salah satu bidang usaha jasa sablon yang ada di Kota Yogyakarta. Dari hasil penelusuran peneliti Octopus mengalami peningkatan omzet dari tahun ke tahun. Hal inilah yang melatar belakangi penulis untuk melakukan kajian aktivitas sosial media instagram yang dilakukan Octopus studio printing sebagai alat promosi.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif untuk mengungkap peristiwa aktivitas instagram sebagai alat promosi octopus studio printing pada tahun 2017. Sumber data dalam penelitian ini yaitu wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap dua informan dan dokumentasi berupa laporan kegiatan serta foto-foto yang menjadi bukti dalam aktivitas promosi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa instagram dapat digunakan sebagai alat promosi untuk meningkatkan omzet penjualan karena sifatnya yang luas tidak terbatas ruang dan waktu. Perencanaan dilakukan dengan menentukan konten post yang menarik dan pesan yang dapat menghubungkan pengguna secara luas. Secara pelaksanaan promosi dilakukan dengan pengelolaan *homepage* akun Instagram, pengunggahan konten yang berisi produk jadi hasil pesanan customer, konten yang berisi proses produksi produk dan konten yang berisi variasi produk yang ditawarkan, Octopus Studio Printing juga aktif dalam melakukan pemasaran langsung kepada target pasar dengan memanfaatkan fitur direct message pada akun Instagram. Tahap evaluasi. Dalam hal ini Octopus Studio Printing sudah memiliki jadwal rutin pelaksanaannya dan juga sudah terdapat dengan jelas indikator – indikator yang menjadi bahan evaluasinya setiap bulan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengelolaan Instagram Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran telah dilakukan dengan baik oleh Octopus Studio Printing dalam tujuan meningkatkan omzet penjualan pada tahun 2017.

Kata Kunci: Instagram, Komunikasi Pemasaran, octopus Printing Studio

HALAMAN PENGESAHAN

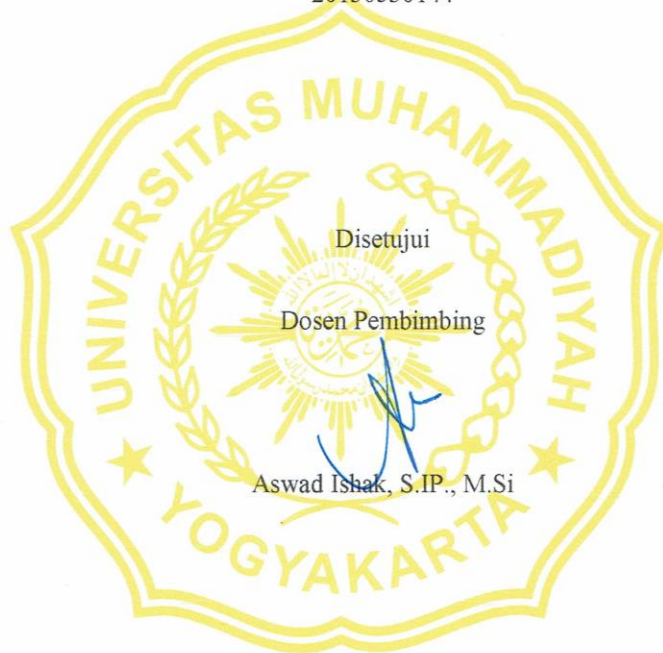
Naskah Publikasi dengan judul

Instagram Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Octopus Studio Printing dalam  
Meningkatkan Omzet pada Tahun 2017

Oleh

Aprillia Puspitasari

20130530144



## PENDAHULUAN

Dunia yang semakin informatif, menarik, sekaligus mudah diakses menjadikan Instagram sebagai sarana komunikasi, hiburan, serta berita yang dapat dinikmati dalam genggamannya. Banyaknya pengusaha menengah yang tertolong berkat sosial media yang menjadikan alat promosi ini digandrungi oleh setiap pebisnis. Manisnya buah hasil perkembangan teknologi dirasakan pada setiap pengusaha. Tak heran banyak aplikasi jual-beli online yang telah beredar dimasyarakat. Namun sebagai media promosi, Instagram adalah jembatan ajaib yang mampu mempermudah pebisnis untuk mengenalkan produknya. Instagram adalah salah satu pelopor promosi bisnis modern berbasis sosial media yang sukses mengantarkan pebisnis dari berbagai kalangan memperluas jangkauan pasarnya. Peningkatan jumlah omzet terlihat sebagai efek bola salju yang dinanti oleh setiap pebisnis.

