

melalui media sosial. Randy sebagai CEO Shop at Velvet sejak awal yakin bahwa produk Shop at Velvet akan sukses dikarenakan media promosi produk yang kini semakin banyak. Sebagai langkah awal Yessi dan Randy melakukan produksi yang disesuaikan dengan selera mereka. Akan tetapi seiring berjalannya waktu Shop at Velvet semakin berkembang dengan mendengarkan selera konsumen dan ketika kebutuhan produksi semakin meningkat mereka memutuskan untuk melakukan produksi sendiri.



Gambar 2.1 Logo Shop at Velvet

Shop at Velvet melakukan penjualan baik secara offline maupun *online*. Penjualan secara offline dilakukan pada toko mereka yang berada di Jakarta, Singapura dan Malaysia. Sedangkan untuk penjualan secara *online* mereka menggunakan media *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Zalora, Lazada, dan Bobobobo. Produk *fashion* ini didesain untuk konsumen perempuan berusia 17-35 tahun yang menjadi target penjualan mereka. Yessi Kusumo dalam wawancaranya bersama Kumparan.com mengungkapkan bahwa target pasar penjualan Shop at Velvet adalah konsumen wanita yang independent, memiliki selera dan mengenal dunia teknologi. Shop at Velvet sendiri mengusung konsep *understate simplicity, element essential, & endless beauty* dan Yessi Kusumo menempatkan produk *fashionnya* ini sebagai “*the next basic*”. Pada website mereka juga dituliskan bahwa motto Shop at Velvet adalah *modern, functional & simple*.

Setiap tahunnya Shop at Velvet meluncurkan 6 koleksi dengan 50 model yang berbeda. Randy menjelaskan bahwa target penjualan Shop At Velvet masih berfokus pada pasar Indonesia sehingga harga setiap produk berkisar antara Rp. 189.000 – Rp. 400.000 dimana targetnya adalah pasar kelas menengah. Berikut beberapa produk milik Shop at Velvet :



Gambar 2.2 Contoh produk Shop at Velvet

Shop at Velvet telah menjadi bagian dari Indonesia Fashion Forward yang merupakan langkah nyata Jakarta Fashion Week untuk menjadikan mode Indonesia sebagai industri yang kapabel menembus pasar internasional (Zabrizkie, 2019). Shop at Velvet juga sudah pernah dipercaya berkolaborasi bersama Disney di tahun 2018 saat peluncuran Black Panther, kemudian di tahun 2019 saat peluncuran MCU End Game, dan yang terbaru berkolaborasi mengeluarkan koleksi Disney Princess di tahun 2021. Shop at Velvet juga pernah dipercaya sebagai bentuk pengaplikasian kreativitas pada lini pakaian di acara Shopee 3.3 Fashion Sale (Dianawanti, 2021).

Sebagai media promosinya Shop at Velvet memang sangat mengandalkan media sosial. Yessi Kusumo menjelaskan bahwa Shop at Velvet pernah melakukan iklan dan

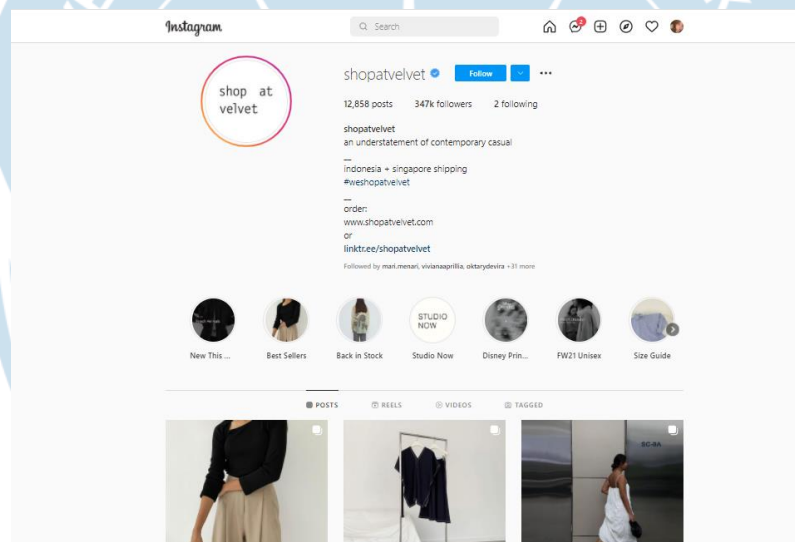
promosi menggunakan media cetak di majalah *fashion*. Akan tetapi karena saat ini merupakan era media sosial, ia dan suaminya merasa media sosial lebih cocok dan konsisten sebagai media pemasaran Shop at Velvet. Menurut Yessi Kusumo jika melakukan promosi menggunakan media sosial produk mereka juga dapat dibantu untuk direkomendasikan oleh konsumen. Media sosial yang digunakan Shop at Velvet saat ini yakni Instagram (@shopatvelvet), Youtube (Shop At Velvet) , dan Tik Tok (Shopatvelvet). Pada akun Instagram Shop at Velvet melakukan promosi penjualan mereka dengan melakukan posting di *feeds*, *story*, IG Tv, maupun *reels*. Pada bio dan setiap *caption* unggahan promosi mereka di Instagram, juga disertakan alamat *website* resmi dan toko online mereka yang memudahkan konsumen melanjutkan pembelian. Sedangkan pada akun Tiktok dan Youtube mereka, bentuk promosi yang diunggah berupa video pemakaian pakaian Shop at Velvet yang kontennya dibuat sama dengan yang ada di Instagram, namun pada bagian *caption* hanya disertakan alamat website resmi mereka saja.

