

# Strategi Promosi *Social Media Marketing* Produk *Custom Lukis*

Agung Prasetya, Endri Listiani

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

abahehe19@gmail.com, endri@unisba.ac.id

**Abstract**—In these days, there are many companies and business in the custom fashion, especially in Bandung. As a city of fashion, many companies in Bandung are engaged to original custom fashion. Welltrust.co is one of a business from Bandung which focus on marketing custom fashion painting. This research use a qualitative approach with a case study method. The Sample in this study is involving six people from the community. The research data obtained through observation, interviews, literature study, documentation and online data search. The validity test used Data Triangulation. And the result is indicate that Welltrust.co chooses Social Media method because the social media role that can be used to running a custom painting business which could increase the brand awareness and promotion at the least costs. Social Media Marketing steps carried out by Welltrust.co are; using the advantage of Instagram feature, such as hashtag feature, Paid Promote and Endorsement. The ease of Participation, Openess, Conversation, Community and Connectedness from this Marketing method. But there are difficulties Welltrust.co faces in running its business, that is competitor.

**Keywords**—*Instagram, Custom Painting, Social Media Marketing*

**Abstrak**—Sekarang ini tengah banyak perusahaan-perusahaan atau bidang usaha di bidang fashion, yang sedang banyak dilirik adalah fashion custom, khususnya di Kota Bandung. Sebagai kota fashion, banyak perusahaan di Kota Bandung yang ikut bergerak di bidang custom fashion. Salah satunya adalah Welltrust.co. Welltrust.co merupakan salah satu bisnis asal Kota Bandung yang fokus dalam memasarkan fashion custom lukis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Informan dalam penelitian ini berjumlah 6 (enam) orang. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara, studi pustaka, dokumentasi dan pencarian data online. Untuk menguji keabsahan data digunakan triangulasi data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam hal ini Welltrust.co memilih media sosial karena peran media sosial yang dapat dimanfaatkan dalam menjalankan bisnis custom lukis salah satunya sosial media meningkatkan brand awareness dan promosi dengan biaya yang minim. Langkah-langkah Social Media Marketing yang dilakukan Welltrust.co yaitu dengan memanfaatkan fitur Instagram yaitu fitur hashtag dan didukung dengan Paid Promote dan Endorsement. Kemudahan yang didapatkan Welltrust.co diantaranya Participation, Openess, Conversation, Community, dan Connectedness. Namun ada kesulitan yang dihadapi Welltrust.co dalam menjalankan bisnisnya yaitu competitor.

**Kata Kunci**—*Instagram, Custom Painting, Social Media*

## Marketing

### I. PENDAHULUAN

Sekarang ini tengah banyak perusahaan-perusahaan atau bidang usaha di bidang fashion, yang sedang banyak dilirik adalah fashion custom, khususnya di Kota Bandung. Sebagai kota fashion, banyak perusahaan di Kota Bandung yang ikut bergerak di bidang custom fashion. Salah satunya adalah Welltrust.co. Welltrust.co merupakan salah satu bisnis asal Kota Bandung yang fokus dalam memasarkan fashion custom lukis. Penggunaan media sosial oleh Welltrust.co menjadi sarana komunikasi pemasaran yang dirasa tepat mengenai produk custom lukis yang mereka sediakan. Dari banyak alat komunikasi pemasaran atau biasa juga disebut promosi, perusahaan harus memikirkan dengan seksama mana yang tepat digunakan dan dimanfaatkan untuk bisa meningkatkan penjualan. Salah satunya adalah pemasaran media sosial (social media marketing) yang makin banyak digunakan perusahaan sejak makin berkembangnya teknologi internet yang semakin pesat, tidak dapat dipungkiri jika perkembangan teknologi informasi meningkat cukup signifikan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut “Bagaimana strategi Social Media Marketing yang dilakukan oleh Welltrust.co dalam meningkatkan penjualan?”. Selanjutnya tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut

