

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Implementasi promosi *Smokinapex Custom Work* melalui media sosial Instagram dilaksanakan melalui 1) Periklanan dilakukan dengan unggah konten-konten promosi produk yang dijual. Konten yang diunggah berupa foto dan *caption* atau keterangan yang menjelaskan tentang produk. Promosi tidak hanya tentang produk saja, akan tetapi *Smokinapex Custom Work* juga mempromosikan sebagai pelaku usaha yang mendukung kepedulian lingkungan untuk mengurangi sampah plastik yang dilakukan dengan gerakan tidak menggunakan kantong plastik untuk membungkus produk dan menggunakan plastik biograde yang terbuat dari singkong; 2) *Smokinapex Custom Work* menyelenggarakan kegiatan *Custom Painting* dan informasi tersebut diunggah di akun media Instagram; 3) *Smokinapex Custom Work* menyelenggarakan *Give Away* bagi *followers* untuk mendapatkan hadiah yang disediakan dengan cara berpartisipasi sesuai dengan aturan yang ditentukan melalui media Instagram. *Give Away* ini mampu menarik minat *followers* untuk berpartisipasi. Hanya saja *Give Away* ini belum rutin dilakukan; 3) *Smokinapex Custom Work* melakukan upaya promosi dengan menggunakan jasa *paid promote* pada akun kegiatan mahasiswa yang merupakan segmen dari *Smokinapex Custom Work*. Hal ini dilakukan setelah sebelumnya melakukan upaya dengan melakukan pembayaran iklan berbayar Instagram Adv melalui media Instagram akan tetapi hasil dirasa kurang maksimal.

Pengelolaan promosi *Smokinapex Custom Work* melalui media sosial dihandle oleh *owner* yang melakukan pengawasan sebelum dan sesudah konten diunggah. Admin mempunyai tugas untuk menjalin interaksi dengan *followers* seperti menerima pesanan, unggah konten, membalas komentar dan pesan dari *followers* di Instagram.

Pada implementasi promosi *Smokinapex Custom Work* melalui media sosial Instagram dilakukan proses kreatif dimana sebelum konten diunggah melalui tahap kreatif terlebih dahulu. Proses kreatif tersebut berupa perencanaan konten apa saja yang akan diunggah, proses foto produk sehingga menghasilkan gambar yang berkualitas dan menarik. Pemilik dari *Smokinapex Custom Work* akan melakukan pengecekan hasil akhir konten promosi sebelum diunggah di media sosial Instagram.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan tersebut di atas maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan kajian yang belum diteliti pada penelitian ini, seperti terkait dengan pengelolaan media Instagram sebagai media promosi dan respon dari pelanggan terkait dengan implementasi promosi yang telah dilakukan oleh *Smokinapex Custom Work*.
2. Bagi *Smokinapex Custom Work* diharapkan untuk meningkatkan implementasi promosi *Smokinapex Custom Work* melalui peningkatan *paid promote*, pemberian *Give Away* yang diselenggarakan secara rutin, dan menggunakan media pendukung promosi lainnya seperti Facebook, dan kerjasama promosi melalui *market place*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, Lukiat Komala, dan Siti Karlinah. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Brian, Rio. (2018). Media Sosial yang Populer di Indonesia. Retrieved from <https://techkompas.com>.
- Hajati, Rizky Pratama, Susie Perbawasari dan Hanny Hafiar. (2018). Manajemen Aktivitas Media Sosial Akun Instagram @Indonesiabaik.Id. Meta Communication. *Journal of Communication Studies*. Vol 3 No 2 September 2018.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Iman, Mustafa. (2020). Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial. Diakses melalui <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>
- Kaplan M., Haenlein Michael. (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media". *Business Horizons* 53. (1).
- Kasiran. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Malang: UIN Press.
- Kotler, Philip. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Liliweri, Alo. (2011). *Komunikasi Serba ada Serba Makna*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan, M.A. (2010). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Muhammad, Arni. (1992). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muliawa, Jasa Ungguh. (2008). *Manajemen Home Industri: Peluang Usaha di Tengah Krisis*. Yogyakarta: Banyu Media.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasir, Mohammad. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosio Teknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution. (2003). *Metode Research*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Putri, Luthfi Nuraini Sandra dkk. (2017). Pelaksanaan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Toko Zizara Depok. *Cakrawala Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*. Volume 17 Nomor 2 (2017).
- Ramdhani, Gilar. (2020). 6 Trik Mengelola Bisnis Fashion di Tengah Pandemi. Diakses melalui <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4393416/6-trik-mengelola-bisnis-fashion-di-tengah-pandemi>.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Salim, Agus. (2006). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara.
- Sholihah, Affifatus. (2018). Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Produk The Thailand Pikameame di Yogyakarta). *Skripsi Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia.
- Yulianto, Atun. (2015). Kajian Internet Marketing sebagai Salah Satu Media Pemasaran Industri Perhotelan. *Jurnal Khasanah Ilmu*. Vol. VI No. 1.

