

Strategi Konten Kreatif *Collage Kit* di Instagram

Rahadianti Nugraha, Indri Rachmawati

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

diaanrn28@gmail.com, indri.rachmawati@unisba.ac.id

Abstract—Instagram is a social media that has many benefits and is being loved by the community. Of course, with some of the benefits possessed by Instagram, one of them as an online media buying and selling makes some entrepreneurs make Instagram as a tool for buying and selling. One of the entrepreneurs who promote their products through Instagram is the Collage Kit. Collage Kit is a brand originating from the city of Bandung that sells t-shirts, long sleeves, bags and jackets. Collage Kit promotes its products through Instagram features by using content marketing that will be used in Instagram features, this is related to creative strategies that certainly have characteristics or differences so that they can attract the attention of potential consumers. The purpose of this study are (1) To find out the beginning of the formation of creative content strategies used by the Collage Kit on Instagram (2) To find out the steps of the creative strategy used by the Collage Kit on Instagram (3) To find out the obstacles faced by the Collage Kit in building creative content on Instagram. This study uses qualitative research methods with a case study approach. This research uses the theory of Content Marketing (Gunelius) and Creative Strategies (Kotler and Keller) to assist analysis. The results of this study can be seen that the creative content strategy formed by the Collage Kit is to use content that follows the trend and follows the tastes of the Collage Kit consumers by combining the characteristics of a Collage Kit that is colorful, cheerful, and playful. Creative content created by the Collage Kit aims to increase sales by using a number of steps, namely estimating creative content created, determining STP, studying behavior, looking for inspiration, creating creative content on Instagram dynamically. The forms of creative content are made based on things that are trendy, informing about Collage Kit products, collaborating with artists or celebrities, talking about consumers, games and reposting customer photos using Collage Kit products. Besides the obstacles of Collage Kit in shaping the strategy content on Instagram is that the Collage Kit has improvised materials and facilities as well as difficulties in continuing to raise the membership. Therefore Collage Kit maximizes the available materials and facilities to be more interesting and always controls and reports every development on Instagram.

Keywords—*Marketing Communication, Content Marketing, Creative Strategies, Instagram.*

Abstrak— Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak manfaatnya dan sedang digandrungi oleh masyarakat. Tentunya dengan beberapa manfaat yang dimiliki oleh Instagram salah satunya sebagai media online jual beli membuat beberapa pengusaha menjadikan Instagram sebagai alat untuk jual beli. Salah satu pengusaha yang mempromosikan produknya melalui Instagram adalah Collage Kit. Collage Kit adalah salah satu brand yang berasal dari Kota Bandung yang

menjual t-shirt, long sleeve, tas dan jaket. Collage Kit mempromosikan produknya melalui fitur-fitur Instagram dengan menggunakan konten marketing yang akan digunakannya ke dalam fitur-fitur Instagram, hal ini berkaitan dengan strategi kreatif yang tentunya memiliki ciri khas atau perbedaan sehingga dapat menarik perhatian calon konsumen. Tujuan dari penelitian ini yaitu (1) Untuk mengetahui awal mula terbentuknya strategi konten kreatif yang digunakan oleh Collage Kit di Instagram (2) Untuk mengetahui langkah-langkah strategi kreatif yang digunakan oleh Collage Kit di Instagram (3) Untuk mengetahui kendala yang dihadapi Collage Kit dalam membangun konten kreatif di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini menggunakan teori Content Marketing (Gunelius) dan Strategi Kreatif (Kotler dan Keller) untuk membantu analisis. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa strategi konten kreatif yang dibentuk oleh Collage Kit adalah menggunakan konten yang mengikuti trend dan mengikuti selera konsumen Collage Kit dengan tetap menggabungkan karakteristik Collage Kit yaitu colorful, cheerful, dan playful. Konten kreatif yang dibuat oleh Collage Kit bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan menggunakan beberapa langkah yaitu mengira-ngira konten kreatif yang dibuat, menentukan STP, mempelajari behavior, mencari inspirasi, membuat konten kreatif di Instagram secara dinamis. Bentuk-bentuk konten kreatif yang dibuat berdasarkan hal yang sedang trendi, menginformasikan mengenai produk Collage Kit, berkolaborasi dengan artis atau selebgram, curhatan konsumen, games dan repost foto pelanggan menggunakan produk Collage Kit. Selain itu hambatan Collage Kit dalam membentuk konten strategi di Instagram adalah Collage Kit mempunyai bahan dan sarana seadanya serta kesulitan untuk terus menaikkan anggement. Maka dari itu Collage Kit memaksimalkan bahan dan sarana yang ada menjadi lebih menarik dan selalu mengontrol dan mereport setiap perkembangan di Instagram.

