

## ANALISIS STRATEGI PROMOSI DAN KOMUNIKASI PEMASARAN MODERN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Ery Suryanti<sup>1\*</sup>, Hendra lesmana<sup>2</sup>, Husni Mubarok<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Prodi Sistem Informasi Akuntansi, Universitas Bina Sarana Informatika

### ABSTRACT

*A marketing strategy to increase income through social media requires good communication because communication is an important activity where questions will arise that need to be properly responded to so that people are interested. Instagram is a social media that is used for various activities, namely by sending photos and videos faster and vice versa on Instagram we can see photos or videos sent by other people. This research is a qualitative descriptive study on the account @.abdisehat cibinong which produces descriptive data in the form of speech or writing. This research is about how to use Instagram in business activities and maximize promotion or marketing through Instagram social media. The types of data used are primary and secondary data, namely data obtained from observations on Instagram on the @abdisehat cibinong account and data obtained also from image documentation and from other social media such as whatsapp owned by this business owner. the @.abdisehat cibinong account can be used to improve marketing promotions and communications.*

**Keywords:** *Promotion Strategy, Marketing Communication, Instagram Social Media*

### ABSTRAK

Strategi pemasaran guna meningkatkan pendapatan melalui media sosial di perlukan adanya komunikasi yang berjalan dengan baik karena komunikasi merupakan kegiatan yang penting dimana akan ada pertanyaan – pertanyaan yang akan muncul yang perlu di tanggap dengan baik agar orang tertarik. Instagram merupakan media sosial yang digunakan untuk berbagai kegiatan yaitu dengan mengirimkan foto dan video lebih cepat dan juga sebaliknya di instagram kita dapat melihat foto atau video yang dikirimkan oleh orang lain. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif pada akun @.abdisehat cibinong penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan. Penelitian ini tentang bagaimana pemanfaatan instragram dalam kegiatan usaha dan maksimalkah promosi atau pemasaran yang di lakukan melalui media sosial instagram. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yaitu data yang di dapat dari observasi pada instagran di akun @abdisehat cibinong serta data – data yang di dapatkan juga berasal dari dokumentasi gambar dan dari media social lainnya seperti whatsapp yang dimiliki oleh pemilik usaha ini. akun @.abdisehat cibinong dapat di gunakan untuk meningkatkan promosi dan komunikasi pemasaran.

**Kata kunci:** *Strategi Promosi, Komunikasi Pemasaran, Media Sosial Instagram*

#### Article history:

Received: 13 Mei 2023

Revised: 12 Juni 2023

Accepted: 30 Juli 2023

DOI: <http://dx.doi.org/10.33366/ref.v10i2.4694>

E-mail corresponding author :  
erisuryanti.esi@bsi.ac.id

PENERBIT:  
UNITRI PRESS  
Jl. Telagawarna, Tlogomas-  
Malang, 65144, Telp/Fax:  
0341-565500

## PENDAHULUAN

Strategi promosi sangat penting guna pengembangan suatu usaha. Suatu usaha yang dijalankan tanpa ada yang mengetahui atau diam saja itu akan sulit untuk dijalankan namun jika usaha yang dijalankan dan orang lain mengetahui itu akan menjadi suatu promosi. Dengan strategi pemasaran guna meningkatkan pendapatan melalui media sosial maka akan semakin banyak orang akan mengetahui usaha yang sedang dijalankan. Perlu adanya komunikasi yang berjalan dengan baik karena komunikasi merupakan kegiatan yang penting dimana akan ada pertanyaan – pertanyaan yang akan muncul yang perlu di tanggapi dengan baik agar orang tertarik.

