

Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Konten Tips dan Trik

Haikal Aziz Qhorni*, Raditya Pratama Putra

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*haikalazizq@gmail.com, radityapratamaputra15@gmail.com

Abstract. Digital marketing communication is an activity that helps promote, introduce and inform a product through an online platform. Digital marketing communication activities accompanied by a strategy can lure consumers to buy these products quickly, the strategy is either from the content of the promotion or the right product marketing place. Social media with all its advantages is the right place for business people to market their products. In this marketing communication, content marketing plays a big role in creating attractive promotions to attract consumers, one of which is with content. Interesting, useful, and related contents will attract consumers. Related to this research, Arsliving uses Instagram social media in its digital marketing communication through tips and tricks content. The focus of this research is how tips and tricks content become digital marketing communication strategy done by Arsliving. The purpose of this research is to find out the reason why tips and tricks content is a digital marketing communication strategy, the use of Instagram as a content management platform, optimization of tips and tricks content and interactions made by Arsliving through tips and tricks content. This research uses descriptive qualitative method. The data collection techniques in this research are interviews and documentation. In addition, this research also uses The Circular Model of Some theory as a reference material to strengthen the research.

Keywords: *Digital Marketing Communication, Social Media, Instagram.*

Abstrak. Komunikasi pemasaran digital adalah aktivitas yang membantu mempromosikan, memperkenalkan dan memberi informasi suatu produk melalui platform online. Aktivitas komunikasi pemasaran digital yang di sertai strategi dapat memikat konsumen untuk membeli produk tersebut dengan cepat, startegi tersebut baik dari isi promosi atau tempat pemasaraan produk yang tepat. Media sosial dengan segala kelebihanannya menjadi wadah yang tepat bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produk yang mereka punya. Dalam komunikasi pemasaran ini content marketing berperan besar dalam membuat promosi yang menarik untuk memikat konsumen, salah satunya dengan konten. Konten-konten yang menarik, bermanfaat dan berhubungan akan menarik konsumen. Terkait penelitian ini Arsliving menggunakan media sosial Instagram dalam komunikasi pemasaran digitalnya melalui konten tips dan trik. Fokus penelitian ini adalah bagaimana konten tips dan trik menjadi startegi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan Arsliving. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan mengapa konten tips dan trik dalam startegi komunikasi pemasaran digital, penggunaan instgram sebagai wadah pengelolaan konten, optimalisasi konten tips dan trik dan interaksi yang di lakukan oleh arsliving melalui konten tips dan trik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teori The Circular Model of Some sebagai bahan rujukan untuk memperkuat penelitian.

Kata Kunci: *Komunikasi Pemasaran Digital, Media Sosial, Instagram*

A. Pendahuluan

Zaman semakin berkembang, termasuk di Indonesia yang telah memasuki era media baru (*new media*), dengan kemajuan teknologi serta informasi ini membuat akses yang lebih mudah dalam berinformasi. Informasi yang dilakukan masyarakat biasanya menggunakan media sosial, penggunaan media sosial di era ini bukan hanya sebagai alat bantu untuk berkomunikasi, Faktanya, semakin banyak orang yang mulai menggunakan media sosial sebagai wadah ekonomi dan pertumbuhan perusahaan.

Salah satu media yang ramai digunakan dan dibicarakan oleh kebanyakan orang yaitu media sosial Instagram. Aplikasi Instagram ini memberikan wadah bagi penggunanya untuk berbagi hasil foto dan video yang dimilikinya. Melihat banyaknya pengguna media sosial di Indonesia saat ini, komunikasi pemasaran digital melalui media sosial sangat dibutuhkan oleh para pelaku bisnis. Segi pemilihan media dan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan menjadi salah satu bagian dari tolak ukur keberhasilan suatu usaha. .seperti Ars Living, mereka menggunakan media sosial Instagram sebagai tempat untuk mempromosikan produknya.

Saat ini penggunaan content marketing sangat diperlukan oleh para pelaku usaha. Hal ini sudah dianggap sebagai kebutuhan utama bagi suatu perusahaan dalam era digital, karena content marketing dapat menjadi salah satu bentuk komunikasi dalam melakukan kegiatan pemasaran produk atau jasa yang sehingga dapat tersebar secara luas dan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Konten Tips dan Trik (Studi Kasus Pada Akun Instagram @ArsLiving.official).