Pada penelitian ini fokus penelitian dilakukan pada video promosi yang diunggah kedalam akun Instagram Shop at Velvet yang berbentuk *reels*. Sehingga akan dijelaskan terlebih dahulu bagaimana detail akun Instagram Shop at Velvet yang kemudian dilanjutkan dengan penjelasan *reels* yang menjadi fokus pada penelitian ini.

B. Instagram Shop At Velvet

Shop At Velvet menggunakan akun Instagram (@shopatvelvet) sebagai salah satu media komunikasi pemasaran produk mereka. Instagram Shop at Velvet per 27 Maret 2022 telah memiliki jumlah *followers* mencapai 347.000 *followers* dengan total unggahan sebanyak 12.850 postingan yang terdiri dari foto, video, Instagram TV, hingga *reels*.

Mereka juga setiap harinya menyampaikan informasi melalui Instagram *story* kepada *followers* mereka. Shop at Velvet secara rutin mengunggah foto-foto maupun video produk mereka setiap harinya di *feeds* Instagram. Foto maupun video yang diunggah dapat berisi postingan produk baru maupun informasi diskon yang sedang berlangsung. Mereka juga secara rutin mengunggah foto-foto produk mereka yang telah digunakan oleh konsumen. Pada setiap unggahan yang diunggah tidak jarang Shop at Velvet mencantumkan situs *website* agar konsumen lebih mudah untuk mendapatkan informasi mengenai produk yang ditawarkan.



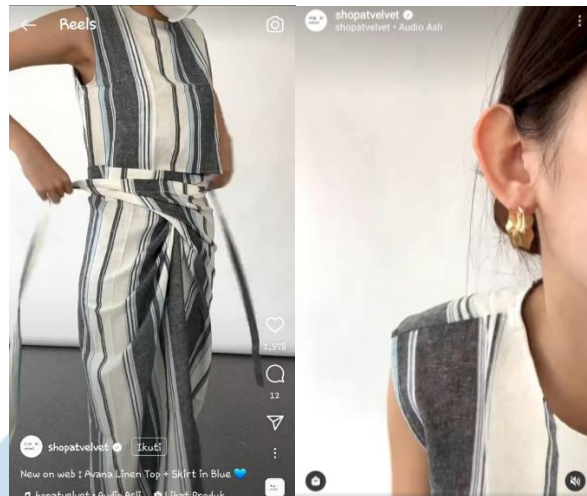
Gambar 2.3 Instagram Shop at Velvet

Meskipun telah menjadi salah satu *fashion brand* ternama di Indonesia, Shop at Velvet selalu berusaha membalas pertanyaan, masukan, maupun pujian yang ditujukan konsumen di unggahan mereka. Hal ini menjadi suatu bentuk kedekatan yang ingin ditunjukkan Shop at Velvet kepada para calon konsumennya. Shop at Velvet juga senantiasa mengikuti perkembangan jaman dengan menggunakan fitur-fitur media sosial terbaru yang dianggap dapat menunjang strategi promosi mereka. Salah satunya dengan penggunaan *reels* sebagai salah satu media promosi mereka di Instagram. Shop at Velvet

telah mengunggah sebanyak 60 video *reels* per 27 Maret 2022. Mereka juga menggunakan fitur terbaru Instagram Shopping dalam video *reels* mereka untuk memudahkan konsumennya mencari informasi detail produk dan dapat langsung melakukan pembelian melalui *website* yang ditautkan pada ikon Instagram Shopping mereka.