Sosial media menjadi langkah awal pebisnis dalam mempromosikan produknya. Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu, ataupun rumah tangga (Simamora, 2003:285). Pendapat yang lain mengenai promosi yaitu salah satu unsur dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk dan mengingatkan tentang produk perusahaan (Stanton, 2006:171).

Fungsi promosi sendiri terbagi menjadi lima; *Informing* (Memberikan Informasi), *Persuading* (Membujuk), *Reminding* (Mengingat), *Adding Value* (Menambah nilai), *Assisting* (Mendampingi upaya-upaya lain dari perusahaan).

Beberapa pengusaha lokal yang memanfaatkan keunggulan Instagram adalah pengusaha sablon. Bisnis sablon sudah berkembang di Indonesia pada tahun 1960-an. Dimulai dengan teknik sablon kaos cetak saring yang sangat fenomenal, setelah diperkenalkan oleh Andy Warhol, tahun 1962 melalui cetak layar dengan membuat foto Marilyn Monroe dengan berbagai corak warna cerah (<http://dikaosin.com/detailnews/22-yuk-intip-perkembangan-sablon-kaos.html> diakses pada 1/15/18 pukul 15.47).

Octopus Studio Printing merupakan salah satu usaha sablon yang memiliki omzet yang tinggi, peningkatan signifikan dari tahun 2015 hingga 2017. Octopus Studio Printing memanfaatkan sosial media sebagai sarana promosi mereka. Sejak mereka berdiri hingga sekarang, pemilik bisnis tersebut menggunakan media seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan Youtube. Promosi melalui media sosial menjadi peran yang vital bagi mereka. Hal ini memudahkan produsen untuk memperkenalkan hasil percetakan kepada khalayak ramai, terutama di Yogyakarta sendiri.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif kualitatif. Menurut Creswell (2010:4) penelitian kualitatif adalah sebuah proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau masalah manusia, berdasarkan pada penciptaan gambaran holistik lengkap yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar alamiah.

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik yang akan digunakan untuk mendapatkan data yaitu; Wawancara adalah tanya jawab mengenai objek penelitian dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan masalah yang sedang diteliti.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dewasa ini, internet kini telah dianggap sebagai saluran baru bagi perusahaan untuk melaksanakan kegiatan promosi penjualan mereka. Media sosial secara mendasar mengubah cara perusahaan berkomunikasi, berkolaborasi, dan menciptakan aktivitas pemasaran mereka. Akun Instagram perusahaan yang memiliki postingan dengan gambar dan video menarik, memiliki peluang untuk membuat umpan balik yang positif.

Sekarang ini mayoritas produk andalan pada bisnis online adalah produk yang berkaitan dengan produk gaya hidup, misalnya produk fashion dan clothing (Sarastuti, 2017). Komunikasi pemasaran

melalui media internet dapat memberikan keuntungan dalam berbagai bidang. Proses pemasaran melalui media internet mampu memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh barang yang diinginkan (Abyad, 2017). Salah satu jenis media internet adalah Instagram.

Melalui media online Instragram, memungkinkan pengguna untuk mempublikasikan berbagai foto dan ragam informasinya. Realitasnya kini, instagram justru dimanfaatkan sebagai salah satu media pemasaran produk secara online (Aprilya, 2017). Adanya postingan dan tampilan dari toko online yang dikemas secara menarik mampu menstimulasi dan memunculkan persepsi seseorang atau pengguna Instagram lain. Menurut McKnight et.al (2002), dengan membangun kepercayaan dapat meminimalisir risiko ketidakpastian pada suatu situs halaman yang dikunjungi.

Strategi lainnya yaitu dengan memberikan harga menarik, pelayanan bagus, serta berkualitas dapat membuat jumlah penjualan suatu produk menjadi meningkat, sehingga membuat konsumen menjadi lebih tertarik untuk membeli produk secara online pada online shop (Anshari, 2013). Penggunaan media online seperti Instagram, memiliki manfaat lain untuk *membranding* suatu merek. Salah satunya dengan menggunakan hastag atau tagar.

