

# **PERAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT CUSTOMER @REVSMOTOSHOPPLG**

**Muhammad Syahril Husaini<sup>1</sup>, Dwi Maharani<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Bina Darma

<sup>1,2</sup> Jl.Jend.A.Yani No.12 Plaju, Palembang 30264

Email: -

**Abstrak:** Penelitian ini Untuk mengetahui lebih jauh bagaimana Instagram dapat digunakan sebagai sarana promosi untuk menarik perhatian calon pelanggan, maka dilakukan penelitian ini. Bersifat kualitatif, penelitian ini mengadopsi pendekatan yang berfokus pada Revsmotoshop sebagai topik pemeriksaan. Wawancara, observasi, dan dokumentasi dilakukan dengan pemilik Revsmotoshop, pelanggan, dan pengikut sebagai sumber informasi utama untuk penelitian ini. Teori yang digunakan Teori Integrated marketing dan teori Peran sebagai pendukung. Berdasarkan hasil penelitian bahwa instagram berperan sebagai media promosi Revsmotoshop karena memudahkan mempromosikan produk-produk yang ditawarkan, dengan kelengkapan fitur-fitur seperti pencarian lokasi serta menggunakan hastag(#), memudahkan Revsmotoshop menawarkan produk-produknya, selain kemudahan dalam mempromosikan produk, efisiensi biaya dalam kegiatan promosi, selain itu cara mempromosikan produk melalui instagram dengan menggunakan review dari pelanggan serta postingan yang menarik, faktor yang membuat instagram efektif digunakan untuk promosi adalah media sosial yang digunakan oleh semua kalangan.

**Kata Kunci:** Peran,Komunikasi Pemasaran,Instagram, @Revsmotoshop, Palembang.

***Abstract:** This research is entitled The Role of Instagram as a Media for Marketing Communication to Increase Customer Interest @Revsmotoshopplg. This Research To find out more about how Instagram can be used as a promotional tool to attract the attention of potential customers, this research was conducted. Qualitative in nature, this study adopts an approach that focuses on Revsmotoshop as an examination topic. Interviews, observations, and documentation were conducted with Revsmotoshop owners, customers, and followers as the main sources of information for this study. The theory used is Integrated marketing theory and Role theory as a supporter. Based on the results of the research that Instagram acts as a promotional medium for Revsmotoshop because it makes it easier to promote the products offered, with complete features such*

*as location search and using hashtags (#), it makes it easier for Revsmotoshop to offer its products, in addition to the ease of promoting products, cost efficiency in promotional activities, besides how to promote products through Instagram by using reviews from customers and interesting posts, the factor that makes Instagram effective for promotion is social media used by all groups.*

**Keywords:** Role, Marketing Communication, Instagram, @Revsmotoshop, Palembang

## **Pendahuluan**

Internet adalah media pemasaran untuk menjangkau banyak peminat, Di zaman sekarang ini, internet tidak diragukan lagi nyaman dan user-friendly. Dengan terobosan teknis mutakhir saat ini, internet sekarang dapat menampung jenis jaringan baru yang disebut sebagai media sosial. Kembali pada hari-hari awal media sosial, tujuan utamanya adalah untuk tetap berhubungan dengan kolega, teman, dan orang yang dicintai di rumah. Tidak masalah apakah negara Anda berkembang atau tidak dalam hal media sosial. Sebagai salah satu bentuk komunikasi online, Instagram khususnya semakin berkembang. Akibatnya, perusahaan beralih ke media sosial untuk menyebarkan berita tentang produk dan layanan mereka.

Situs media sosial seperti Instagram, yang digunakan untuk belanja dan penjualan online, atau "toko online", saat ini sedang dimanfaatkan untuk menghasilkan uang. Karena kemampuan media Instagram, foto dan foto yang dikirimkan memiliki daya tarik visual yang lebih tinggi. Promosi item akan lebih menarik bagi calon pelanggan menggunakan alat efek gambar Instagram, yang merupakan penggunaan fitur Instagram yang menarik. Instagram telah menjadi platform populer bagi individu untuk memasarkan dan menjual bisnis mereka. (Dewi dan Nugraha, 2015).

Misalnya, @Revsmotoshopplg menggunakan Instagram untuk memasarkan produknya, guna meningkatkan penjualan. Tidak masalah jika pembeli membeli produk secara langsung atau melalui media sosial, kampanye Instagram telah berhasil menarik pelanggan baru ke toko. Selain itu, penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi dan dengan memanfaatkan fitur-fitur terkini di Instagram, seperti hashtag dan Instagram Stories, berpotensi meningkatkan penjualan karena banyak pengguna yang mencari informasi di jejaring tersebut. Antara lain, @Revsmotoshopplg mempromosikan produk-produk yang telah diproduksi oleh sejumlah pelanggan sebelumnya, dengan detail produk yang tertera pada caption postingan. Akun @Revsmotoshopplg, serta foto pelanggan dengan pembelian mereka, hashtag produk, dan informasi produk. Setidaknya untuk setiap hari @revsmotoshopplg bisa mengunggah minimal 5-10

hasil dari foto produk ataupun hasil dari *me-repost* postingan dari pengunjung yang mengunggahnya ke instagram.