Kata Kunci—*Komunikasi Pemasaran, Konten Marketing, Strategi Kreatif, Instagram.*

I. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis fashion pada zaman sekarang sudah semakin marak dan ketat. Hal ini dikarenakan dengan semakin berkembangnya kesadaran masyarakat akan fashion yang membuat masyarakat menjadikan fashion sebagai lifestyle atau gaya hidup mereka. Tentunya dengan membuat suatu inovasi yang cerdas dari perusahaan fashion dengan menunjukkan ciri khas dari produk tersebut, akan membuat calon konsumen tertarik untuk membeli produk.

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang saat ini sangat marak dengan perusahaan fashion. Hal ini tentunya

dijadikan peluang yang besar bagi beberapa kalangan pembisnis sebagai peluang usaha juga sebagai tingkat persaingan yang cukup ketat yang dinamis. Salah satu perusahaan fashion yang mendukung pemasarannya dengan cara yang menarik yaitu Collage Kit. Collage Kit adalah salah satu merek t-shirt yang berasal dari Kota Bandung, yang didesain khusus untuk pecinta warna colorful dengan tulisan positif yang tertera disetiap produknya. Tidak hanya t-shirt Collage Kit pun menjual beberapa produk lain yaitu long sleeve, tas dan jaket. Collage Kit mengeluarkan produk pertamanya pada tahun 2017 tanggal 23 November.

Dengan pembagian konten dengan konsep yang tidak terlalu kompleks, peningkatan followers ini dapat dikatakan lumayan pesat. Diawal karirnya merek ini memulai menjual langsung menggunakan platform media sosial Instagram dan disusul dengan penjualan pada marketplace e-Commerce Shopee.

Sebelum membangun sebuah toko, penjualan menggunakan dua tempat tersebut merupakan hal yang cukup efektif, dimana dapat mengurangi biaya tempat dan lebih dimaksimalkan kedalam produksi ataupun marketing dari produk tersebut.

Dalam dunia usaha, pemasaran merupakan suatu hal yang memiliki peranan yang sangat penting karena, melalui pemasaran kita lebih mengetahui bagaimana cara mempromosikan produk dengan baik, memasarkan produk, mempersuasi pelanggan untuk membeli produk, mendeskripsikan manfaat produk, dan lain sebagainya. Tanpa adanya pemasaran produk, perusahaan tidak dapat memasarkan produknya dan konsumen tidak akan mengetahui keberadaan produk di pasar, juga kemungkinan besar akan mendapatkan kerugian bagi perusahaan. Dengan adanya pemasaran, produk yang dipasarkan akan terjual dengan cepat. Hal ini berhubungan dengan salah satu merek pakaian asal Bandung, yang mendukung pemasarannya dengan menggunakan media online Instagram yaitu "Collage Kit" pada akun @collage_kit.

Karena Instagram memiliki fitur-fitur yang menarik dan memiliki banyak manfaat, para perusahaan menjadikan Instagram sebagai media online untuk memasarkan produknya. Dalam hal ini, pelaku bisnis mengaku lebih mudah memasarkan produknya melalui fitur-fitur Instagram karena sasaran pertama adalah orang yang paling dekat atau dengan melalui teman yang pada awalnya meminta bantuan untuk mempromosikan produknya melalui mulut ke mulut sambil menunjukkan akun Instagram. Hal tersebut sangat efektif bagi para penjual.