Oleh karena ini dalam hal ini akan dibahas lebih lanjut mengenai tujuan penelitian yang telah

dilakukan, yaitu untuk mendapatkan gambaran pemasaran periklanan promosi pada Octopus Studio Printing dalam meningkatkan omzet pada tahun 2017. Selain itu juga bertujuan untuk mendapatkan deskripsi tentang faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan promosi Octopus Studio Printing pada tahun 2017.

Berdasarkan survey lapangan, interview yang mendalam dan juga pengamatan terhadap objek penelitian, secara garis besar terdapat 3 tahapan proses utama dalam kegiatan promosi Octopus Studio Printing. Tiga tahapan utama tersebut adalah proses perencanaan, proses pelaksanaan dan proses evaluasi. Untuk lebih mengetahui secara mendalam, berikut peneliti akan mencoba menjabarkan masing masing point.

### **Proses Perencanaan Kegiatan Promosi Pada Instagram Octopus Studi Printing**

Instagram hadir sebagai salah satu aplikasi *new media* yang sangat dekat dan digemari oleh kaum milineal. Keberadaan instagram nyatanya tidak hanya dimanfaatkan secara personal untuk membagi momen – momen penting kepada lingkungan sekitar, namun juga lambat laun digunakan sebagai media promosi sebuah produk. Dengan segala kemudahan dan efesien *budget* yang ditawarkan, membuat Instagram banyak dilirik oleh perusahaan atau produsen produk untuk menyusun langkah – langkah taktis promosi. Didukung dengan fitur konten berupa media berbentuk gambar dan tulisan, maka akun Instagram produsen bila dikemas

dengan baik akan dapat menarik minat pasar. Peluang yang sama pula yang dilihat oleh Octopus Studio Printing sebagai suatu usaha yang menawarkan jasa sablon dan pembuatan baju.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, pada tahaan perencanaan kegiatan promosi yang akan dilakukan oleh Octopus Studio Printing, ternyata terdapat beberapa point utama yang penting. Point – point ini dinilai dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi target pasar produk. Octopus Studio Prnting sendiri menyadari bahwa penggunaan media Instagram sebagai media promosi produk mereka tentunya akan harus bersaing dengan produsen lain dibidang jasa yang sama. Sehingga diperlukan strategi – strategi khusus untuk mengemas konten promosi yang akan di *publish* menjadi suatu konten yang menarik.

Point pertama yang penting untuk diperhatikan adalah penetapan tujuan. Dimana dalam hal ini tujuan merupakan landasan pengarah kegiatan promosi itu sendiri. Dalam hal ini berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Diketahui bahwa tujuan dari kegiatan promosi yang dilakukan Octopus Studi Printing selain untuk meningkatkan omzet penjualan, adalah juga untuk membangun kepercayaan dari konsumen atau calon konsumen kepada jasa yang ditawarkan.

Untuk mengakomodir tujuan – tujuan tersebut maka Octopus Studio Printing dalam melakukan kegiatan promosi melalui media Instragram merencanakan tidak hanya mengunggguh foto – foto produk, namun juga akan mengunggguh foto – foto proses

produksi. Hal ini dinilai dapat meningkatkan kepercayaan calon konsumen, bahwa jasa yang ditawarkan bukanlah penipuan.

Selain untuk meningkatkan kepercayaan calon konsumen mengenai keberadaan Octopus Studio Printing secara nyata, juga dimaksudkan untuk meningkatkan kepercayaan calon konsumen dalam bidang kualitas produk yang ditawarkan. Dengan juga membagikan foto – foto proses produksi, maka calon konsumen dapat melihat bahan mentah yang digunakan dalam pembuatan suatu produk.

Dibalik itu memang berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan mewawancarai beberapa konsumen, ternyata keraguan terbesar mereka dalam memutuskan kerjasama dengan Octopus Studio Printing adalah ketakutan penipuan. Namun sejauh ini ternyata melalui unggahan – unggahan yang ada pada akun media social Instagram Octopus Studi Printing telah dapat dipercaya dan menarik minat konsumen baru. Bahkan dalam beberapa kerjasama yang telah dilakukan, konsumen Octopus Studio Printing sendiri ada yang berasal dari wilayah Yogyakarta. Hal ini tentunya membuktikan bahwa tujuan membangun kepercayaan pelanggan berbanding lurus dengan kenaikan omzet penjualan produk.