Orang yang memiliki usaha atau bisnis memerlukan media yang mampu memberikan informasi dalam bidang pemasaran dan dapat mendistribusikan produk melalui pemasaran yang efektif dan memperluas usaha agar usaha tersebut dapat berkembang semakin besar. Beberapa media yang sedang tren merupakan bagian dari alat pemasaran yang tentunya sangat berkaitan dengan kegiatan pemasaran. Dalam komunikasi pemasaran yang paling utama adalah promosi. Seseorang akan memiliki alasan untuk melakukan kegiatan pemasaran produk agar barang yang di promosikan di terima masyarakat.

Produk yang akan ditawarkan semakin dikenal dan dicari banyak orang. produk yang sudah di terima masyarakat dan diinginkan banyak orang, maka akan mendapatkan hasil penjualan yang meningkat sehingga usaha berjalan dengan baik. Hal yang paling dasar atau utama dalam kegiatan yang paling penting dalam pemasaran yaitu dengan promosi yang menarik dan efisien serta efektif dan dapat dipahami oleh semua orang dan mendapatkan perhatian konsumen. Penyampaian kata atau kalimat yang singkat namun tertuju akan maksud dan tujuannya dan mudah dipahami yaitu suatu pesan untuk mencapai tujuan promosi sesuai yang direncanakan agar tujuan promosi tersebut dapat tercapai. (Puspitarini & Nuraeni 2019).

Komunikasi merupakan kegiatan yang setiap hari dilakukan dalam kehidupan manusia. Manusia tidak dapat hidup tanpa bantuan orang lain juga memerlukan interaksi dan komunikasi dengan orang lain, dijamin sekarang yang semakin canggih memudahkan dalam system komunikasi dengan teknologi yang semakin maju. Kemajuan alat atau system komunikasi serta teknologi dapat memudahkan seseorang mendapatkan informasi secara cepat. Sebagai bukti bahwa teknologi yang modern yang digunakan untuk komunikasi saat ini adalah Internet (Ayutiani & Satria Putri 2018).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hurriyaturohman dengan judul penggunaan instagram mampu menjadi alat atau media promosi UMKM tas peperi leather bahwa penggunaan instagram sebagai media sosial yang digunakan oleh pemilik UMKM peperi leather, dengan menggunakan instagram sebagai media promosi juga dapat digunakan untuk memposproduk melalui akun @Pepari.Leather dan pemilik usaha ini lebih memilih mengunggah status di aplikasi whatsapp dengan tujuan agar teman temanya mengetahui produk tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Harun Sangaji yang berjudul Pemanfaatan instagram dalam meningkatkan pemasaran online bahwa pemanfaatan fitur – fitur yang ada pada instagram mampu menjadi suatu wadah promosi online. Pada akun lavanilla\_ photography ini

berfungsi sebagai media promo terbaru yang ada pada *lavanilla\_potography & printing*. Instagram menjadi tempat untuk pengguna komunikasi langsung dengan admin.

Kecanggihan teknologi saat ini juga bisa kita rasakan dengan adanya berbagai aplikasi media sosial yang sangat familier di masyarakat dapat menimbulkan peluang bagi masyarakat yang melakukan suatu kegiatan usaha. Peluang terhadap media sosial dapat digunakan untuk berbagai usaha dengan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana untuk mempromosikan usaha dan dapat menarik perhatian masyarakat untuk menggunakan atau di bidang usaha jasa dan pariwisata masyarakat dapat mengetahui destinasi objek wisatanya yang akan didatangi (Jovita\* 2017). Sebagaimana fungsinya media sosial dapat saling memberikan informasi secara cepat dan dengan semua orang yang atau bertukar informasi kepada sesama pengguna media sosial tersebut. Awal penggunaan media social hanya di peruntukan sebagai kebutuhan pribadi saja namun semakin lama kegunaannya semakin bertambah yaitu dapat digunakan untuk aspek-aspek yang lain atau kepentingan lainnya, salah satunya adalah aspek bisnis (Gumilar 2015).