Pada akun Instagram Collage Kit @collage_kit postingan yang diunggah seputar postingan foto dan video, Instagram Story berupa foto dan cuplikan video, dan stories highlights yang menjelaskan mengenai produk yang mereka pasarkan. Semua konten yang mereka unggah menggunakan konsep yang menarik dan colorful sesuai dengan tema mereka, hal tersebut yang menjadi ciri khas mereka dalam upaya untuk menarik perhatian pengguna Instagram. Adanya promosi melalui Instagram membuat banyak orang memanfaatkannya. Terlepas dari fitur

Instagram yang telah dimanfaatkan oleh banyak orang, salah satunya oleh Collage Kit. Tidak hanya dari produk saja yang harus diperhatikan oleh Collage Kit, tetapi konten yang menarik pun menjadi daya tarik penting agar pengguna Instagram dapat tertarik untuk melihat konten Instagram Collage Kit dan akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut atau tidak. Hal ini tentunya membuat Collage Kit harus menciptakan konten yang memiliki ciri khas tersendiri yang dapat menarik perhatian pengguna Instagram. Postingan promosi melalui konten Instagram yang dilakukan Collage Kit tersebut tidak lepas dari persaingan bisnis online yang semakin kompetitif, sehingga menyebabkan pengelola online berupaya keras dalam memilih strategi yang tepat untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya.

Dalam hal ini kata kreatif diartikan sebagai suatu kemampuan seseorang (atau sekelompok orang) yang memungkinkan mereka menemukan pendekatan-pendekatan atau terobosan baru dalam menghadapi situasi atau masalah tertentu, yang biasanya tercermin dalam pemecahan masalah dengan cara baru dan unik yang berbeda dan lebih baik dari sebelumnya. (Kasali, 1995:76)

Tentunya strategi kreatif ini yang dapat membantu meningkatkan penjualan perusahaan dengan cara membuat inovasi terbaru. setiap perusahaan memiliki ciri khas yang berbeda-beda. Ciri khas atau keunikan tersebut yang akan membantu dalam proses dapat membuat konsumen mengingat atau mengenal perusahaan tersebut dengan suatu karakteristiknya. Salah satunya Collage Kit, hal ini dibuktikan dengan konten-konten kreatif yang dibuatnya di Instagram yang selalu menggunakan konten-konten yang menarik hingga bisa mendapatkan 112k followers.

Berangkat dari fenomena di atas peneliti tertarik untuk meneliti terlebih mendalam tentang "Strategi Konten Kreatif Collage Kit di Instagram" dengan sub judul: Studi Kasus Strategi Konten Kreatif Collage Kit di Instagram. Selanjutnya, Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui:

1. Langkah-langkah yang dilakukan oleh Collage Kit untuk membangun konten kreatif di Instagram
2. Alasan Collage Kit menggunakan konten kreatif di Instagram.
3. Kendala yang dihadapi Collage Kit dalam menciptakan konten kreatif di Instagram.

II. METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menjawab pertanyaan penelitian "Bagaimana Strategi Konten Kreatif Collage Kit di Instagram?" Dijelaskan bahwa menurut Steven Dukeshire dan Jennifer Thurlow (2002), kualitatif berhubungan dengan sebuah data yang bukan angka, mengumpulkan dan menganalisis data yang memiliki sifat naratif. Metode penelitian ini digunakan untuk memperoleh data yang kaya, informasi yang mendalam tentang sebuah fenomena dan permasalahan yang akan dipecahkan. Metode penelitian ini menggunakan

focus group, interview atau wawancara yang mendalam, dan observasi berperan, dalam mengumpulkan data. (Sugiyono, 2018:3).

Menurut ahli lainnya yaitu Jane Richie, menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu cara untuk menyajikan dunia sosial, dan perspektif di dalam dunia, dari konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan mengenai manusia yang diteliti. (Moleong, 2009:6)

Metode ini dipilih untuk menggambarkan secara mendalam apa yang ditemukan di lapangan berdasarkan data yang diolah dengan keabsahan triangulasi sumber. Menurut Sugiyono (2013:372) triangulasi sumber adalah menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data didapatkan dengan cara mengumpulkan hasil wawancara dari berbagai informan yang terkait dengan penelitian.