@revsmotoshopplg merupakan salah satu toko yang menjual aksesoris premium untuk kendaraan bermotor yang ada di kota Palembang, Toko yang berada di Jalan Suka Bangun 2 No.1585, Palembang, Sumatera Selatan ini jadi *on stop shop* buat para *bikers*, Toko yang sudah berdiri semenjak 8 April 2015 ini adalah yang aktif menggunakan media sosial *instagram*, terbukti dengan jumlah postingan lebih banyak dan *followers* yang bertambah setiap harinya dibandingkan dengan kompetitornya. Berikut data hasil unggahan foto dan followers @Revsmotoshopplg dengan kompetitor yang sejenisnya.

Permasalahan terkait promosi pemasaran pada Revsmotoshop yaitu keterbatasan waktu untuk melakukan promosi dan sedikit kurang efektif promosi secara langsung dalam menarik minat konsumen. Hal ini bisa dilihat dari perbandingan minat konsumen promosi yang datang langsung dengan dibandingkan promosi menggunakan media sosial instagram hal ini bisa dilihat dari terus bertambahnya *Followers* akun instagram @Revsmotoshopplg

Operasional promosi langsung di Revsmotoshop tidak efisien karena kurangnya waktu untuk melakukan kegiatan promosi dan kurangnya waktu untuk melakukan kegiatan promosi. Minat pelanggan yang diciptakan melalui promosi langsung lebih rendah daripada minat pelanggan yang dihasilkan melalui pemasaran Instagram melalui akun @Revsmotoshopplg, seperti yang dapat diamati. Berdasarkan jumlah Followers di Instagram, direct marketing memiliki tingkat customer engagement yang lebih rendah dibandingkan promosi media sosial yang sudah melampaui 91.000 Followers. Untuk lebih memahami bagaimana Instagram dapat digunakan untuk tujuan komersial, sebuah studi berjudul "Peran Instagram sebagai media" akan bermanfaat. @Revsmotoshopplg menggunakan pemasaran media sosial untuk menarik perhatian pelanggannya. Untuk lebih spesifiknya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana Instagram dapat digunakan untuk meningkatkan minat konsumen terhadap item @Revsmotoshopplg melalui komunikasi pemasaran.

Untuk melakukan penelitian ini, teori IMC dan gagasan tentang fungsi pendukung. Jika Anda ingin meningkatkan penjualan, Anda perlu mengelola integrasi kegiatan promosi dan pesan pemasaran kepada target audiens. Promosi adalah bagian penting dari bauran pemasaran karena melalui promosi barang-barang diperkenalkan kepada masyarakat umum. Konsumen tidak mungkin membeli suatu produk jika mereka tidak mengetahuinya atau jika mereka tidak memahami manfaat produk tersebut. Mengembangkan rencana promosi yang mencakup penggunaan beberapa aspek seperti promosi penjualan dan periklanan diperlukan untuk mencapai hal ini. Namun, berbeda dengan teori peran, yang mungkin diterapkan pada individu, institusi, atau organisasi. Fungsi suatu

lembaga adalah adanya suatu spesifikasi yang menguraikan tugas-tugas yang harus diselesaikan oleh para anggotanya. Peristiwa yang diharapkan dan peristiwa yang sebenarnya membedakan antara peran dalam ranah teater. Penulis sering menggunakan istilah "peran nyata" untuk merujuk pada jenis "bagian nyata" yang memungkinkan individu atau kelompok orang untuk memerankan peran dalam waktu nyata. Penelitian di Instagram akan dilakukan di area ini untuk melihat apakah ini cocok untuk upaya pemasaran Revsmotoshop.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang berfokus pada masalah subjek penelitian dan berusaha untuk mengkarakterisasinya agar dapat lebih memahaminya. Tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data yang akurat dan menyeluruh tentang gejala yang dialami peserta sekarang. (Kriyantono,2008). Daripada angka, data disajikan dalam bentuk gambar, frase, dan diagram. Hal ini ada hubungannya dengan pendekatan penelitian kualitatif. Informasi yang diperoleh juga cenderung memegang kunci untuk memahami subjek investigasi (Moleong, 2004),