1. Untuk mengetahui Bagaimana perusahaan memilih media sosial yang digunakan sebagai sarana promosi
2. Untuk mengetahui Langkah-langkah dalam menentukan Social Media Marketing dalam meningkatkan penjualan
3. Untuk mengetahui Kemudahan dan kesulitan (kendala) yang dihadapi saat melaksanakan Social Media Marketing

### II. LANDASAN TEORI

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:432), “Bauran promosi atau bauran komunikasi merupakan perpaduan khusus dari alat yang digunakan perusahaan untuk meyakinkan nilai komunikasi dan membangun hubungan dengan konsumen. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2008) produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan

produk barang (fisik) sebagai berikut:

1. *Intangibility* (tidak berwujud). Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar. Atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tidak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan.
2. *Unstorability* (tidak dapat disimpan). Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
3. *Costumization* (kostumisasi). Jasa sering kali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2008:222) Bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya. Beberapa tugas khusus itu atau sering disebut bauran promosi adalah *personal selling*, *mass sellings* yang terdiri dari periklanan dan publisitas, promosi penjualan, *public relation* (hubungan masyarakat), *direct marketing*.

*Social media marketing* (Konvensional) menjadi *screen to face* (internet marketing). Hal ini disebabkan karakteristik media sosial mengidentifikasi lima karakteristik utama dari media sosial:

- a. Participation, suatu tindakan yang berorientasikan pada keterlibatan pengguna dalam menggunakan media sosial dapat berupa frekuensi kunjungan dan lama penggunaan
- b. Openness, kondisi saat media sosial tidak memiliki hambatan untuk mengakses informasi, membagikan konten dan membuat testimony di website tertentu
- c. Conversation, percakapan yang terjadi di dalam media sosial dapat menyebar secara cepat seperti layaknya virus sehingga informasi yang diberikan dapat menyebar secara cepat dan luas
- d. Community, media sosial menawarkan sebuah mekanisme bagi individu atau organisasi untuk membentuk komunitas yang memiliki kesamaan minat
- e. Connectedness, informasi dalam media sosial berkarakteristik viral, kondisi ini memberikan kemudahan bagi penggunaannya untuk terhubung social media marketing

### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Pemilihan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi

Welltrust.co melihat fenomena banyaknya pengguna aktif di media sosial di Indonesia saat ini menjadi peluang besar untuk memasarkan produk atau jasanya. Banyaknya pengguna media sosial saat ini menjadi salah satu pertimbangan Welltrust.co memilih media sosial sebagai sarana promosinya. Welltrust.co memilih media sosial

Instagram sebagai sarana promosinya. Instagram dapat diartikan sebagai media untuk mengambil foto dan mengirimnya dalam waktu cepat (Sari 2017:6) yang termasuk dalam jenis media sosial *Social Networking*. Dimana dalam *social networking*, Welltrust.co mencoba menciptakan interaksi untuk menghasilkan efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut dalam dunia virtual. yang disediakan Instagram mempermudah Welltrust.co dalam proses promosi produknya. Salah satu bagian Instagram yang digunakan Welltrust.co untuk memperluas promosinya di Instagram yaitu menggunakan *hashtag*. Media sosial lainnya yang digunakan Welltrust.co untuk mempromosikan produknya yaitu melalui Facebook, Line dan Whatsapp. Media sosial ini digunakan untuk media perpanjangan komunikasi dari Instagram.

#### B. Langkah - Langkah Dalam Menentukan Social Media Marketing

Untuk mempercepat proses promosi produknya, Welltrust.co memanfaatkan metode *Paid Promote*. Langkah *Paid Promote* ini dipilih Welltrust.co karena dinilai sangat berpengaruh banyak dalam meningkatkan *brand awareness* Welltrust.co itu sendiri. Selain itu, menggunakan *Paid Promote* juga dapat meningkatkan penjualan produk dari Welltrust.co. Tidak hanya metode *Paid Promote*, Welltrust.co juga menggunakan metode *Endorsement* dengan menggunakan pengguna *Instagram* dengan jumlah *followers* yang banyak yang disebut dengan istilah *Endorser/ Selebgram*. Peran *Endorser/ Selebgram* sangat berpengaruh banyak terhadap kegiatan promosi produk Welltrust.co.