Lampiran 1. Transkrip Wawancara

Narasumber : Yulius Satya Putra (*Owner Smokinapex Custom Work*)

Tanggal Wawancara: 14 Maret 2021

Media : WA

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Mengapa <i>Smokinapex Custom Work</i> memilih Instagram sebagai media promosi jasa/produk yang dihasilkan?	Karena target pasar yang dituju adalah kalangan anak muda terutama mahasiswa, dan kita tahu bahwa anak muda sekarang mayoritas memiliki media sosial instagram sehingga target promosi kita akan lebih pas. Instagram juga ada fitur yang memudahkan kita mencari informasi dengan mudah sehingga pesan yang kita kirim melalui Instagram dapat mudah dicari dan diterima sama target pasar kita
2	Sejak kapan pihak <i>Smokinapex Custom Work</i> melakukan upaya promosi melalui media sosial Instagram?	Promosi melalui instagram sudah dimulai sejak awal pembentukan smokinapex yaitu oktober 2018, lalu mulai menggunakan promosi berbayar instagram ads dan paid promote mahasiswa pada awal 2019
3	Apa tujuan dari <i>Smokinapex Custom Work</i> melakukan kegiatan promosi melalui media Instagram?	Iya mas kita mengenalkan seni lukis custom pada media yang bermacam macam, dan tentunya untuk mencari konsumen sehingga penjualan kita juga laku dan semakin banyak yang mengenal produk kita
4	Siapa yang menjadi target sasaran dari penyampaian promosi <i>Smokinapex Custom Work</i> melalui media sosial Instagram?	

5	Apakah <i>Smokinapex Custom Work</i> memiliki tim khusus/admin media sosial untuk menyampaikan pesan promosi di media sosial Instagram? Jika menggunakan, bisa dijelaskan alasannya mengapa menggunakan admin khusus?	Ya kami memiliki admin untuk handle whatsapp dan instagram, hal ini dilakukan karena semakin banyaknya chat yang masuk dari konsumen sehingga diperlukan admin atau customer service agar semuanya dapat dibalas dengan baik /tepat waktu”
6	Siapa yang membuat materi pada konten-konten (video, gambar, caption) untuk kepentingan promosi tersebut?	
7	Setiap kapan <i>Smokinapex Custom Work</i> melakukan aktivitas unggah video, foto dan caption produk/jasa yang ditawarkan?	Smokinapex melakukan aktifitas unggah konten biasanya dalam waktu seminggu sekali atau beberapa kali dalam seminggu, namun hal tersebut tidak selalu menjadi patokan karena tidak setiap waktu kami membuat konten”
8	Apa saja fitur yang ada di Instagram yang digunakan oleh <i>Smokinapex Custom Work</i> untuk menyebarkan pesan promosi?	Fitur yang digunakan adalah instagram ads, karena melalui ig ads kami dapat mengatur promosi sedemikian rupa mulai dari rentang usia, wilayah, jenis kelamin hingga hobi atau preferensi konsumen.
9	Bagaimana upaya promosi penjualan dengan memberikan diskon, promo lainnya melalui media sosial Instagram dilakukan oleh <i>Smokinapex Custom Work</i> ?	Smokinapex sudah beberapa kali memberikan promosi diskon seperti gratis ongkir, dan hal tersebut memang meningkatkan minat konsumen untuk membeli, pada saat memberikan diskon kami selalu mengupload konten promosi tersebut pada story ig