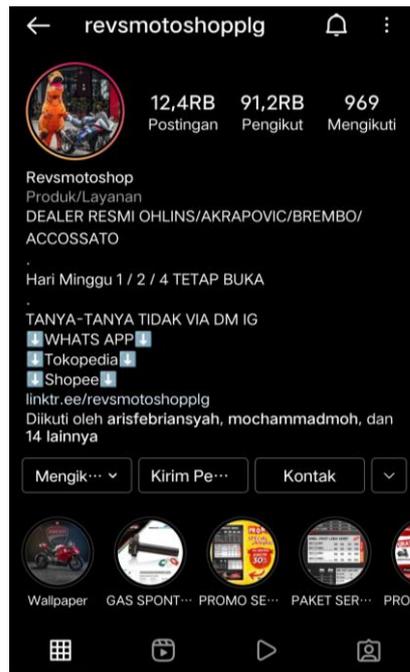
Setiap ilmuwan yang melakukan penelitian harus memiliki pemahaman menyeluruh tentang bagaimana mengumpulkan data, sehingga mereka dapat menggunakannya untuk menjawab pertanyaan studi mereka. Ada berbagai pendekatan yang cocok untuk mengumpulkan data penelitian. Observasi, wawancara, dan dokumentasi merupakan salah satu prosedur pengumpulan data (Sugiyono, 2012)

Informan memberikan data untuk penelitian ini. Untuk melakukan penelitian jenis ini, peneliti tidak menggunakan sampel atau populasi yang representatif. Sebagai sumber informasi, orang yang diwawancarai diharapkan dapat memberikan gambaran, bukti, dan keadaan dunia nyata berupa jawaban atas pertanyaan. Aktor dan informan adalah dua istilah yang digunakan untuk menggambarkan partisipan dalam sebuah penelitian yang memiliki pengetahuan tentang subjek penelitian di kepala mereka (Boengin, 2012).

Data primer akan menjadi yang paling signifikan dalam penelitian ini, yang juga akan memasukkan data sekunder. Metode seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi hasil digunakan untuk mengumpulkan data penelitian primer dalam proyek penelitian ini. Dalam hal data sekunder, informasi yang diperoleh dari sumber yang relevan termasuk jurnal, buku, dan internet.

### **Hasil Dan Pembahasan**

#### **Instagram Sebagai Media Promosi**



Gambar 1 Profil Instagram Revsmotoshop  
Sumber : Tangkapan Layar Instagram Revsmotoshop

Instagram saat ini menjadi media yang paling banyak diminati oleh masyarakat, terutama untuk pengusaha-pengusaha yang memanfaatkan media sosial. Revsmotoshop mulai mencoba mempromosikan produknya melalui Instagram kurang lebih 1 tahun setelah Revsmotoshop berdiri, sebelumnya Revsmotoshop mencoba mempromosikan produknya melalui media promosi berupa brosur yang disebarakan kepada *customer-customer*, namun menurut Prayoga Wibowo selaku founder dari revsmotoshop tersebut tidak efektif, dan hanya membuang-buang uang saja.

Setelah satu tahun menggunakan media promosi brosur, Revsmotoshop beralih ke *Instagram* sebagai media promosi dikarenakan media sosial yang populer adalah Instagram, apalagi ditambah banyaknya pengguna *Instagram* rata-rata anak muda, dipilihnya *Instagram* sebagai media promosi membuat Revsmotoshop memikirkan strategi apa yang cocok untuk mempromosikan produknya secara efektif dan efisien, lalu Revsmotoshop menggunakan strategi untuk Mengambil foto produk dan memposting foto produk dari pelanggan-pelanggan sebelumnya, dan juga *me-repost review* dari pelanggan di Instagram, cara memposting hasil dan *me-repost* yang digunakan untuk promosi sangat efektif untuk meningkatkan jumlah *followers* maupun *customer* yang datang langsung ke toko. Terbukti dengan meningkatnya jumlah followers Revsmotoshop yang sudah mencapai 91,000 pengikut.

### **Instagram sebagai media komunikasi pemasaran Revsmotoshop**

Instagram merupakan salah satu media sosial yang efektif yang digunakan untuk memasarkan produk, karena banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial untuk melakukan proses jual beli, khususnya media sosial instagram. Peran instagram sangat besar dalam proses komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Revsmotoshop, instagram tidak hanya sebagai media atau saluran, namun juga penggerak untuk setiap proses komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Revsmotoshop. . Mulai dari penyampaian pesan dengan melalui postingan-postingan gambar produk yang di upload di instagram Revsmotoshop, proses penerimaan dan pengelolaan tanggapan atau (Respon) dari pelanggan, hingga kepada penerimaan umpan balik (Feedback) dari pelanggan.