Konteks penelitian ini menunjukkan bahwa fokus dari penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Digital melalui Konten Tips dan Trik yang dilakukan Ars Living?” penelitian yang telah diajukan, adapun beberapa pertanyaan terkait penelitian ini yaitu:

1. Mengapa menggunakan konten tips dan trik dalam komunikasi pemasaran digital?
2. Mengapa Ars living menggunakan media sosial Instagram dalam pengelolaan konten tips dan trik
3. Bagaimana optimalisasi konten tips dan trik dalam komunikasi pemasaran digital?
4. Bagaimana interaksi yang dilakukan oleh Ars Living melalui konten tips dan trik dalam kegiatan komunikasi pemasaran digital kepada *followers*?

Selain itu, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui alasan menggunakan konten tips dan trik dalam komunikasi pemasaran digital
2. Untuk mengetahui alasan menggunakan media sosial Instagram sebagai wadah pengelolaan tips dan trik
3. Untuk mengetahui pengoptimala konten tips dan trik dalam komunikasi pemasaran digital
4. Untuk mengetahui interaksi yang dilakukan oleh Ars Living melalui konten tips dan trik dalam kegiatan komunikasi pemasaran digital kepada *followers*

B. Metodologi Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Peneliti menggunakan metode dan pendekatan ini sesuai dengan kebutuhan dan fokus utama dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengelolaan konten Instagram dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Arsliving. Subjek penelitian pada penelitian ini yaitu owner dan head creative marketing Arsliving, serta followers Instagram Arsliving. Informan yang dipilih oleh peneliti ini sudah memenuhi kriteria dari penelitian ini. Lalu adapun objek dari penelitian ini adalah konten tips dan trik Arsliving di Instagram. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi Pada penelitian ini pun terdapat tiga prosedur teknik analisis data berdasarkan metode analisis data Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2018: 245) yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Adapun cara pengujian kredibilitas terhadap data hasil penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara yaitu meningkatkan ketekunan, membercheck, dan triangulasi data.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penggunaan Konten Tips dan Trik

Penggunaan konten tips dan trik yang dilakukan oleh Arsliving di Instagram berdasarkan ketiga aspek *content marketing* Menurut Rancati & Gordini (2014:96) adalah sebagai berikut:

1. Isi: Arsliving di Instagram memberikan konten tips dan trik seputar furniture yang disesuaikan dengan kebutuhan followers dan konsumen. Mereka memilih tema yang relevan dan bermanfaat bagi masyarakat untuk meningkatkan minat dan engagement. Konten tersebut disampaikan secara interaktif, mudah dibaca, dan sesuai dengan karakter brand Arsliving. Tips dan trik ini didapatkan dari berbagai sumber seperti request konsumen, pengalaman pribadi, dan artikel-artikel di internet. Arsliving juga menggunakan isu-isu terkini untuk menarik perhatian. Konten ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat dan dapat meningkatkan engagement di Instagram Arsliving. Isi pesan dalam konten bersifat umum dan dapat diterima oleh semua umur. Konten menarik, edukatif, dan konsisten dengan citra perusahaan adalah hal yang harus diperhatikan dalam pembuatan konten perusahaan (Rancati & Gordini 2014: 96).
2. Keterlibatan Pelanggan: Dalam rangka menarik minat konsumen dan menjalin hubungan dengan target audience, Arsliving melakukan optimalisasi konten-konten yang dibagikan. Strategi content marketing mereka berfokus pada menghasilkan konten yang memberikan informasi persuasif tentang produk furniture. Konten tips dan trik ini disesuaikan dengan kebutuhan followers dan konsumen serta dibuat secara interaktif dan mudah dibaca. Arsliving mendapatkan ide konten dari request konsumen, pengalaman pribadi, dan artikel-artikel di internet. Mereka juga memanfaatkan isu-isu terkini untuk menarik perhatian. Melalui konten ini, Arsliving menciptakan keterlibatan pelanggan dan mendapatkan insight dari komentar-komentar yang diberikan. Konten tersebut juga membantu Arsliving membangun kesan positif dan meningkatkan engagement serta brand awareness.
3. Tujuan: Konten tips dan trik Arsliving di Instagram bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness*, penjualan produk, dan pemeliharaan hubungan dengan konsumen. Konten ini membantu dalam komunikasi pemasaran digital dan memberikan informasi yang mudah dipahami oleh konsumen. Konten tersebut membuat Instagram Arsliving menjadi interaktif dan membangun keterlibatan dengan konsumen. Melalui konten ini, Arsliving menciptakan kesan positif dan minat terhadap produk mereka. Konten tips dan trik ini juga meningkatkan engagement dan brand awareness untuk Arsliving. Penggunaan content marketing ini mendorong perusahaan mencapai tujuan seperti brand awareness, keterlibatan konsumen, dan pemeliharaan hubungan pelanggan (Rancati & Gordini 2014: 96). Terkait program konten tips dan trik Arsliving di Instagram ini selain memberikan manfaat kepada followers ataupun konsumen