10	Bagaimana publisitas yang dilakukan untuk meningkatkan citra/image <i>Smokinapex Custom Work</i> melalui media Instagram?	Dalam meningkatkan brand image di IG, kami melakukan upload konten yang menarik, mulai dari segi foto yang menarik, editan foto yang menarik, caption yang menarik dan sebagainya. Kemudian kami juga sering melakukan interaksi dengan follower, biasanya melalui fitur Q&A di story ig.
11	Bagaimana dampak penjualan terhadap upaya promosi penjualan dengan memberikan diskon, promo lainnya melalui media sosial Instagram?	Upaya diskon meningkatkan jumlah orderan, namun kami tidak terlalu sering memberikan diskon karena ditakutkan akan membangun sifat konsumen yang hanya akan membeli jika ada diskon.
12	Apakah <i>Smokinapex Custom Work</i> memberikan program <i>giveaway</i> kepada pelanggan yang diinformasikan melalui media sosial Instagram? Jika pernah ada, bagaimana mekanismenya? Mengapa ada program tersebut?	Selama ini <i>giveaway</i> baru dilakukan sekali pada saat ultah <i>smokinapex</i> yang pertama, pada saat itu kami memberikan kuis dan 3 jawaban terbaiklah yang menang, pada saat itu ongkir ditanggung oleh pihak <i>smokinapex</i> . Saat ini <i>smokinapex</i> sedang mempersiapkan <i>giveaway</i> untuk yang kedua kalinya dan akan dipublikasikan dalam waktu dekat.
13	Apa saja hambatan yang dialami oleh <i>Smokinapex Custom Work</i> dalam melakukan upaya promosi melalui media sosial Instagram?	Hambatan yang muncul biasanya adalah masalah pada algoritma instagram yang belum sepenuhnya kami pahami, misalnya konon katanya jika terlalu banyak melakukan posting konten maka jumlah penonton yang dijangkau akan semakin sedikit. Kemudian harga ig ads yang cukup mahal juga menjadi hambatan.

14	Bagaimana upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut?	Ig ads yang mahal kami atasi dengan melakukan promosi dengan cara lain yaitu paid promote berbayar dari sebuah organisasi kampus, promosi dengan cara ini lebih murah namun targetnya juga sangat cocok yaitu anak muda dan mahasiswa, sehingga ini menjadi alternatif yang sangat baik dan sering dilakukan.
15	Apa saja faktor yang mendukung upaya promosi melalui media sosial Instagram?	Faktor sebuah promosi bisa menjadi promosi yang baik adalah pada saat kita melakukan setting pada promosi kita, disana kita harus benar dalam menentukan target pasar kita, mulai dari usia, wilayah, jenis kelamin, dan preferensi atau hal yang disukai oleh orang orang.
16	Upaya apa yang mendukung promosi <i>Smokinapex Custom Work</i> ?	Ya kita tidak hanya fokus pada promosi pada konten produk yang ditawarkan semata, akan tetapi juga mendukung gerakan <i>go green</i> dengan pengurangan penggunaan produk berbahan plastik untuk membungkus produk yang dibeli oleh konsumen. <i>Smokinapex Custom Work</i> mengurangi penggunaan kantong plastik dengan mengganti packaging plastik biasa dengan plastik biograde yang terbuat dari singkong. Plastik biograde tersebut dapat dihancurkan dengan menggunakan air panas dan nantinya saat dibuang plastik ini aman untuk tanaman dan lingkungan sekitar.