Peran instagram terhadap bisnis yang dilakukan oleh Revsmotoshop terbilang sukses hal ini bisa dilihat dari 91.000 followers di akun Instagram @Revsmotoshopplg. Instagram telah menjadi alat pemasaran penting untuk Revsmotoshop. Hasil ini adalah hasil dari bisnis yang memanfaatkan berbagai kemampuan Instagram secara ekstensif, seperti mode instastory untuk mempromosikan barang dagangan toko mereka ke audiens yang besar. Selain itu untuk menarik perhatian konsumen juga @Revsmotoshopplg juga menggunggah foto produk-produk terbaru dengan menampilkan layout menarik dan konsisten, itu juga membantu proses pemasaran yang ditawarkan Revsmotoshop,

### **Kegiatan Komunikasi Pemasaran @Revsmotoshopplg Melalui Media Sosial Instagram**

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Prayoga Wibowo sebagai *owner* Revsmotoshop dan dibantu oleh admin dan beberapa *crew* yang bekerja di Revsmotoshop dan berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dapat diketahui strategi yang diterapkan Revsmotoshop yaitu lebih menarik konsumen dengan menggunakan media sosial instagram. Dikarenakan media sosial instagram mempunyai banyak fitur yang bisa dimanfaatkan, seperti fitur *Instastory* dan postingan dari *feed* instagram.

Menurut Prayoga Wibowo *owner* dari Revsmotoshop beranggapan bahwa saat ini terutama konsumen dari kalangan remaja dan dewasa tidak begitu menginginkan promosi yang disebarkan melalui media cetak seperti katalog dan media cetak. Hal tersebut dinilai dapat menghabiskan waktu, Metode inilah yang dinilai banyak menghabiskan biaya dari Revsmotoshop, oleh karena itu Revsmotoshop menyiapkan stiker untuk setiap pembelian produknya dan selalu menyajikan postingan instagram yang rapi dan semenarik mungkin agar *feed* instagram terlihat lebih menarik perhatian konsumen.

Hal ini juga dikenal sebagai pemasaran langsung, pemasaran iklan, dan penjualan langsung untuk menentukan proses dimana pemasar menyampaikan informasi tentang barang-barang mereka secara langsung kepada pelanggan, dengan tujuan menginformasikan mereka tentang item dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Sebaliknya, konsumen memanfaatkannya untuk mempelajari fitur dan keunggulan suatu barang sebelum melakukan pembelian (Machfoedz, 2010).

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Prayoga Wibowo sebagai Owner serta dibantu dengan staf dan anggota lain dari tim manajemen Revsmotoshop, dapat disimpulkan bahwa Revsmotoshop menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter dalam upaya untuk menarik pelanggan baru. Menurut Prayoga Wibowo, pemilik Revsmotoshop, mengingat banyaknya fitur di Instagram, seperti fitur Instastory dan postingan dari feed Instagram seseorang, pelanggan khususnya remaja dan dewasa tidak terlalu menginginkan promosi yang dikirim melalui media cetak. Tugas ini dianggap memakan waktu oleh beberapa orang.

Metode inilah yang dinilai banyak menghabiskan biaya dari Revsmotoshop, oleh karena itu Revsmotoshop menyiapkan stiker untuk setiap pembelian produknya dan selalu menyajikan postingan instagram yang rapi dan semenarik mungkin agar *feed* instagram terlihat lebih menarik perhatian konsumen

### **Faktor Pendorong Revsmotoshop menggunakan instagram sebagai media promosi**

Revsmotoshop telah menetapkan berbagai cara untuk menghadapi persaingan pasar mengingat pesatnya perkembangan internet dan teknologi informasi. Dengan menggunakan media sosial khususnya Instagram, banyak pemilik perusahaan yang dapat mengirimkan pesan dan informasi tentang produk yang mereka jual kepada calon pelanggan. Sebagai hasil dari penggunaan Instagram Revsmotoshop sebagai strategi pemasaran untuk barang-barang profesional.

Revsmotoshop menggunakan Instagram, platform media sosial populer, untuk menyebarkan berita tentang produk yang dijualnya. Ini dicapai dengan menyertakan gambar produk dan umpan balik dari pelanggan sebelumnya. Anda dapat menghemat uang dengan memperoleh kuota yang memungkinkan Anda mengunggah foto produk yang ingin Anda jual, karena biaya pemasarannya murah. Foto yang di *upload* oleh Revsmotoshop di *feed* instagramnya juga berasal dari hasil fotoan sendiri karena foto tersebut akan di edit dan dibuat semenarik mungkin sehingga hasilnya maximal, foto-foto dari *feed* instagram Revsmotoshop

juga kebanyakan dari hasil dari *customer* yang membeli produk di Revsmotoshop selain itu

Segmentasi yang disasar Revsmotoshop dengan adanya media promosi instagram ini adalah kalangan anak-anak komunitas ataupun para pecinta otomotif khususnya kendaraan bermotor, oleh karena itu dengan segmentasi yang kebanyakan anak muda dan dewasa, Revsmotoshop membuat konsep-konsep yang disesuaikan dengan selera anak muda, seperti mengupload video reels dan juga menyajikan postingan-postngan secara menarik sehingga membuat konsumen penasaran dan ingin segera datang langsung untuk melihat dan membeli nya.

