

Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Pemasaran Barang Bekas

Mochamad Raihan Assidiq*, M.E. Fuady

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*Mochraihan25@gmail.com, Mefuady1@gmail.com

Abstract. The use of Instagram social media is currently very influential for several online sellers. @Tonkills is one of the users who utilize Instagram social media in their sales. Used goods are now a trend that is in great demand by young people today because at low prices you can get high-quality goods and well-known brands. Used goods that are suitable for use are currently highly sought after by many people because they have a more limited design, not many people use them. In this study, researchers used a qualitative research method with a case study approach to Instagram @Tonkills. This study aims to determine the use of social media by @Tonkills who chooses Instagram social media as the main medium for marketing used goods. This research is based on the uniqueness of Tonkills himself, in which an entrepreneur never determines what his goods must be sold, but @Tonkills himself really appreciates what he has fought for to obtain these vintage items. Then the underlying reason is that the use of social media Instagram as the main marketing medium, technological advances do not frighten @Tonkills to always be able to follow application trends that develop every year, in order to get a broad market segmentation.

Keywords: *Instagram, Secondhand, Marketing.*

Abstrak. Pemanfaatan media sosial Instagram saat ini sangat berpengaruh besar untuk beberapa penjual online. @Tonkills menjadi salah satu pengguna yang memanfaatkan media sosial Instagram dalam penjualannya. Barang bekas sekarang menjadi trend yang banyak diminati anak muda saat ini karena dengan harga yang murah namun bisa mendapatkan barang dengan kualitas tinggi dan brand ternama. Barang bekas layak pakai saat ini sangat dicari oleh banyaknya orang karena mempunyai desain yang lebih limited tidak banyak yang menggunakan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Metode Penelitian Kualitatif dengan pendekatan Studi kasus terhadap Instagram @Tonkills. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh @Tonkills yang memilih media sosial instagram sebagai media utama untuk memasarkan barang bekas. Penelitian ini didasari dengan keunikan dari Tonkills sendiri yang mana seorang pengusaha tidak pernah mematok barangnya harus kejual namun @Tonkills ini sendiri sangat menghargai apa yang telah ia perjuangkan demi mendapatkan barang-barang vintage tersebut. Lalu alasan yang mendasari bahwasannya penggunaan media sosial Instagram sebagai media pemasaran utama, kemajuan teknologi tidak mengguntahkan @Tonkills untuk selalu dapat mengikuti trend aplikasi yang setiap tahunnya berkembang, agar mendapatkan segmentasi pasar yang luas.

Kata Kunci: *Instagram, Barang Bekas, Pemasaran.*

A. Pendahuluan

Media online atau yang sering kita kenal sebagai media sosial, sebuah media atau wadah untuk orang bertukar informasi tanpa adanya jarak yang menghalangi. Sejatinya media sosial ini dibuat untuk memberikan hingga menukar informasi yang jangkauannya dapat menjangkau seluruh dunia. Media sosial adalah sebuah aplikasi yang menggunakan internet yang teknologinya terus berkembang pesat hingga saat ini. Setiap beberapa tahun selalu muncul media sosial baru yang penggunanya dari ratusan ribu pengguna hingga jutaan pengguna media sosial tersebut. Seperti halnya media sosial saat ini beragam mulai dari Facebook, Twitter, Instagram, Line, Tiktok, Telegram dan lain-lain.

Pertumbuhan teknologi sangat pesat untuk saat ini menjadikan media sosial di gemari oleh masyarakat. Internet memudahkan dalam mencari informasi dan berkomunikasi, selain itu media internet juga dapat dijadikan sebagai tempat untuk berbelanja. Berbelanja melalui media online dinilai lebih mudah dibandingkan dengan melakukan secara langsung. Hal tersebut membuat semakin meningkatnya penggunaan media internet di Indonesia, dan mendorong kemajuan dalam persaingan di dunia bisnis khususnya bisnis online.

Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis saat ini, membuat pelaku usaha meningkatkan bisnis mereka dengan memperluas bisnisnya melalui media internet untuk mempromosikan atau menawarkan produknya. Peran internet khususnya media sosial Instagram mampu menjangkau konsumen yang jauh dari tempat usaha agar tetap mendapatkan produk yang di inginkan.