Poin kedua yang perlu diperhatikan adalah penentuan konsumen potensial atau target pasar dari produk yang ditawarkan. Dimana penentuan target pasar ini akan menjadi landasan produsen dalam merancang pesan seperti apa

yang nantinya efektif untuk disampaikan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa penentuan target pasar untuk produk yang ditawarkan Octopus Studio Printing dilakukan dengan metode diskusi.

Proses diskusi yang dilakukan pun melibatkan beberapa pihak diantaranya owner Octopus Studio Printing, devisi digital marketing, dan pihak-pihak lain yang dianggap berkaitan dengan proses promosi Octopus Studio Printing melalui media Instagram. Info selanjutnya yang didapatkan yaitu selama ini yang menjadi target pasar dari Octopus Studio Printing adalah sesama pihak usaha atau dengan kata lain bisnis to bisnis.

Target ini dipilih didasarkan pada beberapa faktor diantaranya jika kerjasama dilakukan antara dua pihak yang saling berbisnis tentunya professional kerja menjadi point utama selain itu, bekerjasama bisnis to bisnis akan memperkecil peluang kekhawatiran *customer* terhadap Octopus, dikarenakan dalam sistem kerjasama bisnis to bisnis kedua pihak akan mempunyai tanggung jawab dan hak yang sama besarnya sesuai kesepakatan.

Selanjutnya bila dilihat secara omzet penjualan, target pasar yang merupakan organisasi bisnis juga, tentunya memiliki konstentitas terhadap kegiatan yang membutuhkan kerjasama dengan Octopus Studio Printing. Sehingga dapat membuka peluang kerjasama untuk kurun waktu yang cukup panjang. Tentunya hal ini akan membawa keuntungan tersendiri bagi Octopus Studio Printing.

Disamping itu, diketahui pula bahwa dalam sistem promosi dengan menggunakan media social khususnya instagram, faktor follower atau jumlah pengikut akun juga menjadi penting untuk diperhatikan. Mengingat para follower inilah yang menjadi perpanjangan tangan penyebaran informasi produk kepada masyarakat luas secara tidak langsung. Oleh karena itu dengan menjalin kerjasama dengan organisasi bisnis, sebagai contoh *brand* indi, tentunya range penyebaran produk juga akan terpengaruh dari jumlah follower akun pihak partner kerjasama.

Hal berikutnya yang tidak kalah penting dalam proses perencanaan media promosi melalui akun media social Instagram adalah pembuatan atau perancangan pesan promosi itu sendiri. Octopus mendesain pesan agar dapat dengan mudah tersampaikan kepada target pasar yang telah ditentukan. Pemilihan pesan ini juga berkaitan dengan pemilihan media promosi yang digunakan, dimana Octopus memilih Instagram sebagai media promosi produknya.

Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *feed* pengguna lainnya yang menjadi follower. Sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah *following* dan *follower*. *Following* sendiri berarti mengikuti update pengguna lain, sedangkan jika *follower* adalah pengguna lain yang mengikuti update akun kita. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan.

Sehingga indikator follower, komen, dan respon suka menjadi indikator – indikator penting bagi suatu usaha bisnis yang memilih instagram sebagai media promosi. Pada dasarnya seharusnya jumlah follower akan berbanding lurus dengan respon komen ataupun respon suka terhadap suatu postingan foto. Namun hal ini belum tentu terjadi persis terhadap semua akun. Terdapat beberapa kasus dimana jumlah follower yang banyak tidak menjadi indikator penting, bahwa produk yang ditawarkan juga menarik minat pasar. Hal ini didasarkan pada fakta bahwa walaupun jumlah followers menyentuh angka ribuan, namun disetiap foto yang diposting interaksi komen yang ada hanya berkisar maksimal 5 komentar, dan jumlah like sendiri tidak lebih dari 50.

Hal ini tentunya mengindikasikan terdapat permasalahan serius dalam pengemasan konten foto atau video sebagai media promosi. Oleh karena itu perancangan pesan yang baik mutlak dilakukan guna mencapai hasil promosi yang diinginkan. Berdasarkan data penelitian yang telah didapat, ternyata sistem perancangan pesan yang dilakukan Octopus sendiri terdiri dari beberapa poin. Poin – poin itu diantaranya materi yang menampilkan jenis produk yang ditawarkan, materi yang menampilkan proses pembuatan produk, materi yang menampilkan kualitas produk yang ditawarkan dan materi yang menampilkan beberapa contoh produk yang telah dipesan oleh *customer*.