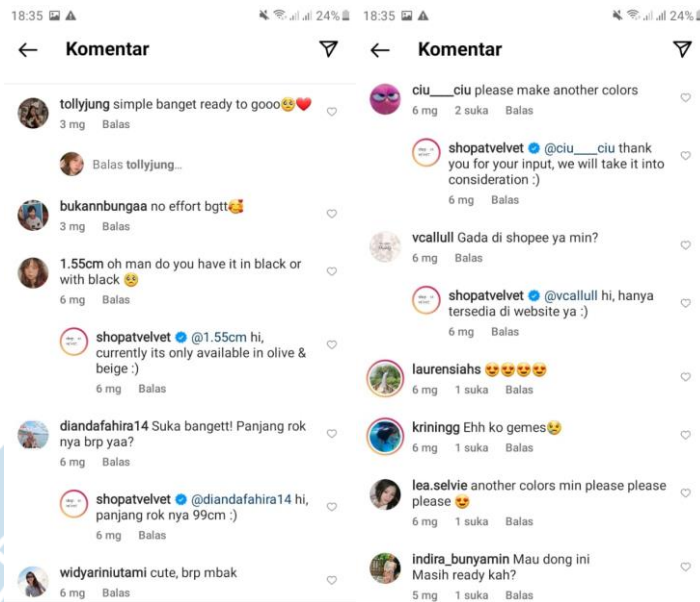
C. Reels “ How To Wear : Avana Product”

Obyek pada penelitian ini merupakan *reels* “How to wear : Avana Product” milik Shop at Velvet, yang diunggah sebanyak tiga kali di akun Instagram resmi milik Shop at Velvet. *Reels* tersebut menampilkan seorang model wanita dengan tinggi badan kurang lebih 174 cm yang sedang bersiap-siap untuk pergi. Pada video *reels* model menunjukkan cara pemakaian baju dan rok produk Avana. Selain itu, dalam proses persiapannya ia juga menunjukkan rekomendasi penggunaan anting, tas, dan sepatu yang cocok dengan produk Avana. Video *reels* pertama kali diunggah pada 14 Februari 2022 berhasil menarik penonton sebanyak 172.000 dan mendapatkan *like* sejumlah 3.796 serta 34 komentar per 27 Maret 2022. Postingan *reels* yang kedua diunggah pada 20 Februari 2022 dengan total penonton sebanyak 77.013 dan mendapatkan *like* sebanyak 1.598 serta 12 komentar per 27 Maret 2022. Sedangkan pada postingan ketiga *reels* diunggah pada 27 Februari 2022 dengan total penonton sebanyak 25.398 dan *like* sebanyak 281 per 27 Maret 2022. Berikut merupakan cuplikan *reels* yang menjadi obyek dalam penelitian ini :



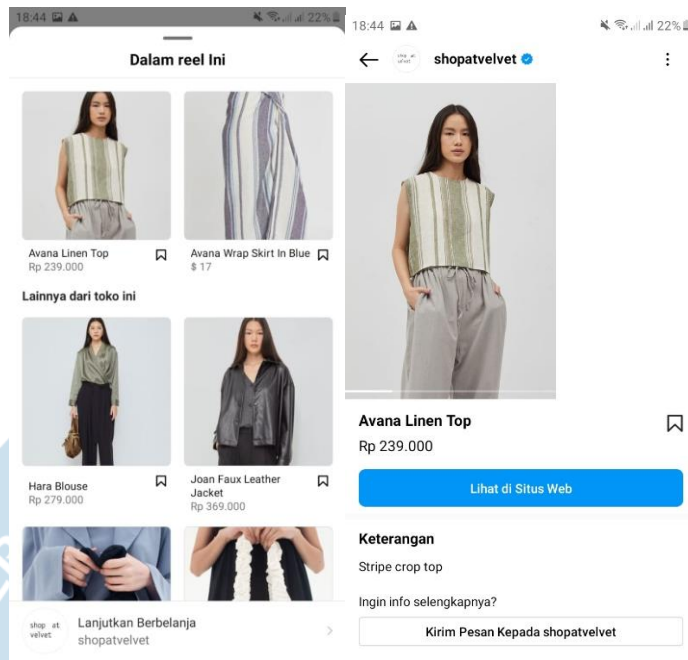
Gambar 2.4 Tayangan Reels “How To Wear : Avana Product”

Penelitian ini memfokuskan pada video *reels* “How to Wear : Avana Product” dikarenakan *reels* tersebut mendapatkan jumlah *like*, *viewers*, dan komentar paling banyak dibandingkan dengan *reels* produk Shop at Velvet yang lainnya. Produk Avana juga menjadi satu-satunya produk yang pada setiap unggahan *reels* nya mendapat komentar dari para penontonnya. Beberapa komentar yang terdapat pada *reels* “How To Wear : Avana Product” tidak hanya memuji melainkan banyak dari *audience* yang meminta Shop at Velvet mengeluarkan warna lain dari produk Avana. Bahkan terdapat *audience* yang menangkap konsep “*simplicity*” dari Shop at Velvet. Beberapa komentar diantaranya adalah sebagai berikut :



Gambar 2.5 Komentar postingan reels “How To Wear: Avana Product”

Pada unggahan reels “How To Wear : Avana Product”, Shop at Velvet juga menggunakan fitur Instagram Shopping untuk mempermudah konsumennya mengetahui harga, detail produk, serta mempermudah konsumen untuk langsung menuju *website* yang ditautkan. Bentuk Instagram Shopping pada reels “How To Wear : Avana Product” adalah sebagai berikut :



Gambar 2.6 *Fitur Ig Shopping pada reels*