III. LANDASAN TEORI

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menguji dan melihat mengenai Strategi Konten Kreatif *Collage Kit* di Instagram.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori yang dikemukakan oleh (Kasali, 1995:76) Dalam hal ini kata kreatif diartikan sebagai suatu kemampuan seseorang (atau sekelompok orang) yang memungkinkan mereka menemukan pendekatan-pendekatan atau terobosan baru dalam menghadapi situasi atau masalah tertentu, yang biasanya tercermin dalam pemecahan masalah dengan cara baru dan unik yang berbeda dan lebih baik dari sebelumnya.

Agar pesan-pesan yang ditujukan kepada konsumen atau audiens ini sampai dan melekat pada benak mereka, maka dibutuhkan kreatifitas dari perusahaan agar pesan tersebut dapat diingat dan membuat mereka tertarik. Strategi kreatif ini merupakan cara para pemasar mengemas pesan yang mereka maksud menjadi sebuah komunikasi yang spesifik Kotler dan Keller, (2017: 214).

Strategi kreatif ini terdapat dua aspek, yaitu:

1. Daya tarik informasional, mencakup atribut manfaat dari produk maupun jasa yang dijual dengan maksud memberikan fakta-fakta yang konkret dan jelas dari produk maupun jasa.
2. Daya tarik transformasional, mencakup manfaat atau citra yang berkaitan dengan non-produk dengan maksud untuk mengatur tanggapan dan asumsi konsumen.

Format pesan yang disampaikan oleh komunikator harus mencolok, dibuat dengan menggunakan unsur yang menarik perhatian, seperti kontras, unsur-unsur baru, gambar menarik, terdapat pokok berita, format khas, ukuran, posisi pesan, warna dan perasaan yang ingin ditimbulkan. Kesemuanya harus diperhatikan, agar pengeksekusian pesan bisa sesuai apa yang diharapkan. (Kasali, 1995:65)

Lalu menurut Duriyanto, (2003:97), Keberadaan kredibilitas pesan juga harus dipenuhi. Ada tiga faktor yang mendasari kredibilitas sumber pesan, yaitu:

1. Keahlian yang merupakan pengetahuan khusus yang dimiliki oleh komunikator dan mendukung

kehebatan produk.

2. Sifat terpercaya, yaitu seberapa obyektif dan jujur sumber khalayak.
3. Sifat disukai, merupakan daya tarik sumber terhadap khalayak.

Strategi kreatif di dalam suatu perusahaan harus diperhatikan dengan baik karena dengan adanya strategi kreatif dapat memunculkan suatu inovasi terbaru yang dapat membantu berjalannya perusahaan. Tentunya perusahaan juga harus membuat strategi kreatif yang terus berganti, menarik dan memiliki ciri khas tersendiri entah dari produk, desain, konten dan lain sebagainya, dengan perusahaan lain agar calon konsumen dapat tertarik untuk membeli produk tersebut dan dapat mengenal baik perusahaan tersebut dengan keunikannya.

Kotler, Kartajaya, Setiawan (2017: 121) mendefinisikan content marketing adalah “A marketing approach that involves creating, curating, distributing, and amplifying content that is interesting, relevant, and useful to a clearly defined audience group in order to create conversations about the content”. Content marketing didefinisikan sebagai pendekatan pemasaran yang melibatkan pembuatan, kurasi, distribusi, dan penguatan konten yang menarik, relevan, dan bermanfaat bagi kelompok audiens yang terdefinisi dengan jelas untuk membuat percakapan tentang konten.

Content marketing dibuat untuk menghasilkan konten yang berkualitas, unik, signifikan, berharga, dinamis dan lebih relevan dibanding kompetitornya. Menurut Gunelius (2011:56), suatu konten dikatakan bernilai secara general apabila :

1. Dapat menghasilkan minat, melibatkan, tapi juga menginformasikan dan mendidik pelanggan.
2. Mengungkapkan semua nilai yang mengidentifikasi perusahaan dalam hal keunikan, konsistensi, kualitas dan relevansi.
3. Bersikap proaktif, yang mampu berevolusi dari waktu ke waktu.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa content marketing adalah sebuah bentuk perencanaan yang dibuat untuk mencapai tujuan dalam pemasaran. Fungsi adanya Content marketing adalah agar calon konsumen dapat mengenal produk perusahaan dan dapat menaikkan penjualan produk perusahaan, maka dari itu perusahaan harus membuat konten yang menarik sesuai dengan trend yang ada agar mendapatkan keuntungan dari customer. Penyampaian informasi mengenai produk perusahaan di dalam sebuah konten yang dibuat pun harus jujur tidak dilebih-lebihkan dan juga content marketing ini dapat dibuat dengan berupa foto atau video.