Pemaksimalan Konten Tips dan Trik

Pemaksimalan konten tips dan trik Arsliving berdasarkan empat elemen yang dijadikan sebagai variabel kesuksesan *social media marketing* menurut menurut Gunelius (2011: 59-62) adalah sebagai berikut:

1. *Content Creation*: Konten menarik, edukatif, dan konsisten dengan citra perusahaan adalah hal yang harus diperhatikan dalam pembuatan konten perusahaan (Rancati & Gordini 2014: 96). Isi pesan dari konten tips dan trik yang dilakukan Arsliving di Instagram memiliki tema khusus seputar dunia *furniture* yang disesuaikan dengan kebutuhan *followers* atau konsumen peringat. Adapun penentuan tema yang sifatnya berkesesuaian dengan keadaan ini dapat membantu egagement dari Arsliving karena dengan adanya konten yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dapat meningkatkan minat dalam melihat dan membaca pesan dari konten tips dan trik ini.
2. *Content sharing*: Membagikan konten kepada komunitas sosial dapat membantu memperluas jaringan sebuah bisnis dan memperluas *online audience* (Gunelius 2011: 59-62). Terkait hal ini Arsliving mengunggah atau membagikan konten tips dan trik mereka melalui media sosial Instagram dimana Instagram merupakan platform media sosial yang banyak digunakan karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagi

- konten.
3. *Connecting*: Jaringan yang luas dapat membangun hubungan yang dapat menghasilkan lebih banyak bisnis, komunikasi yang jujur dan hati-hati harus diperhatikan saat melakukan *social networking*. (Gunelius 2011: 59-62). Pemaksimalan melalui *connecting* yang dilakukan oleh Arsliving adalah dengan memilih target atau sasaran yang sesuai sehingga terjadi keterlibatan konsumen pada konten tips dan trik ini.
 4. *Community Building*: Membangun komunitas di internet yang memiliki kesamaan minat dapat terjadi dengan adanya *social networking* (Gunelius 2011: 59-62). Dengan adanya konten tips dan trik di Instagram ini membuat sasaran atau target audience baru bagi Arsliving, yaitu untuk *audience* yang menyukai konten tips dan trik. Beberapa dari konten tips dan trik ini pun sangat membantu Arsliving dalam hal *engagement* yang membuat *traffic* media sosial Instagram Arsliving menjadi lebih tinggi.