Poin – poin ini dianggap sangat penting terutama dalam meningkatkan tingkat kepercayaan calon konsumen baru terhadap Octopus Studio Printing. Selain pemilihan materi yang akan ditampilkan sebagai bentuk penyampaian promosi kepada masyarakat. Hal lain yang perlu diperhatikan yaitu mengenai bahasa yang digunakan sebagai penunjang informasi konten foto. Instagram sendiri telah menyediakan kolom *caption* sebagai pendukung penjelasan informasi yang terdapat pada gambar yang diunggah.

Berbicara mengenai bahasa tentunya yang perlu diperhatikan adalah penggunaan kata dan pemilihan bahasa sebagai media penyampai pesan. Dalam hal ini Octopus Studio Printing memilih bahasa Inggris untuk menunjang informasi yang disampaikan. Pemilihan ini bertujuan agar produk yang ditawarkan bernilai eksklusif bagi para *customer*. Seperti yang diketahui bahwa bahasa Inggris merupakan bahasa profesional yang digunakan orang untuk menunjukkan suatu kelas atau tingkat kemampuan seseorang.

Selain itu berdasarkan data yang didapatkan pula, selama ini Octopus Studio Printing lebih memilih kalimat – kalimat pesan yang bersifat informatif, simpel dan menarik. Informatif berarti pesan harus berisi informasi-informasi yang merepresentasikan nilai perusahaan, simple mudah untuk dibaca dan dipahami, sedangkan menarik informan fokus pada pesan yang menjawab permasalahan sebagian besar klien yang pernah dihadapi mulai dari waktu

pengerjaan serta kualitas yang ditawarkan. Oleh Karena itu kalimat “*Fast Process And The Best Quality Screen Printers of T-Shirt*” menjadi pilihan tagline yang digunakan oleh Octopus dalam penyebaran pesan melalui media Instagram dalam aktivitas promosi. Kemudian kalimat – kalimat lain yang digunakan Octopus dalam upaya menarik minat konsumen adalah yang terdapat pada info profil instagram yang menuliskan “Bikin Kaos Jogja” dan “Kaos-Hoodie-Sweater-Polo”.

Hal terakhir yang menjadi point dalam proses perencanaan kegiatan promosi adalah mengenai jadwal kegiatan promosi itu sendiri. Hal ini menjadi penting karena berkaitan dengan tingkat kebosanan dari follower sendiri. Jadwal pengunggahan sebaiknya tidak dilakukan setiap hari dan dilakukan pada waktu – waktu mayoritas pengguna sedang membuka fitur Instagram. Karena jika diunggah pada waktu – waktu sepi, akan banyak follower yang tidak melihat dan hal itu tentunya tidak efektif bagi kegiatan promosi. Waktu mayoritas pengguna Instagram membuka waktunya ada digai hari sekitar jam 09.00-11.00, sore hari 15.00-17.00, dan malam hari pada pukul 20.00-22.00.

### **Proses Pelaksanaan Kegiatan Instagram Octopus Studio Printing**

Tahapan proses selanjutnya yang utama yaitu pelaksanaan kegiatan promosi itu sendiri. Dimana dalam pelaksanaan biasanya terjadi beberapa perbedaan dengan proses perencanaan yang telah dilakukan. Perbedaan ini biasanya berkaitan dengan keadaan situasional lapangan.

Untuk Octopus Studio Printing sendiri dalam tahapan pelaksanaan kegiatan promosi terdapat beberapa langkah yang dilakukan. Proses pelaksanaan kegiatan promosi ini sendiri langsung dilakukan oleh owner Octopus Studio Printing yaitu Muhammad Wahyudi. Secara lebih rinci, peneliti akan menjabarkan masing – masing langkah tersebut:

Melakukan pengelolaan dan pengaturan *homepage* dari logo yang digunakan, nama akun yang digunakan (@Octopuseeshirt) hingga kelengkapan identitas yang ditayangkan. Berdasarkan data yang diperoleh, hingga saat ini tampilan akun Octopus Studio Printing telah menampilkan beberapa informasi diantaranya; deksripsi usaha, produk yang ditawarkan dan kontak yang dapat dihubungi. Informasi – informasi ini yang dirasa paling berpengaruh terhadap keputusan calon *client* untuk bekerjasama dengan Octopus Studio Printing. Namun sayangnya alamat usaha yang ditampilkan pada *homepage* akun Instrgram Octopus belumlah berupa alamat jelas, dalam *hompge* hanya menampilkan keterangan ‘YOGYAKARTA’.