### **Efektivitas Penggunaan Instagram Dalam Memasarkan Produk Revsmotoshop**

Efektivitas diartikan dengan ketepatangunaan atau hasil untuk menunjang tujuan, Efektivitas juga berhubungan dengan masalah bagaimana pencapaian tujuan atau hasil yang diperoleh, tingkat fungsi unsur atau komponen dan juga masalah tingkat kepuasan *client*. Efektivitas penggunaan instagram untuk kebutuhan pemasaran dan promosi ketika pesan yang disebar dapat langsung mengenai target yang dituju. Revsmotoshop juga memanfaatkan fitur-fitur instagram seperti *upload* foto atau video, *hashtag* dan *insta story* yang dapat meningkatkan penjualan produk.

Untuk lebih menyampaikan pesan atau semangat yang diinginkan dari sebuah foto, disarankan untuk mengisi banyak aspek foto, seperti judul atau deskripsi, sebelum mengunggahnya (Atmoko, 2012). Hashtag yang dilambangkan dengan simbol (#), merupakan salah satu elemen terpenting dari Instagram karena memudahkan pengguna untuk mencari informasi atau foto. Simbol ini dapat digunakan oleh pelanggan Revsmotoshop untuk mencari gambar toko, barang, atau informasi tentang bisnis, sehingga Revsmotoshop dapat dikenali oleh orang luar atau tidak dari Follower Revsmotoshop itu sendiri, yang berguna untuk kedua belah pihak. Untuk melihat efektivitas komunikasi pemasaran pada akun instagram @Revsmmotoshop bisa dilihat dari beberapa aspek sebagai berikut.

Revsmotoshop memfasilitasi transaksi penjualan melalui *linktr.ee* yang tersedia di Profil instagram Revsmotoshop, yang kemudian diarahkan ke beberapa kontak dan *E-commerce* untuk melakukan transaksi, setelah melakukan transaksi dan dilanjutkan untuk melakukan konfirmasi orderan melalui pesan via Whatshapp, setelah itu pembeli melakukan pembayaran dengan memilih via BCA atau BNI. Karena Revsmotoshop tidak menggunakan pembayaran OVO Ataupun DANA, karena untuk menghindari penyalahgunaan nama.

Menurut (Atmoko, 2012) ada beberapa bagian yang sebaiknya diisi agar foto yang diunggah lebih mempunyai makna informasi, seperti judul atau

*Caption* yang bisa memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada pengguna tersebut. Selain itu ada juga fitur lain seperti *Hastag*, merupakan simbol (#), fitur ini sangatlah penting karena bisa memudahkan pengguna untuk menemukan informasi atau foto-foto di instagram, dengan menggunakan simbol tersebut *customer* Revsmotoshop bisa mencari gambar-gambar seputar Revsmotoshop, baik itu foto produk ataupun informasi seputar toko, dengan begitu Revsmotoshop bisa dikenal oleh masyarakat luar maupun bukan merupakan dari *Followers* dari Revsmotoshop itu sendiri

Fitur ini merupakan fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna, jika kita meng-*upload* gambar di suatu tempat, instagram menyediakan fitur lokasi yang bisa membantu pengguna mengetahui lokasi pengambilan gambar tersebut, selain itu juga terdapat fitur-fitur petunjuk arah sehingga para pelanggan bisa mengetahui dimana lokasi tempat yang akan mereka kunjungi. Pada beranda Revsmotoshop sendiri terdapat petunjuk arah yang bisa memudahkan pelanggannya untuk datang langsung ke toko, petunjuk arah tersebut juga langsung bisa terhubung ke *maps* sehingga arah yang ditunjukkan lebih akurat.

### **Analisis SWOT**

Melihat peluang dan bahaya adalah tujuan dari analisis SWOT. Analisis masalah internal dan eksternal sebagai bagian dari perencanaan komunikasi pemasaran Revsmotoshopplg. Jelas dari kesimpulan penelitian bahwa analisis SWOT bekerja dengan baik bagi para peneliti (Kekuatan, Kelemahan, Kesempatan, dan Ancaman) dari @Revsmotoshopplg yaitu:

1. *Strenght (kekuatan)*
  - a) *Kemudahan akses untuk pembelian produk-produk melalui Instagram*
  - b) *Banyaknya fitur-fitur instagram yang mempermudah promosi penjualan Revsmotoshop seperti adanya Hastag, caption yang mempermudah konsumen mencari informasi produk.*
  - c) *Instagram yang aktif dan memiliki konten menarik yang digunakan sebagai alat pemasaran yang tepat dan efektif.*
  - d) *Mampu menyediakan Produk dengan berbagai model terbaru (Sistem Pre Order) dengan menginformasikan di instagram*
  - e) *Sering memberikan promo menarik.di instagram*
2. *Weakness (kelemahan)*
  - a) *Harus tetap update secara berkala agar postingan bisa dilihat oleh konsumen*
  - b) *Sering terjadinya spamming yang menghambat untuk memposting foto produk*
3. *Opportunity (peluang)*

- a) Fokus pada konten gambar dan video yang tentunya lebih menjual
- b) Konten instagram yang digunakan untuk pemasaran produk cukup kreatif dan juga memberikan kualitas foto yang bagus bisa menarik perhatian konsumen.