Instagram menjadi media sosial yang banyak digunakan sebagai media komunikasi pemasaran dan untuk berbisnis bagi para penggunanya melalui foto produk penjual. Instagram adalah salah satu aplikasi yang bertujuan untuk berbagi foto atau video secara online. Di Indonesia sendiri Instagram menjadi suatu media sosial yang paling banyak digunakan. Untuk memperluas bisnis online khususnya melalui media Instagram, pelaku usaha harus dapat mengemas dengan baik.

Keunikan dalam penelitian ini adalah meriset lebih dalam terkait pemasaran yang dilakukan oleh Tonkills sehingga dapat bersaing dengan para pelaku usaha bisnis barang bekas lainnya. Seperti yang kita tahu saat ini para pelaku usaha bisnis barang bekas ini sedang ramai dan banyak yang melakukannya. Namun Tonkills mempunyai standar barangnya tersendiri untuk barang-barang yang di jualnya.

B. Metodologi Penelitian

Dalam penelitiannya, peneliti menggunakan metode studi kasus terhadap penelitiannya. Metode kualitatif digunakan karena tujuannya adalah untuk memahami fenomena secara mendalam melalui penilaian terhadap pengalaman subjek penelitian yang diteliti. Metode ini cocok untuk menggali pemahaman yang mendalam tentang latar belakang subyek penelitian, cara pandang mereka, dan konteks yang melingkupi fenomena yang diteliti.

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan melakukan Observasi, Wawancara, Studi kepustakaan dan Dokumentasi.

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati objek sasaran, dan hasil observasi tersebut dicatat atau direkam dalam bentuk catatan yang berkaitan dengan keadaan atau tingkah laku objek yang sedang diamati. Observasi adalah teknik yang digunakan untuk menghimpun semua informasi tentang situasi, tingkah laku, atau keadaan objek yang diamati. Abdurahmat (2006:104),

Wawancara digunakan sebagai teknik untuk mengumpulkan data jika akan melakukan studi pendahuluan agar menemukan sebuah permasalahan yang akan di teliti, dan apabila peneliti ingin mengetahui beberapa hal dari responden secara mendalam dan jumlahnya sedikit. Sugiono (2018:103).

Studi literatur merupakan bagian yang menjadi peranan penting untuk melakukan penelitian, karena sebuah penelitian tidak dapat lepas dari literatur ilmiah. Sugiyono (2012:291).

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan dan analisis dokumen, baik dokumen gambar, tertulis, maupun elektronik. Pada penelitian yang akan di lakukan, dokumentasi akan dilakukan dengan mengambil gambaran proses penelitian saat

berlangsung. Dokumentasi meliputi foto penggunaan media, wawancara dan implementasi media. Sukmadinata (2015:221).

Teknik pengumpulan Data dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti sendiri, sedangkan data sekunder adalah data yang digunakan oleh peneliti sebagai metode tambahan dalam penelitiannya, dan berdasarkan literatur yang ada untuk mendukung teori yang mereka butuhkan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Philip Kotler (2001) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi, serta diatribusi sejumlah barang dan jasa, untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi.

Cara pemasaran yang dilakukan oleh Tonkills yaitu tidak mematok bahwasannya barang yang dijual harus terjual setiap bulannya, ketika Tonkills mendapatkan suatu barang, barang tersebut tidak langsung dia post pada halaman Instagramnya, namun dia menunggu hingga beberapa bulan ketika barang tersebut sudah sedikit penjualannya.

Setelah memposting barang yang akan dijual, apabila dirasa akan mendapatkan pasar yang lebih luas, membuka dan menutup akun Instagram menjadi salah satu hal yang sering dilakukan oleh Tonkills, hal tersebut menjadi cara dari pemasaran yang dilakukan oleh Tonkills.

Ketika para konsumen baru menemukan sebuah barang yang dicarinya ada pada halaman Instagramnya Tonkills ketika sedang membuka halaman Instagramnya, tidak selang beberapa lama Tonkills menutup halaman Instagramnya, hal tersebut agar para konsumen baru mengikuti Instagramnya Tonkills untuk mengetahui barang apa saja yang nantinya Tonkills posting pada halaman Instagramnya.