Langkah lainnya yang dilakukan dalam proses pelaksanaan adalah mengunggah postingan produk yang merupakan produk yang telah dipesan oleh klien. Biasanya klien yang ditampilkan merupakan klien premium seperti *brand* indi, atau organisasi yang telah dikenal dimasyarakat. Hal ini dimaksudkan untuk memberi kesan bahwa Octopus Studio Printing, merupakan suatu usaha terpercaya baik dari segi pelayanan dan kualitas produk yang ditawarkan.

Selain mengunggah foto produk pesanan klien, akun Instagram Octopus Studio Printing juga menampilkan foto – foto berbagai jenis produk yang tersedia dan ditawarkan pada calon konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat banyak variasi bentuk clothing yang dapat dipesan dengan berbagai design sesuai selera masing – masing calon konsumen.

Selanjutnya Octopus Studio Printing juga aktif dalam kegiatan promosi dengan teknik ‘jempot bola’. Dengan menggunakan aplikasi media social Instrgram, Octopus Studio Printing sebenarnya telah banyak mendapatkan kemudahan untuk melakukan kegiatan promosi. Salah satunya dengan memanfaatkan fitur *direct message*, dimana Octopus Studio Printing dapat secara langsung mengirimkan pesan dan menawarkan produk kepada kelompok – kelompok sasaran atau target pasar. Contohnya pada organisasi – organisasi masyarakat, komunitas, instansi pemerintah, perkantoran atau juga dapat menawarkan kerjasama dengan *brand – brand* indie yang telah dikenal oleh masyarakat luas. Isi pesan yang disampaikan juga pada dasarnya berupa informasi produk yang ditawarkan, kualitas bahan produk, harga yang ditawarkan dan yang terpenting adalah nomor kontak yang dapat dihubungi. Hal ini untuk menyakinkan calon pelanggan, bahwa usaha Octopus Studio Printing memang benar – benar ada. Berdasarkan informasi yang didapatkan peneliti diketahui bahwa selama menggunakan metode ini,

telah terjadi peningkatan respon dari kelompok target pasar tersebut.

Langkah promosi yang terakhir ini memang tidak terlalu berkaitan dengan media social Instagram, dimana Octopus Studio Printing telah menyediakan gerai atau distro untuk mendisplay produk yang ditawarkan. Foto – foto gerai tersebut juga dijadikan konten materi foto yang diunggah pada akun media social Instagram. Sehingga calon konsumen yang ingin secara langsung mengetahui bahan produk yang ditawarkan atau ingin lebih lanjut mengetahui tentang variasi produk dapat langsung mengunjungi gerai pemasaran dari Octopus Studio Printing. Tentunya hal ini juga ditujukan untuk meningkatkan *brand awareness* dari produk Octopus Studio Printing.

#### **Proses Evaluasi Kegiatan Instagram Octopus Studio Printing**

Proses terakhir yang ada dalam kegiatan promosi yaitu proses evaluasi. Dimana dalam proses ini seharusnya akan terlihat permasalahan apa saja yang muncul dalam tahap pelaksanaan dan untuk menguraikan penyebab permasalahan tersebut muncul. Proses evaluasi sendiri idealnya dilakukan dalam suatu priode tertentu, hal ini bertujuan untuk memprogres langkah – langkah yang diambil guna meminimalisir hasil yang tidak diinginkan.

Octopus Studio Printing sendiri proses dilakukan dalam kurun waktu sebulan sekali. Dalam proses evaluasi ini terdapat beberapa indikator yang menjadi acuan dalam menentukan kegiatan pemasaran sukses atau tidak. Salah satunya yaitu

evaluasi yang berkaitan dengan interaksi dan jumlah respon masyarakat terhadap konten promosi yang ditawarkan melalui media social Instagram. Interaksi atau respon yang dilihat disini dalam beberapa bentuk, yaitu jumlah follower, jumlah komen dalam setiap postingan, dan jumlah like dari setiap postingan. Bentuk – bentuk ini diasumsikan dapat mewakili tingkat ketertarikan kelompok sasaran terhadap produk yang ditawarkan. Khusus untuk respon komentar yang ada, akan dihubungkan dengan jumlah dealing yang terjadi. Apakah respon komentar yang diberikan akan berujung pada kerjasama atau tidak.