*Endorser/ Selebgram* dengan mudah membantu dalam mempromosikan produk dari Welltrust.co karena akan banyak pengikutnya di *Instagram* yang melihat. Untuk mendukung *Social Media Marketing di Instagram*, Welltrust.co selalu memperhatikan konten yang akan dibagikan ke *Instagram*, baik konten grafis maupun konten video. Konten yang dibagikan penting untuk diperharikan untuk membangun *online engagement*.

Welltrust.co yang bergerak dibidang jasa *Customization* dimana Welltrust.co menjalankan bisnisnya untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Hal ini sering kali menjadi kendala teknis bagi Welltrust.co karena kebutuhan pelanggan yang belum terasa terpenuhi. Sosial media sekarang telah memiliki peran penting dalam strategi pemasaran bagi bisnis kecil maupun besar.

#### C. Kemudahan dan Kesulitan Melaksanakan Social Media Marketing

Welltrust.co merasakan kemudahan dalam melaksanakan *Social Media Marketing* karena untuk meningkatkan *brand awareness* Welltrust.co tidak perlu dengan biaya yang tinggi dengan biaya yang minim. Sosial media membantu Welltrust.co untuk meningkatkan *brand awareness* dengan biaya yang bisa dibilang hamper tidak ada. Biaya yang sanat diperlukan untuk hal ini adalah waktu. Biaya dalam hal ini digantikan dengan waktu karena

proses membangun brand dengan *social media* setidaknya membutuhkan proses dan waktu.

Hasil penelitian peneliti dengan informan didapatkan dengan kemudahan yang didapatkan dari penggunaan *social media*, Konsumen dan Penjual dalam hal ini Welltrust.co tercipta hubungan yang dekat. Artinya, hubungan konsumen dibangun sebelum, pada saat, dan setelah konsumen menggunakan jasa dari Welltrust.co yang sejalan dengan karakteristik media sosial yaitu *Connectedness* dimana karakteristik media sosial ini memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk terhubung *social media marketing*. Selain itu dengan karakteristik media sosial lainnya seperti *Openess* dimana Welltrust.co dapat membagikan kontennya tanpa memiliki hambatan sehingga konten yang diberikan dapat menyebar secara cepat dan luas. Kondisi ini yang dimanfaatkan Welltrust.co untuk melakukan promosi melalui media sosial Instagram.

Namun, Welltrust.co mengalami kendala dan kesulitan ketika menjalankan *Social Media Marketing* di Instagram yaitu persaingan bisnis. Persaingan bisnis menjadi salah satu kendala yang harus dihadapi Welltrust.co karena Welltrust.co menjalankan bisnis saat ini sangat besar bahkan banyak sekali yang menjalankan bisnis di bidang yang sama. Berdasarkan peran *social media* untuk bisnis salah satunya yaitu memngembangkan target pasar dan selangkah lebih maju dari pesaing bisnis (competitor). Welltrust.co memanfaatkan peran media sosial ini untuk mendapatkan informasi penting dari competitor sehingga dapat meningkatkan strategi pemasaran. Kreativitas dan Inovasi terus dikembangkan oleh Welltrust.co untuk mengatasi kendala tersebut. Welltrust.co mengatasi pesaing bisnis dengan membuat strategi baru. Contoh strategi yang Welltrust.co gunakan ialah mengganti media lukis.