17	Bagaimana proses kreatif untuk promosi?	<p>Sebelum melakukan aktivitas promosi melalui media Instagram, <i>Smokinapex Custom Work</i> melakukan tahap perencanaan terlebih dahulu. Hal ini kita lakukan dengan menetapkan target sasaran sehingga persebaran pesan promosi tepat sasaran. Kita dari <i>Smokinapex Custom Work</i> menetapkan bahwa target adalah mahasiswa dan masyarakat umum. Perencanaan terkait target sasaran ini menjadi penting agar promosi yang dilakukan tepat sasaran sehingga pesan yang dikirim dapat diterima dengan baik. Hasilnya ya seperti yang bisa dilihat sendiri pada akun Instagram kami</p>
----	---	---



Narasumber : Hieronimus Galih Laksa (Admin Media Sosial *Smokinapex Custom Work*)

Tangga Wawancara : 14 Maret 2021

Media : WA

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa tugas anda sebagai admin media sosial <i>Smokinapex Custom Work</i> ?	Tugas saya selaku admin yaitu mengelola semua akun sosial media yang dimiliki Smokinapex, melakukan interaksi dengan konsumen berupa konsultasi desain produk yang diinginkan, menjembatani komunikasi antara pihak konsumen dan artisan Smokinapex, memastikan orderan dikerjakan tepat waktu dan memeriksa setiap pesanan baru, sedang, dan telah terjadi, serta membuat laporan pesanan setiap bulan.
2	Mengapa <i>Smokinapex Custom Work</i> memilih menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi?	Karena Instagram dianggap memiliki aksesibilitas yang sangat baik untuk menjangkau pasar. Serta adanya fitur-fitur yang memadai untuk melakukan aktivitas promosi
3	Setiap kapan <i>Smokinapex Custom Work</i> melakukan aktivitas unggah video, foto dan caption produk/jasa yang ditawarkan?	Secara rutin setiap hari pada jam yang memiliki intensitas online traffic yang ramai
4	Mengapa memilih waktu tersebut untuk melakukan upload konten promosi?	Agar konten yang dibuat dan diupload oleh Smokinapex dapat dilihat dan mendapatkan tingkat keterlibatan yang optimal dari pengguna Instagram
5	Bagaimana caranya untuk meningkatkan interaksi dengan <i>followers</i> ?	Dengan membuat konten quiz maupun pertanyaan lainnya melalui Insta story, serta

		memungkinkan sharing mengenai perihal <i>custom</i> kepada <i>follower</i> yang tertarik
6	Apa saja fitur yang ada di Instagram yang digunakan oleh <i>Smokinapex Custom Work</i> untuk menyebarkan pesan promosi?	Kita pakai ada kemarin Instagram Adv, kita pakai paid promote juga
7	Apa saja hambatan yang anda alami selama melakukan aktivitas promosi melalui media sosial Instagram?	Berubahnya pola interaksi di Instagram sehingga kadang postingan dilihat oleh lebih sedikit orang, ketidakprofesionalan pihak jasa paid promote sehingga kadang terjadi kasus upload lebih sedikit dari yang dijanjikan dan tidak sesuai standar, minimnya kemauan membaca pengguna Instagram sehingga perlu mengulang banyak informasi mengenai harga, model desain, dan lainnya saat interaksi dengan konsumen.
8	Jika ada hambatan, bagaimana anda mengatasi hambatan tersebut?	Dengan menerapkan SOP mengenai pelayanan konsumen yang mewajibkan pemberian katalog agar dapat dibaca Kembali oleh konsumen, dengan melakukan pengecekan pada jasa paid promote dan menegur apabila terjadi postingan yang tidak sesuai kesepakatan.