Nasrullah (2015:11) Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Menurut Nasrullah dalam bukunya, media sosial beranjak

dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual.

Menurut Boyd (2009) (dalam Nasrullah, 2017:11) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Menurut Nasrullah sendiri, media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2017:11).

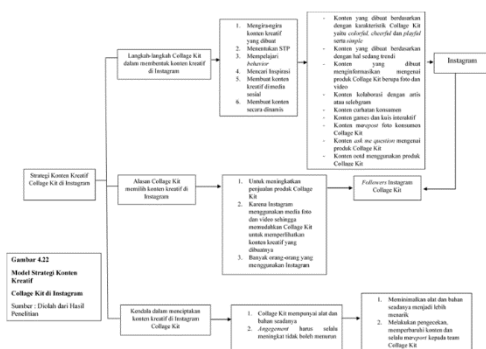
Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaannya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunaannya dan juga dapat meningkatkan kreativitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Atmoko, 2012:10).

Instagram salah satu media online yang seang digandrungi oleh masyarakat pada zaman sekarang. Dengan keunggulan berbagai fitur yang menarik, Instagram selalu mengeluarkan inovasi terbaru yang membuat pengguna Instagram tetap setia menggunakan Instagram. Beberapa fitur yang dimiliki Instagram diantaranya postingan foto, video, story, highlights, insight, explore, message, dan lain sebagainya. Karena Instagram memiliki fitur yang menarik dan memiliki banyak manfaat salah satunya untuk perusahaan. Kini banyak perusahaan menjadikan Instagram sebagai alat untuk memasarkan produknya secara online.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada tahap ini peneliti akan menjelaskan tentang hasil penelitian dan melakukan pembahasan terhadap temuan penelitian yang telah peneliti dapatkan dari hasil wawancara.

Gambar 1. Hasil Wawancara



Dari model di atas dapat diketahui bahwa strategi konten kreatif yang digunakan Collage Kit adalah Collage Kit

menggunakan strategi kreatif sesuai dengan trend yang sedang ramai dipasaran, berhubungan dengan konsumen dengan memadukan ciri khas Collage Kit yaitu colorful, cheerful dan playful. Konten-konten kreatif yang dibuat oleh Collage Kit pun bermacam-macam. Konten yang dibuat sesimple mungkin dengan menggunakan pesan yang singkat sehingga orang-orang yang melihat pun akan dengan mudah memahami pesan yang disampaikan melalui konten yang dibuat oleh Collage Kit.

Langkah-langkah yang dilakukan Collage Kit dalam membentuk konten kreatif di Instagram diantaranya:

1. Mengira-ngira konten kreatif yang dibuat
2. Menentukan STP
3. Mempelajari *behavior*
4. Mencari Inspirasi
5. Membuat konten kreatif di media sosial
6. Membuat konten secara dinamis

Tentunya Collage Kit mempunyai beberapa konten yang diunggahnya di Instagram melalui fitur-fitur menarik yang ada diantaranya:

1. Konten yang dibuat berdasarkan dengan karakteristik Collage Kit yaitu colorful, cheerful dan playful serta simple
2. Konten yang dibuat berdasarkan dengan hal sedang trendi
3. Konten yang dibuat menginformasikan mengenai produk Collage Kit berupa foto dan video
4. Konten kolaborasi dengan artis atau selebgram
5. Konten curhatan konsumen
6. Konten games dan kuis interaktif
7. Konten merepost foto konsumen Collage Kit
8. Konten ask me question mengenai produk Collage Kit

Alasan Collage Kit memilih strategi kreatif di Instagram adalah untuk meningkatkan penjualannya dengan konten yang diunggah secara dinamis. Instagram juga dizaman sekarang sedang digandrungi oleh masyarakat dan banyak sekali perusahaan yang menggunakan Instagram sebagai media jual dan beli.