Instagram adalah salah satu media yang dapat membagikan foto dan video serta dapat membagikannya dengan dilengkapi berbagai filter digital yang dapat merubah foto atau video menjadi lebih bagus dan menarik sehingga pengguna media social ini sangat banyak diminati (Wahana 2018). Pada media ini juga mampu menjadi sarana untuk media komunikasi pemasaran dan dilengkapi dengan chat yang dapat memberikan solusi dari konsumen yang ingin bertanya. Dari kegiatan promosi ini akan berpengaruh terhadap penjualan produk. Strategi pemasaran juga memerlukan keputusan-keputusan dari manajemen yang nantinya keputusan tersebut akan memberikan rencana atau langkah yang dapat diambil guna kegiatan pemasarann yang lebih baik lagi. Pada bauran pemasaran dalam untuk menjual harus memiliki perencanaan produk, penetapan harga yang sesuai , saluran distribusi yang mudah di terima produk tersebut di masyarakat, serta promosi yang efisien dan efektif serta menarik. Keempat bauran pemasaran saling berpengaruh satu sama lain sehingga harus diupayakan untuk menghasilkan suatu kebijakan pemasaran yang baik yang menghasilkan manfaat dalam promosi juga dapat mengarah pada kepuasan konsumen (Diem & Yulianti 2020).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif pada akun @.abdisehat cibinong merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan. Penelitian ini tentang bagaimana pemanfaatan instragam dalam kegiatan usaha dan maksimalkah promosi atau pemasaran yang di lakukan melalui media sosial instagram. Bagaimana promosi yang sudah dilakukan apakah dengan promosi atau pemasaran pada media instagram efektif atau efektifkah pemasaran melalui medis instagram yang selama ini di gunakan untuk kegiatan pemasaran. Kualitatif deskriptif yaitu metode pada penelitian ini yang mengumpulkan data-data berupa kata-kata serta berupa gambar, bukan angka. Dengan demikian, penelitian berisi beberapa kutipan data dari beberapa pendapat sehingga mampu untuk memberi gambaran penyajian untuk menjadi sebuah laporan yang baik dan benar (Puspitarini & Nuraeni 2019).

Objek dalam penelitian ini adalah akun @abdisehat cibinong dimana akun ini memiliki jenis usaha yang di pomosikan melalui instagram. Jenis usaha yang di kenal dengan Abdi

Sehat Family *Message and Body Treatment*. Usaha ini sudah berjalan sampai hari inipun usaha tersebut masih tetap berjalan dengan pemasaran yang sudah dijalankan dan promosi yang sudah dilakukan melalui instagram ini sudah banyak dikenal.

Teknik pengumpulan data untuk penelitian selanjutnya yaitu peneliti melakukan observasi melalui pengamatan langsung bagaimana promosi yang sudah dilakukan oleh pemilik usaha melalui instagram, apakah sudah maksimal atau belum. Pengamatan yang dilakukan pada akun instagram sehingga dapat di ketahui berapa besar pengaruh pemasaran yang dilakukan melalui media sosial instagram tersebut. Dalam mengumpulkan informasi juga mencari informasi lainnya melalui whatsapp. Pemilik usaha ini juga menggunakan media sosial Whatsapp karena whatsapp pemilik usaha ini juga membuat status untuk usahanya agar banyak dikenal oleh orang lain dan teman – temannya dengan whatsapp ini juga di gunakan oleh pemilik usaha untuk komunikasi dengan pembeli agar berjalan lancar. Dengan komunikasi yang lancar dan pelayanan yang baik serta menjawab pertanyaan konsumen dengan cepat maka akan memberikan nilai yang lebih pada pemasaran dan dapat meningkatkan penjualan dan semakin banyak konsumen yang tertarik.

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yaitu data yang di dapat dari observasi pada instagran di akun @abdisehat cibinong serta data – data yang di dapatkan juga berasal dari dokumentasi gambar dan dari status whatsapp yang dimiliki oleh pemilik usaha ini, dengan status yang mendukung kegiatan promosi juga dapat meningkatkan penjualan serta bertambahnya orang yang melihat dapat berdampak pada bertambahnya konsumen yang akan datang ke abdi sehat *family message and body treatment*.