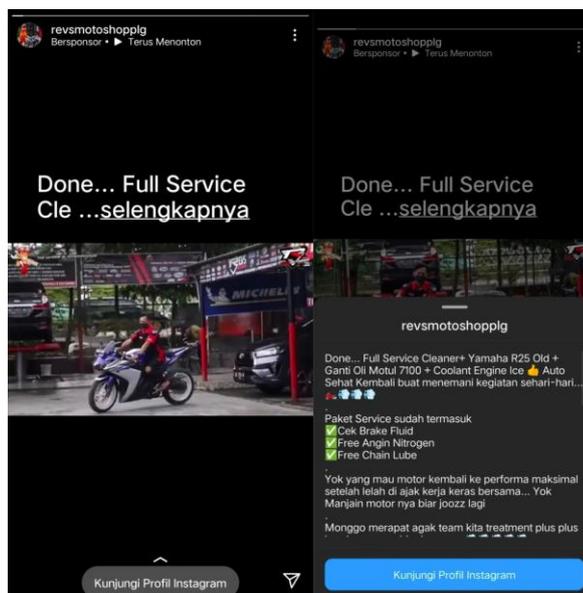
4. Threat (ancaman)

- a) Semakin banyaknya pesaing dibidang sama yang ada di instagram
- b) Postingan yang ada di instagram Revsmotoshop bisa diambil pengguna lain yang tidak bertanggung jawab

Agar tidak terbawa arus waktu, Revsmotoshop menggunakan Instagram untuk terus meningkatkan dan mengembangkan produk-produk yang telah dijual sebelumnya. Bauran pemasaran Revsmotoshop mencakup Lima alat bauran yaitu sebagai berikut:

**Periklanan (Advertising)**

Iklan di Instagram oleh Revsmotoshop mencakup gambar dan deskripsi produk serta informasi kontak untuk setiap posting, sehingga memudahkan pelanggan untuk membeli barang apa pun yang mereka minati. Revsmotoshop menargetkan pengguna Instagram terutama dengan iklannya. Pelanggan mengaku tertarik ke akun Instagram Revsmotoshop karena feed atau posting presentasi yang keren dan menarik serta foto-foto yang diambil, yang merupakan hasil asli daripada gambar dari internet. Seperti katalog internet, tetapi dengan struktur feed yang tertata rapi dan tidak membosankan.



Gambar 2 Promosi Revsmotoshop Melalui Instagram

Sumber : Instagram

Dengan melakukan promosi iklan melalui instagram ads mempermudah pelanggan atau konsumen memperoleh informasi mengenai toko maupun produk-produk yang tersedia tanpa mendatangi toko secara langsung serta dapat dengan mudah berinteraksi dengan penjual melalui instagram. Di era digital seperti saat ini, instagram menjadi media sosial yang efektif untuk melakukan promosi karena penyebaran informasi yang luas

Iklan Revsmotoshop sendiri merupakan respon langsung dari banyaknya review positif yang ditinggalkan konsumen. Kepuasan pelanggan juga meningkat berkat iklan. Ulasan pelanggan menunjukkan bahwa Revsmotoshop menikmati tingkat kepercayaan yang tinggi dari masyarakat umum. Hal ini sesuai dengan pengertian periklanan yang berpendapat bahwa periklanan (Advertising) adalah komunikasi non-personal yang mensponsori untuk mencerahkan khalayak tentang hal-hal yang ditawarkan melalui presentasi dan promosi non-pribadi.

Akun Instagram @Revsmotoshop yang memiliki 91.400 pengikut dan 12.700 postingan hingga tulisan ini dibuat, menunjukkan bahwa teknik periklanan dan pemasaran cerdas Revsmotoshop berhasil karena telah membantu perusahaan membangun pengikut Instagramnya. Dengan melakukan promosi iklan melalui instagram ads mempermudah pelanggan atau konsumen memperoleh informasi mengenai toko maupun produk-produk yang tersedia tanpa mendatangi toko secara langsung serta dapat dengan mudah berinteraksi dengan penjual melalui instagram. Di era digital seperti saat ini, instagram menjadi media sosial yang efektif untuk melakukan promosi karena penyebaran informasi yang luas

### **Sales Promotion**

Dalam melakukan kegiatan promosi Revsmotoshop banyak melakukan promosi penjualan seperti membuat penurunan harga dan memberikan free stiker dan gantungan kunci pada setiap pembelian produk di Revsmotoshop yang dinilai juga bagian dari promosi selain itu Revsmotoshop memberikan garansi produk dan menjamin kualitas produk apabila mengalami kesalahan dari pihak Revsmotoshop.