Hambatan pemasaran yang dilakukan @Tonkills saat berjualan di Instagram

Dalam proses komunikasi tidak luput dari yang namanya hambatan komunikasi, hakikatnya hambatan selalu ada dalam proses komunikasi. Hambatan menjadi satu hal yang tidak dapat dihindari dalam proses komunikasi. Berbagai strategi yang digunakan pasti memilikiambatannya.

Hambatan atau gangguan adalah sebuah hal yang umum didapatkan dalam proses komunikasi. Banyaknya faktor yang menyebabkan terjadinya suatu hambatan yang dialami ketika melakukan proses komunikasi. Berdasarkan temuan di lapangan peneliti menemukan bahwasannya Tonkills pun mengalami hambatan tersebut. Meskipun upaya yang telah dilakukan agar terhindar dari hambatan tersebut tapi hal tersebut tidak bisa dihindarkan. Menurut Irene Silvia dalam buku komunikasi organisasi (2020), ada tiga bentuk hambatan komunikasi, yaitu hambatan teknis, hambatan semantik, dan hambatan manusiawi.

1. Hambatan teknis

Hambatan teknis merupakan keterbatasan fasilitas serta peralatan komunikasi

2. Hambatan sematik

Hambatan sematik dalam konteks ini merupakan penyampaian pesan secara efektif dan lebih mengarah kepada pengungkapan suatu hal melalui bahasa dan kata-kata

3. Hambatan manusiawi

Hambatan manusiawi biasa disebabkan oleh beberapa faktor seperti emosi, prasangka pribadi, persepsi, ketidakcakapan, kemampuan atau ketidakmampuan.

Lahirnya media-media baru seiring perkembangannya kemajuan teknologi saat ini berpengaruh dalam hambatan yang diterima. Pasalnya media sosial ini luas dan banyak digunakan oleh masyarakat, hal tersebut tidak menutup kemungkinan di terima oleh para penggunanya. Kebijakan-kebijakan di keluarkan oleh beberapa aplikasi untuk menghindari sebuah upaya penipuan yang terjadi dalam halaman media sosialnya.

Hambatan itu terasa oleh Tonkills dalam media sosial Instagram, hal tersebut dirasakan karena Tonkills sendiri telah mengalami sebuah hambatan tersebut. Kebijakan Instagram yang menghapus semua instagram yang memposting sebuah brand terkenal. Tonkills merasakannya pada tahun 2017 lalu kebijakan sebuah brand dengan Instagram menjadikan akun perintis dari

Tonkills ketika peralihan dari media sosial facebook pun hilang. Hal tersebut menjadi hambatan yang sangat serius dalam dunia barang bekas. Pasalnya setiap produk yang dijual harus diberikan penjelasan yang lengkap.

Dalam upaya menangani kebijakan tersebut Tonkills menyamakan nama brand tersebut dengan menggantikan judulnya menggunakan simbol bintang (*) agar menyamakan nama brand tersebut. Lalu upaya dalam menangani hal tersebut adalah Tonkills menggunakan media sosial yang digunakan untuk perorangan tidak di setting menjadi akun bisnis, karena hal tersebut menjadi rentan bilamana menggunakan akun bisnis sangat rentan untuk terkena penghapusan oleh Instagram.

Lalu hambatan yang dirasakan oleh Tonkills juga adalah banyaknya Scammer atau penipu di media sosial, hal tersebut dirasakan oleh Tonkills sendiri. Hal tersebut tidak dapat dihindarkan pasalnya semua pengguna Instagram dapat menggunakan media sosial semauanya, hal tersebut tidak bisa di berantas oleh Instagram itu sendiri, karena Instagram hanya sebuah aplikasi ber media sosial.

Para pelaku usaha di bidang bisnis barang bekas ini banyak menjadi korbannya, hal tersebut dapat mencoreng nama hingga citra dari pelaku bisnis tersebut. Hal itu menjadi sebuah momok yang sangat ditakuti oleh para pelaku usaha, karena para scammer ini biasanya menggunakan nama hingga foto yang sama dalam melakukan aksinya.