## PEMBAHASAN

### Akun@abdi sehat cibinong

Gambar1. Akun Instragram@abdisehatcibinong



### Media sosial instagram untuk meningkatkan promosi dan komunikasi pemasaran

Pada akun @abdisehat family message and body treatment merupakan akun pada instagram untuk kegiatan promosi atau pemasaran berbagai layanan jasa yang diberikankan pada customer abdisehat ini, dengan pemanfaatan media sosial instagram sangat membantu dalam bidang pemasaran. Abdi sehat memiliki 87 postingan, 681 pengikut dan 2.236 yang

mengikuti dalam kegiatan usahanya yang memberikan pelayanan treatment dengan reflexology reduces stress and helping the body balance itself yang merupakan motto untuk menarik konsumen sehingga konsumen datang untuk melakukan treatment pada abdi sehat ini.

Akun instagram ini digunakan untuk pemasaran usaha yang dijalankan dari akun @abdisehatcibinong dapat dilihat jumlah followers yang ada dari jumlah followers ini banyak informasi yang di dapatkan sehingga mereka akan tertarik pada produk yang di promosikan melalui instagram. Banyak gambar yang diposting dalam akun instagram ini antara lain beberapa jasa yang diinginkan antara lain untuk refleksi aromaterapi, pijat tradisional, pijat aromaterapi dan lulur bahkan ada tambahan yaitu tatok wajah, message wajah dan kerik serta ada paket yang di tawarkan antarlain tolak angin yaitu pijat dan kerik ada juga relaxing treatment yaitu pijat aroma dan masker wajah.

Dalam usahanya juga mencantumkan harga untuk tiap jasa atau paket nya sehingga konsumen dapat mudah untuk mengetahui jumlah pengeluaran saat berkunjung pada abdi sehat cibinong ini bahkan harga yang di tawarkan sangat terjangkau untuk konsumen. Abdi sehat cibinong juga memberikan pelayanan yang terbaik dari tempat usaha yang terjaga kebersihannya dengan tempat yang bersih serta nyaman akan membuat konsumen merasa puas untuk pelayanan pada abdi sehat cibinong ini. Dengan karyawan yang ahli treatment serta kebersihan dan kerapian dari pribadi karyawan juga berdampak pada pelayanan sehingga abdi sehat cibinong ini selalu menjaga kebersihan serta kerapian untuk karyawannya dan tidak lupa juga keahlian yang dimiliki karyawan untuk treatment sangat mendukung dengan dibuktikan banyaknya konsumen yang datang ke tempat ini dari konsumen yang datang ke abdi sehat ini dapat di lihat pada postingan instagram tidak lupa juga dengan ucapan terima kasih sudah datang untuk treatment pada abdi sehat cibinong.

Untuk konsumen yang sudah datang untuk melakukan treatment juga terlihat pada ucapan terima kasih sebagai bukti kalau abdi sehat ini memiliki banyak konsumen dalam gambar di atas hanya sebagaian yang terlihat namun untuk lebih jelas dan lebih mengenal abdi sehat cibinong silahkan untuk follow akunnya. Tujuan dari pemasaran @ abdi sehat cibinong :

1. Mempromosikan produk usaha artinya memperkenalkan produk kepada konsumen dengan mempromosikan dapat melalui berbagai cara yang dilakukan antara lain melalui Instagram serta media social lainnya. Mempromosikan produk atau memasarkan produk dengan memberikan keterangan dan juga gambar yang dapat di pahami dan di mengerti oleh konsumen. Serta tanggap dan cepat dalam memberikan jawaban bagi konsumen yang bertanya
2. Memiliki strategi yang baik yang efektif sesuai dengan rencana yang di buat dengan strategi pemasaran yang mampu menarik konsumen terbukti dari berbagai foto yang terlampir terupdate sehingga @abdisehatcibinong ini akan selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen yang datang.
3. Mengetahui kepuasan konsumen yaitu produk serta pelayanan yang berkualitas serta harga yang terjangkau serta kepuasan konsumen dengan pelayanan yang ramah dan juga memberikan kenyamanan bagi konsumen. @abdisehatcibinong ini juga menawarkan berbagai produk jasa yaitu refleksi aromaterapi, pijat tradisional, pijat aromaterapi dan lulur bahkan ada tambahan yaitu tatok wajah, message wajah dan kerik serta ada paket