Gambar 3 Paket Diskon Revsmotoshop  
Sumber :Postingan Instagram Revsmotoshop

Dalam melakukan promosi Revsmotoshop sering memberikan paket-paket diskon seperti diskon awal tahun dengan memberikan paket promo service selain itu juga Revsmotoshop sering memberikan diskon pada hari-hari tertentu, misalnya diskon Ramadhan dan pada hari-hari tertentu lainnya. Dengan kegiatan promosi inilah yang banyak menarik perhatian dari *followers* Revsmotoshop,

Bentuk promosi yang dilakukan oleh Revsmotoshop untuk meningkatkan penjualan yaitu dengan memperkenalkan produk dengan menggunakan promosi seperti melakukan Promo paket diskon, memasang iklan khusus di instagram dan menjaminn garansi produk. Selain memberikan diskon dan promo menarik Revsmotoshop juga memberikan stiker kepada setiap konsumen yang berkunjung atau belanja di toko nya. Hal ini juga merupakan bagian dari promosi yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen agar lebih ingat terhadap produk yang ditawarkan maupun brand toko Revsmotoshop tersebut.

Segmentasi yang disasar Revsmotoshop dengan adanya media promosi instagram ini adalah kalangan anak-anak komunitas ataupun para pecinta otomotif khususnya kendaraan bermotor. Hal ini bisa dilihat dalam foto diatas yang menampilkan dari kalangan anak komunitas, oleh karena itu dengan segmentasi yang kebanyakan anak muda dan dewasa, Revsmotoshop membuat konsep-konsep yang disesuaikan dengan selera anak muda, seperti mengupload video reels dan juga menyajikan postingan-postngan secara menarik sehingga

membuat konsumen penasaran dan ingin segera datang langsung untuk melihat dan membelinya.

### ***Event and Experience***

*Events And Experience* adalah kegiatan dalam perusahaan yang dirancang untuk menciptakan hubungan dengan interaksi merk secara khusus atau kegiatan perusahaan yang mensponsori aktivitas yang dirancang perusahaan, Revsmotoshop juga sering mengikuti Pameran dagang di beberapa tempat di Palembang. Seperti acara “Sriwijaya Hobbies Fest 2021” yang dilaksanakan Opi Mall Jakabaring dan Event Festival Di Palembang Indah Mall. Dengan seringnya mengikuti event-event yang ada di kota Palembang dengan membuka booth di sebuah acara. Itu juga termasuk dalam kegiatan untuk mempromosikan Produk-produk yang ditawarkan agar lebih banyak orang-orang yang mengenal Revsmotoshop karena di saat adanya event tersebutlah menjadi peluang promosi yang lebih besar

### ***Interactive Marketing***

Pemasaran interaktif merupakan suatu kegiatan yang dirancang untuk melibatkan konsumen secara langsung atau tidak, hal ini juga bisa meningkatkan kesadaran merk kepada konsumen. Melalui aktivitas ini, perusahaan serta konsumen bisa melakukan komunikasi 2 arah langsung secara real - time, di mana pengguna bisa berpartisipasi serta memodifikasi bentuk serta isi dari informasi yang mereka terima pada saat itu

Saat ini teknologi berkembang sangat pesat karena banyak masyarakat menggunakan teknologi karena sebagai kebutuhan. Begitu juga dengan pemasaran, penggunaan internet marketing saat ini lebih bisa dibilang efektif karena cepatnya penyebaran informasi yang didapat melalui internet. Karena apa yang kita *share* akan langsung diterima oleh pengguna lain di waktu yang sama.

Revsmotoshop juga sangat aktif di Instagram. Hampir setiap hari sering memposting hasil testimoni dari pelanggan dan juga sering membalas pertanyaan followers di komentar postingannya, selain itu memberikan informasi dan edukasi juga sering dilakukan



Gambar 4 Edukasi dan Informasi Seputar Service  
 Sumber : Postingan Instagram Revsmotoshop

Revsmotoshop tidak hanya aktif dalam membangun produknya secara langsung, Revs juga aktif melakukan kegiatan promosi di Instagram, selain memberikan informasi tentang produknya, Revsmotoshop melakukan promosi sekaligus memberikan edukasi terhadap produk yang ditawarkan. Bisa dilihat dari gambar di atas Revsmotoshop memberikan edukasi tentang merawat motor agar lebih awet serta memberikan informasi tentang waktu yang baik untuk melakukan *Service* Kendaraan secara berkala. Hal ini ternyata cukup efektif karena kebanyakan followers memberikan perhatian lebih terhadap produk yang mereka tawarkan.