Indikator-indikator tersebut juga menjadi acuan bagi divisi pemasaran dalam meningkatkan performa divisi pemasaran dalam kegiatan promosi melalui instagram. Selain menjadikan fitur-fitur tersebut sebagai indikator dalam mengukur keberhasilan promosi, kegiatan evaluasi juga menggunakan fitur *consumer insight* dalam melakukan evaluasi kinerja karyawan dalam mengelola sosial media instagram sejak diluncurkan tahun 2016 silam. adapun fitur *consumer insight* yang digunakan dalam mengukur tingkat keberhasilan pengelolaan instagram.

Sehingga dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa Octopus Studio Printing telah melakukan proses evaluasi dengan baik, dimana sudah ada jadwal rutin pelaksanaannya, juga sudah terdapat dengan jelas indikator – indikator yang menjadi bahan evaluasinya setiap bulan. Tentunya hal ini akan berdampak positif bagi pengembangan promosi produk Octopus Studio Printing

khususnya dalam menggunakan media sosial Instagram.

## **PENUTUP**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan dalam kegiatan promosi Octopus Studio Printing memilih sarana media social Instagram sebagai medium penyampaian pesan promosi kepada target pasar yang dituju. Fitur konten yang dapat dibagikan menjadi menarik dan hal ini banyak dilirik oleh bidang usaha untuk dimanfaatkan dalam kegiatan promosi. Sehingga akun Instagram dapat disulap menjadi catalog produk dengan biaya yang lebih efisien.

Terdapat tiga tahapan yang dilalui dalam kegiatan promosi, yaitu tahapan perencanaan, tahapan pelaksanaan, dan tahapan evaluasi. Untuk tahapan perencanaan sendiri, secara umum ada empat proses yaitu penetapan tujuan, penentuan konsumen potensial, perumusan pesan dan perumusan jadwal kegiatan. Dari beberapa proses tersebut yang menjadi kendala ada pada proses perumusan jadwal kegiatan promosi. Octopus Studio Printing belum memiliki jadwal pasti pengunggahan konten, hal ini berkaitan dengan materi bahan konten yang belum pasti ada.

Tahapan kedua dalam kegiatan promosi yaitu tahapan pelaksanaannya sendiri. Pengelolaan dan pengaturan *homepage* akun Instagram, pengunggahan konten yang berisi produk jadi hasil pesanan customer, konten yang berisi proses

produksi produk dan konten yang berisi variasi produk yang ditawarkan, Octopus Studio Printing juga aktif dalam melakukan pemasaran langsung kepada target pasar dengan memanfaatkan fitur direct message pada akun Instagram. Dan langkah promosi yang terakhir dilakukan yaitu dengan menyediakan gerai untuk mendisplay produknya.

Tahapan terakhir dari rangkaian kegiatan promosi yaitu tahap evaluasi. Dalam hal ini Octopus Studio Printing sudah memiliki jadwal rutin pelaksanaannya dan juga sudah terdapat dengan jelas indikator – indikator yang menjadi bahan evaluasinya setiap bulan seperti jumlah impresif, jangkauan, dan respon konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengelolaan Instagram Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran telah dilakukan dengan baik oleh Octopus Studio Printing dalam tujuan meningkatkan omzet penjualan pada tahun 2017.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Andi. Prastowo. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media
- Bambang, Atmoko Dwi. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*.

- Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 jilid 2. Jakarta: Indeks
- Moleong, Lexy J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muktaf, Zein Muffarih. (2015). *Periklanan Sebuah Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Nisrina, M. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis
- Scissons, Vo & Sim. 2015. *Instagram Marketing Strategi E-book; FlashStock Technology Inc*. 101 College St. Suite HL20-3 Toronto, ON M5G 1L7 info@flashstock.com
- Simamora, Bilson. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Spradley, James P. (2007). *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Sugiyono. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- William, J. Stanton. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen*. Mandar Maju: Jakarta.
- Jurnal:**
- Abyad, Abdulrazak. 2017. *Importance Of Consumer Trust in e-commerce*. Middle East Journal of Business. Vol 12.
- Abdillah, Yusri, Darmawan, Ari, dan Puspitasari, E.A. 2017. *Analisis Peran Pendapatan Masyarakat dalam Perspektif Bisnis Pariwisata untuk Pengembangan Infrastruktur Pariwisata (Studi pada Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo. Kabupaten Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 43 No.1
- Aprilya, Trias. 2017. *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Kostumer Di Samarinda*. eJournal Ilmu Komunikasi. Vol 5 (1).
- Gumilar, Kusumah Tatang. 2015. *Pengaruh Gaya Kepemimpinan*