yang di tawarkan antarlain tolak angin yaitu pijat dan kerik ada juga relaxing treatment yaitu pijat aroma dan masker wajah.

## KESIMPULAN

Media sosial memudahkan dalam melakukan komunikasi, berbagai macam jenis media social yang ada saat ini sangat ramai atau banyak di gunakan antarlain instagram. Bahkan setiap orang yang memiliki instagram dapat membantu mereka dalam menyalurkan usaha atau mempromosikan usaha mereka sehingga menjadi terkenal atau banyak yang mengetahui kegiatan penjualan atau usaha karena di promosikan melalui instagram. Dari instagram tersebut orang lain dapat mengetahui jenis usaha, alamat, no hp dan juga sejumlah gambar yang dapat mendeskripsikan usaha yang di jalankan. Dengan instagram @abdisehatcibinong ini mempromosikan usaha dengan berbagai gambar yang ada serta dengan kalimat yang menarik dapat membuat konsumen semakin tertarik. Pemilihan media instagram sangat bagus dan efektif karena media ini setiap hari dapat dilakukan updatean sehingga mudah untuk promosi sehingga komunikasi dengan konsumen sangat baik karena berita yang di sampaikan sangat update dan media ini juga mudah digunakan oleh banyak orang sehingga informasi apapun akan tersampaikan kepada konsumen yang tertarik pada usaha yang dijalankan oleh @abdisehatcibinong. Banyak gambar yang sudah diunggah oleh @abdi sehat cibinong ini dari jenis usaha yang ditawarkan serta harga yang terjangkau dan gambar konsumen yang sudah pernah datang pada @abdisehatcibinong ini terlampir pada instagram.dari beberapa fitur yang ada pada Abdi Sehat Family Message and Body Treatment ini memudahkan konsumen untuk dapat bertanya langsung dan akan langsung di jawab melalui kolom komentar jika bertanya melalui instragram , baik bertanya melalui media social ataupun melalui telpon akan tetap di respon dengan cepat pula.

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal dan lainnya

- Ayutiani, D.N. & Satria Putri, B.P., 2018. Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *PRofesi humas : jurnal ilmiah ilmu hubungan masyarakat*, 3(1), p.39.
- Diem, D.A. & Yulianti, W., 2020. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan ( Studi Kasus pada Akun Instagram @Kaosdisablon di CV . Purwa Satya ) komunikasi pemasaran juga berkontribusi dalam ekuitas merek dengan menanamkan merek di dalam ingat. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2).
- Feroza, C.S. & Misnawati, D., 2020. Penggunaan media sosial instagram pada pkun @yhoophii\_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, Vol 14(No 1), pp.32–41.
- Gumilar, G., 2015. Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, V(2), pp.77–84.
- Kurniawan, P., 2017. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh Puguh Kurniawan Universitas Trunojoyo Madura. *Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura*, 11(2), p.219.
- Muttaqin, Z., 2012. Facebook Marketing Dalam Komunikasi Pemasaran Modern. *Teknologi*, 1(2), pp.103–109.

- Puspitarini, D.S. & Nuraeni, R., 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), pp.71–80.
- Wahana, A., 2018. Penerapan Media Sosial Berbasis Foto Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital Berbasis Daring. *Jurnal TRANSFORMASI (Informasi & Pengembangan Iptek)*, 14(2), pp.159–166.