### ***Public Relations and Publicity***

Hal yang dilakukan Revsmotoshop untuk menjalin hubungan yang baik dengan followers, Revsmotoshop sering memberikan informasi dan mengedukasi seputar otomotif seperti waktu yang tepat untuk *service*, maupun merawat kendaraan yang baik.

Selain memberikan tentang informasi dan edukasi seputar produknya, Revsmotoshop juga sering memberikan ucapan pada hari perayaan kepada followersnya, terlihat pada postingan Revsmotoshop yang memberikan ucapan selamat menunaikan ibadah puasa dan memberikan ucapan selamat hari suci nyepi, hal ini dilakukan selain untuk memberikan informasi tentang toko juga untuk menjalin lebih dekat dengan *followers*nya

Revsmotoshop juga sering diliput oleh media digital otomotif, secara tidak langsung itu juga memperluas jaringan pasar yang sebelumnya hanya terfokus pada Instagram Revsmotoshop sekarang bisa mengetahui informasi mengenai Toko ataupun produk-produk yang ada di Revsmotoshop melalui beberapa media

digital otomotif tersebut. Hal ini juga bisa dijadikan bagian dalam mempromosikan Revsmotoshop ataupun Produk-produk yang ditawarkan

### **Kesimpulan**

Bisa diketahui bahwa melakukan pemasaran melalui media sosial instagram yang dilakukan Revsmotoshop meningkatkan jumlah omsetnya. Untuk menjalankan komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial instagram, @Revsmotoshoplg menggunakan lima alat bauran pemasaran diantaranya Periklanan, *sales promotion, Event and Experience, Interactive Marketing, Public Relations and Publicity.*

Bisa disimpulkan bahwa media sosial instagram berperan sebagai media promosi Revsmotoshop untuk meningkatkan minat Customer hal ini bisa dilihat dari beberapa faktor yang membuat instagram efektif sebagai media promosi Revsmotoshop seperti media instagram yang banyak digunakan oleh semua golongan masyarakat khususnya anak-anak muda kelengkapan fitur yang memudahkan untuk mencari produk dan lokasi selain itu juga kelengkapan fitur-fitur instagram untuk menampilkan iklan juga terlihat lebih menarik. Dalam mempromosikan produk yang ditawarkan juga termasuk mudah dan Efisiensi biaya dalam mempromosikan produk juga tidak terlalu besar. hal inilah yang membuat instagram berperan sebagai media komunikasi pemasaran Revsmotoshop.

### **DAFTAR PUSTAKA**

(t.thn.).

Atmoko, B. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.

Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke 12*. Jakarta: Erlangga.

Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai contoh praktis riset media, Public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Machfoedz. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.

Moleong, L. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup.

Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Philip , K., & Lane Keller, K. (2016). *Marketing Managemen*. Pearson Education.

- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: PT Alex Komputindo.
- Shimp, T. (2014). *Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi edisi ke 8*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soekanto, S. (2002). *Teori Peranan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Soekanto, S. (2009). *Peranan Sosiologi Suatu Pengantar, Edisi Baru*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

#### Internet

- Irma, A. (2018). Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Produk Teh Thailand Pikameame di Yogyakarta. Retrieved from <https://www.semanticscholar.org/paper/Peran-Instagram-Sebagai-Media-Komunikasi-Pemasaran-Irma/13bae3e993221f844871442c93fe4fbb024b0735> ( Diakses pada 15 Juni 2021)
- Kurniawati, D., & Arifin, N. (2015). Strategi pemasaran melalui media sosial dan minat beli mahasiswa. *Jurnal Simbolika Vol. 1 No. 2*. <https://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika/article/view/200> ( Diakses pada tanggal 22 April 2021)
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan media sosial insttagram sebagai komunikasi pemasaran modern pada batik Burneh. *Jurnal Kompetensi Vol. 11 No. 2* <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533> (Diakses pada tanggal 22 April 2021)
- Panji. (2017, Juli). *Revs Motoshop Spesialis Aksesoris Paling Lengkap di Palembang*. Retrieved from [www.motorplus-online.com](http://www.motorplus-online.com): <https://motorplus.gridoto.com/read/251216662/-revs-motoshop-spesialis-aksesoris-paling-lengkap-di-palembang?page=al> (Diakses pada tanggal 20 april 2021)
- Wantoro, R. P. (2020). Media instagram dalam komunikasi pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif pada akun instagram @Askxorg). Retrieved from <http://eprints.ums.ac.id/82316/3/COVER-digabungkan.pdf>. (Diakses pada tanggal 20 april 2021)