Dalam pelaksanaan evaluasi, Welltrust.co membahas beberapa masalah yang dihadapi seperti penjualan, konten media sosial, *feedback* konsumen, dan juga inovasi untuk mengembangkan strategi penjualan. Welltrust.co melakukan evaluasi dimana evaluasi ini dilakukan untuk mencari tahu atau memperbaiki kesalahan dalam usaha yang dijalankan.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

Pemilihan media sosial yang dilakukan Welltrust.co dilakukan dengan beberapa pertimbangan yaitu *Social Media Matketing* yang dapat dilakukan dengan biaya yang murah dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun oleh penggunanya. Welltrust.co melihat fenomena banyaknya pengguna aktif di media sosial di Indonesia saat ini menjadi peluang besar untuk memasarkan produk atau jasanya. Banyaknya pengguna media sosial saat ini menjadi salah satu pertimbangan Welltrust.co memilih media sosial sebagai sarana promosinya.

Langkah-langkah yang dilakukan Welltrust.co dalam melaksanakan *Social Media Marketing*, Welltrust.co membagikan konten visual seperti hasil pengerjaan *custom*

lukis di Instagramnya juga membagikan konten video dimana video yang dibagikan berisi proses pengerjaan dari awal sampai akhir pengerjaan *custom lukis*. Selain itu, Welltrust.co memilih *Paid Promote* dan *Endorsement* untuk mempromosikan produk dan jasa *custom lukis*nya.

Kemudahan yang didapatkan Welltrust.co saat melaksanakan *Social Media Marketing* melalui Instagram yaitu lebih mudah menjangkau banyak orang sebagai calon konsumen. Namun, kendala yang dihadapi Welltrust.co yaitu persaingan bisnis dimana banyak pelaku bisnis yang menjalankan bisnis dibidang yang sama dengan Welltrust.co. Tetapi Welltrust.co melakukan evaluasi, Welltrust.co harus melakukan inovasi dan lebih kreatif dalam mengembangkan bisnisnya dibidang *custom lukis*.

#### V. SARAN

##### D. Saran Teoritis

1. Diharapkan dapat melakukan kajiannya dari permasalahan dengan menggunakan variable yang berbeda, seperti budget promotion atau tahapan pengkomunikasian promosi produk, sehingga nantinya akan memperluas pengetahuan bagi peneliti dan pembaca.
2. Diharapkan bagi yang melakukan penelitian dengan objek yang serupa agar lebih memperbanyak lagi sumber-sumber dan referensi terkait dengan permasalahan yang diangkat.

##### E. Saran Praktis

1. Sebaiknya Welltrust.co dapat mengembangkan pemilihan Selebgram. Tidak hanya selebgram lokal Kota Bandung, namun Welltrust.co dapat menggunakan jasa Selebgram diluar Kota Bandung supaya Welltrust.co dapat menjangkau lebih banyak pasar.
2. Diharapkan Welltrust.co dapat lebih inovasi dan kreatif untuk mengembangkan jasa *custom lukis* dengan mengikuti "trend" pasar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardianto, Elvinaro. 2016. Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [2] Arikunto, Suharsimi. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta: Rineka Cipta
- [3] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- [4] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. Marketing Management. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- [5] Moleong, L.J. 2002. Metode Penelitian Kualitatif. Cetakan Keenam. Bandung: PT. Rosdakarya.
- [6] Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [7] Swastha, Basu dan Irawan. 1986. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- [8] Moleong, Lexy. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- [9] Kusumo, R. (2012). Pengaruh Media Sosial Terhadap Customer Retention (Studi Kasus Pada J.Co), Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Indonesia.
- [10] Gunelius, Susan. 2011.30 Minute Social Media Marketing. United States : McGraw Hill
- [11] Tuten, Tracy L. 2008. Advertising 2.0 Social Media Marketing in a Web 2.0 World. Connecticut : Praeger
- [12] Siswanto, Tito. "Optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah." *Liquidity* 2, no. 1 (2013): 80-86.
- [13] Supradono B, Hanum AN. Peran Sosial Media Untuk Manajemen Hubungan dengan Pelanggan Pada Layanan E-Commerce. *Value Added* Majalah Ekonomi dan Bisnis. 2011;7(2).