Tentunya di dalam strategi kreatif yang dibuat di Instagram memiliki hambatan yaitu Collage Kit memiliki alat dan bahan seadanya begitupula dengan *angement* yang ada di Instagram harus selalu meningkat tidak boleh menurun ataupun *stuck*. Dalam menghadapi hal itu tentunya Collage Kit memaksimalkan alat dan bahan seadanya dengan cara membuat kontennya yang lebih menarik dan berwarna. Team Instagram Collage Kit selalu *report* dan melakukan pengecekan serta memperbarui konten.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan strategi konten kreatif Collage Kit di Instagram disimpulkan sebagai berikut:

1. Langkah-langkah yang dilakukan oleh Collage Kit dalam membentuk strategi konten kreatif yang dilakukan di Instagram adalah menyiapkan strategi yang akan dituju seperti apa, Mengira-ngira konten

kreatif yang dibuat menentukan STP, mempelajari *behavior*, mencari Inspirasi membuat konten kreatif di media sosial dan barulah dibuatlah konten kreatif ke dalam fitur Instagram secara dinamis.

2. Alasan Collage Kit memilih konten kreatif yang dibuat olehnya di Instagram adalah karena untuk meningkatkan penjualan produk Collage Kit dengan cara mempromosikan produknya menggunakan diferensiasi pesan atau informasi yang dikemas kedalam bentuk konten kreatif menggunakan karakteristik Collage Kit. Serta Instagram adalah salah satu media sosial yang dipilih oleh Collage Kit karena lebih fleksibel dan banyak orang yang menggunakan Instagram. Hal ini ditunjukkan oleh semua fitur-fitur yang ada di Instagram lebih mudah digunakan, praktis dan juga tidak dipungut biaya sepeserpun.
3. Kendala yang dihadapi oleh Collage Kit dalam menciptakan konten kreatif di Instagram adalah Collage Kit mempunyai alat dan bahan seadanya dan juga dalam menaikkan *anagement* yang ada di Instagram harus selalu meningkat tidak boleh menurun ataupun stuck. Hal ini juga tentunya Collage Kit selalu memaksimalkan dan memanfaatkan sarana dan *tools* yang ada agar hasilnya menjadi lebih menarik dan juga melakukan pengecekan agar selalu dalam pengawasan dan memperbarui konten.

VI. SARAN

A. Saran Teoritis

Bagi peneliti lain yang ingin melakukan disarankan peneliti menggunakan sudut pandang yang lain misalnya, strategi promosi Collage Kit atau metode penelitian lain dengan kuantitatif.

B. Saran Praktis

1. Dalam membangun atau pembuatan konten kreatif alangkah lebih baiknya jika Collage Kit memperbanyak inspirasi dengan membuat *design competition* yang akan meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap Collage Kit.
2. Alangkah baiknya jika Collage Kit menggunakan kegiatan pemasaran dan media sosial lainnya selain Instagram guna untuk meningkatkan penjualan.
3. Dalam kendala yang dihadapi Collage Kit alangkah lebih baik jika Collage Kit menambahkan properti, alat dan bahan yang memadai agar proses pembuatan konten kreatif berjalan dengan lancar, dan juga untuk menaikkan *anagement* disarankan untuk lebih aktif lagi memposting konten-konten kreatif, memperbarui konten yang dibuat dan terus mengontrol perkembangan Collage Kit di Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Atmoko, Bambang Dwi. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita.
- [2] Durianto, Darmadi. 2003. Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [3] Gunelius, Susan. 2011. 30-Minute Social Media Marketing. United States (US) : McGraw-Hill Companies.
- [4] Kasali, Rhenald. 1995. Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- [5] Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya & Iwan Setiawan. 2017. Marketing 4.0 New Jersey: Wiley.
- [6] Kotler, Philip., Kevin Lane Keller. 2017. Manajemen Pemasaran jilid 1. Klaten : PT. MACAN JAYA CEMERLANG.
- [7] Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [8] Nasrullah, Rulli. 2017. Media Sosial. Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [9] Sugiono. 2018. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Penerbit Alfabeta.