Keterlibatan pada Konten Tips dan Trik

Keterlibatan pada media sosial yang terjadi dalam sebuah bentuk konten merupakan hal yang dapat meningkatkan engagement dari media sosial itu sendiri, tidak jarang hal ini digunakan sebagai bentuk pemasaran oleh sebuah perusahaan. Seperti yang dikatakan Gunelius (2011) salah satu manfaat utama dari pemasaran media sosial adalah kemampuan untuk membangun hubungan dengan konsumen secara aktif, dimana interaksi yang terjadi melalui media sosial pun menyajikan cara meningkatkan brand awareness itu sendiri. Konten tips dan trik Arsliving menjadi suatu hal untuk dapat terlibat dengan konsumen atau followers mereka. Adapun keterlibatan yang terjadi pada konten tips dan trik Arsliving dari sisi viewers/followers-nya adalah dengan mereka memberikan like, comment, dan juga menyimpan postingan konten tips dan trik tersebut. Adapun interaksi yang dilakukan oleh Arsliving adalah ketika ada followers yang memberikan komentar ataupun bertanya pada postingan tips dan trik akan mereka balas kembali lewat komentar. Dengan adanya konten tips dan trik ini peneliti melihat bahwa pada akhirnya postingan Instagram Arsliving menjadi lebih interaktif sehingga dapat membangun brand awareness bagi perusahaan. Pada akhirnya penggunaan Instagram ini berpengaruh ketika Arsliving membangun hubungan dengan pelanggannya, seperti yang dikatakan Chris Heuer dalam (Solis, 2010:263), bahwa communication merupakan indikator dalam menggunakan media sosial dimana dengan komunikasi membuat kita terlibat dengan konsumen. Dalam hal ini Arsliving menyampaikan sebuah pesan atau informasi dalam bentuk konten tips dan trik dengan tujuan untuk memberikan pemahaman seputar dunia furniture.

D. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan hasil temuan dan pembahasan penelitian terkait konten tips dan trik pada Instagram Arsliving dalam kegiatan komunikasi pemasaran digital yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

1. Dalam program konten tips dan trik Arsliving, ada beberapa hal yang diperhatikan, yang pertama adalah isi konten tips dan trik. Yang kedua adalah keterlibatan pelanggan. Lalu yang terakhir adalah tujuan dalam konten tips dan trik. Dengan adanya konten tips dan trik ini selain menaikkan engagement Instagram Arsliving pada akhirnya mereka dapat melihat traffic dari postingan yang mereka unggah sehingga dapat memahami dimana dan bagaimana konsumen mereka akan berinteraksi.
2. Dalam pemaksimalan konten tips dan trik Arsliving di Instagram terdapat beberapa hal yang dilakukan oleh Arsliving berdasarkan empat elemen yang menjadi variabel kesuksesan pemasaran melalui konten yaitu content creation dimana konten tips dan trik Arsliving dibuat menjadi konten yang menarik, edukatif, dan juga konsisten. Content sharing yang dimana Arsliving mengunggah konten tips dan triknya melalui media sosial Instagram. Connecting yang dimana dengan menentukan target atau sasaran dari konten tips dan trik sehingga terciptanya keterlibatan pelanggan. Community building yang dimana pada akhirnya konten tips dan trik ini membuat sasaran atau target audience baru bagi Arsliving.
3. Terkait keterlibatan yang terjadi pada konten tips dan trik Arsliving di Instagram dari sisi

viewers/followers-nya adalah dengan mereka memberikan like, comment, dan juga menyimpan postingan konten tips dan trik tersebut. Dengan adanya konten tips dan trik ini pun muncullah followers baru yang ingin mendapatkan pengetahuan baru tentang dunia *furniture*. Adapun interaksi yang dilakukan Arsliving adalah merespon secara real time ketika ada followers yang memberikan komentar ataupun bertanya pada postingan tips dan trik Arskiving. Pada akhirnya dengan adanya konten tips dan trik ini dapat berpengaruh pada keterlibatan yang terjadi dalam kegiatan pemasaran digital Arsliving yang dilakukan di Instagram.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada Allah SWT, kedua orang tua, dosen pembimbing Bapak Raditya Pratama Putra S.I.Kom., M.I.Kom., serta para subjek informan penelitian yang telah mendukung, membimbing, dan membantu dalam proses penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Elisa, Rancati., dan Niccolo Gordini. 2014. Content Marketing Metrics: Theoretical Aspects And Empirical Evidence. *European Scientific Journal*, vol.10.
- [2] Gunelius, Susan. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States: Mcgraw-Hill.
- [3] Kusuma, Diana Fitri, And Mohamad Syahriar Sugandi. 2018. "Strategi Pemanfaatan
- [4] Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts." *Jurnal Manajemen Komunikasi* 3(1): 18.
- [5] Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- [6] Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.