Upaya Tonkills untuk menghindari para scammer tersebut adalah dengan cara Tonkills ber sosialisasi dengan penjual lainnya sehingga membantu untuk melaporkan hal tersebut ke pihak Instagram sehingga akun-akun para scammer tersebut dapat dihapus dari laman Instagram.

Alasan @Tonkills memilih media sosial Instagram sebagai media pemasaran utama di banding media sosial lainnya

Di era digitalisasi saat ini kemajuan teknologi berkembang pesat kemajuannya, di era digitalisasi ini juga masyarakat di tuntut untuk dapat mengikuti perkembangan dari teknologi tersebut termasuk dalam media sosial. Pada era saat ini banyak aplikasi baru hadir untuk menjadi sarana komunikasi dengan khalayak luas, salah satunya Instagram.

Untuk saat ini Instagram telah di gunakan oleh banyak masyarakat di Indonesia tercatat dalam website datareportal.com bahwasannya di Indonesia pengguna media sosial Instagram telah mencapai 89,15 juta pengguna, hal tersebut terus meningkat setiap tahunnya.

Media conversational adalah sebuah aplikasi berbasis web yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat, mengirim, dan membagikan sebuah konten dalam bentuk susunan kata-kata, gambar, video, dan atau audio. (Luttrell, 2015:35).

Dengan teori diatas diketahui bahwasannya media sosial dapat di gunakan sebagai media sarana pemasaran bagi para pelaku usaha. Media sosial Instagram menjadi salah satu media yang di gunakan oleh Tonkills sebagai media pemasarannya. Kemudahan penggunaan hingga banyaknya fitur Instagram yang dapat di gunakan menjadi sebuah alasan mengapa memilih media sosial sebagai media pemasaran.

Perkembangan teknologi juga menjadi dasar Tonkills memilih media sosial instagram sebagai media pemasarannya. Dari hasil wawancara diketahui bahwasannya Tonkills selalu beradaptasi dengan perkembangan media sosial yang ada, sehingga Tonkills tidak ketinggalan oleh kemajuan teknologi yang ada.

Dengan kutipan diatas juga peneliti menemukan bahwasannya Tonkills menggunakan point-point pada kutipan diatas hal tersebut sebagai sebuah informasi yang diterima oleh public agar mengetahui produk apa yang di pasarkan oleh Instagram Tonkills.

Komunikasi yang dilakukan oleh Tonkills melalui media sosial instagram untuk menarik perhatian pelanggan dengan menggunakan fitur-fitur yang disediakan oleh instagram, salah satunya adalah dengan menggunakan fitur tanya jawab. Fitur ini digunakan agar Tonkills dapat berkomunikasi dengan para pengikutnya, hal ini dilakukan Tonkills agar dapat lebih memahami keinginan para pengikutnya.

D. Kesimpulan

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

1. Cara Tonkills memasarkan produknya adalah Tonkills menetapkan segmentasinya dulu untuk memasarkan produk yang dijualnya, segmentasi tonkills ini sendiri kepada khalayak yang menyukai atribut sepak bola, lalu tonkills menetapkan target pasarnya, target pasar tonkills ialah para kolektor atribut sepak bola, namun seiring berjalannya waktu Tonkills merubah target pasarnya karena untuk posisi saat ini target pasar barang bekas atribut sepak bola itu semakin luas, atribut yang biasa di pakai oleh para supporter yang mengikuti gaya supporter eropa saat ini banyak di gunakan dalam life style sehari-hari. Lalu Tonkills memilih media sosial Instagram sebagai positioningnya karena saat ini media sosial Instagram sangat di gemari oleh masyarakat. Namun hal unik ditemukan di lapangan bahwasannya Tonkills tidak pernah mematok barang itu harus terjual, karena Tonkills menghargai bagaimana cara mendapatkan barang tersebut, barang-barang yang dijual oleh Tonkills merupakan barang-barang yang vintage dan susah di cari di pasaran yang memiliki nilai harga tinggi.
2. Hambatan dalam pemasaran Tonkills ini terjadi karena pihak Instagram bekerja sama dengan beberapa produk luxury hal tersebut bahkan terjadi pada Instagram perintis Tonkills saat peralihan dari media sosial Facebook ke Instagram, hal tersebut membuat Instagram Tonkills yang sudah mencapai 40K followers hilang begitu saja di blokir oleh pihak Instagram. Upaya Tonkills dalam menanggulangi hal tersebut adalah ia menggunakan akun pribadinya serta Tonkills selalu berbagi ilmu dengan para pelaku bisnis barang bekas lainnya.
3. Alasan Tonkills memilih media sosial Instagram sebagai media pemasaran utamanya adalah karena di media sosial Instagram jangkauannya lebih luas bahkan bisa sampai negara manapun, alasan lainnya adalah karena Instagram saat ini menjadi media sosial yang hampir seluruh kalangan punya, lalu kemudahan fitur yang di berikan oleh Instagram mempermudah Tonkills menggunakannya. Alasan utama adalah karena peralihan dan kemajuan teknologi yang terus berkembang menjadikan pemilik Tonkills memilih media sosial Instagram sebagai media pemasaran utama.