*Terhadap Motivasi Keja Karyawan (Studi kasus pada produk tas PD. Madeleine Bandung).* Bandung: Karya Ilmiah Unisba

Kurniawan, Hafid. (2015). *Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Batik Solo Inasinul.* Bogor: Institut Pertanian Bogor

McKnight, D. H Choudhury, and Kacmar, C. (2002). Special Issue on Measuring eCommerce in Net-Enabled Organizations, Part 2 of 2: Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology Information Systems Research 13:334-359.

Permatasari, Gita. (2016). *Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Olahan Pertanian "Yoghurt Cimory".* Bogor: Institut Pertanian Bogor.

Rahmawati, Dewi. (2016). *Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online.* Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Sarastuti, Dian. 2017. *Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Qeunova.* Dalam Jurnal Komunikasi. Vol. XVI No. 1, Mei 2017

## Website:

Anshari, M. (2013). *Model Pembelajaran Snowball Throwing.* (Online). Tersedia di:

<http://muhammadanshari9.blogspot.com/2013/10/model-pembelajaran-snowballthrowing.html>. di akses pada tanggal 24 mei 2018 pada pukul 22.35 WIB.

<http://mediakix.com/2016/09/13-impressive-instagram-demographics-user-statistics-to-see/#gs.KXCLuOs>. Diakses pada 1/15/18 pukul 14.30 WIB.

<http://dikaosin.com/detailnews/22-yuk-intip-perkembangan-sablon-kaos.html> diakses pada 1/15/18 pukul 15.47

[https://www.instagram.com/Octopus\\_eeshirt/](https://www.instagram.com/Octopus_eeshirt/) diakses pada 1/15/18 pukul 16.13

<https://Octopuseeshirt.com/> di akses pada tanggal 1 Januari 2018 pada pukul 08.07 Wib.

<https://Octopuseeshirt.com/> di akses pada tanggal 1 Januari 2018 pada pukul 08.07 Wib.

Simply Measured. 2015. <http://simplymeasured.com/blog/the-2015-instagramindustry-report/> di akses pada tanggal 1 Januari 2018 pada pukul 08.07 Wib.

<https://www.instagram.com/p/BayfolXlyP/?taken->

[by=Octopuseeshirt](#) di akses pada tanggal 1 Januari 2018 pada pukul 08.07 Wib.

[https://www.instagram.com/p/BayfoIXlyP/?taken-](https://www.instagram.com/p/BayfoIXlyP/?taken-by=Octopuseeshirt)

[by=Octopuseeshirt](#) di akses pada tanggal 1 Januari 2018 pada pukul 08.07 Wib.

[https://www.instagram.com/p/BayfoIXlyP/?taken-](https://www.instagram.com/p/BayfoIXlyP/?taken-by=Octopuseeshirt)

[by=Octopuseeshirt](#) di akses pada tanggal 1 Januari 2018 pada pukul 08.07 Wib.

<https://www.instagram.com/Octopuseeshirt/> di akses pada tanggal 24 mei 2018 pada pukul 22.35 WIB.

[https://www.instagram.com/p/BayfoIXlyP/?taken-](https://www.instagram.com/p/BayfoIXlyP/?taken-by=Octopuseeshirt)

[by=Octopuseeshirt](#) di akses pada tanggal 24 mei 2018 pada pukul 22.35 WIB.

<https://www.instagram.com/Octopuseeshirt/> di akses pada tanggal 24 mei 2018 pada pukul 22.35 WIB.

### **Sumber Wawancara:**

Sumber wawancara dengan Muhammad Wahyudi selaku owner dari Octopus studio printing pada tanggal 03 Juni 2018

Sumber wawancara dengan Angga Saputra selaku owner dari Octopus studio printing pada tanggal 03 Juni 2018

Sumber wawancara dengan Rico Ananda konsumen Octopus dari Palangkaraya pada tanggal 08 juni 2018