Acknowledge

Tiada kata yang tepat selain berterima kasih terhadap kedua orang tua sudah mendukung saya serta memberikan doa yang terbaik untuk saya. Tiada kata yang tepat selain terima kasih kepada teman-teman yang sudah memberi dukungan, motivasi, serta masukan untuk saya terhadap penyelesaian proposal penelitian ini. Lembar dedikasi yang saya buat di khususkan terhadap kedua orang tua saya yang telah berjuang untuk membiayai semua kebutuhan saya sejak saya lahir ke dunia. Harus rela berkorban demi anaknya bisa hidup dan berkembang seperti saat ini. Terima kasih banyak Ibu Lulu Laelasari dan Ayah Uus Rusman dari merekalah saya bisa berkembang, bisa menjalani kehidupan saat ini. Dedikasinya mencari nafkah untuk membahagiakan ketiga anaknya harus bangun dari dini hari untuk mencari nafkah di sebuah Pasar Tradisional di kawasan Baleendah, terkadang mereka menghiraukan kesehatannya hanya untuk mencari nafkah untuk ke tiga anaknya. Terima kasih ibu sudah menjadi tempat saya belajar banyak hal, menjadi tempat saya bercerita, tempat saya mengadu, dari ibu saya banyak belajar mengenai kehidupan sebagai seorang lelaki harus melaukan apa saja. Terima kasih ayah tanpamu aku tidak akan tau makna menjadi seorang pemimpin dari kedua adik saya, bagaimana cara laki-laki bersikap, bagaimana seorang laki-laki harus kuat untuk menghadapi dunianya. Terima kasih juga tidak lupa terhadap kedua adik saya Zahra Aulia dan M Faiz Ghasani Akbar yang membuat saya terus bersemangat dan menggebu-gebu agar saya menjadi orang sukses yang menggantikan sosok seorang ayah nantinya.

Daftar Pustaka

- [1] Angela, Natasha & Yoetadi, M Gafar. 2019. "Pemanfaatan Media Sosial Oleh Komunitas Historia Indonesia", dalam Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Volume 3 (2)
- [2] Arifin, Rudi Dian. 2020. Pengertian Instagram, sejarah fungsi, dan manfaat.
- [3] Bari, Ikmal Fathul. "Analisis Strategi Marketing Menurut Philip Kotler Dan Muhammad Syakir Sula Terhadap Diferensiasi Produk Pada Superqurban Di Rumah Zakat (Rz) Cabang Turangga Bandung." (2016).
- [4] Effendy FD. 2021. Public Relation Mix Starbucks Coffee Pasaraya Jakarta Selatan Dalam Menarik Minat dan Mempertahankan Konsumen [Skripsi]. Jakarta: Universitas Syarif Hidayatullah.
- [5] Karim, Ridwan. 2022. Teknik Pengumpulan Data, Pengertian, dan Jenis.
- [6] Kotler, P, & Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kelima Belas. Jakarta: Erlangga
- [7] Kotler, P. and Amstrong, G. (2006) *Principles of Marketing*. 11th Edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- [8] _____. and Keller, K.L. (2009). *Principles of Marketing*. 13th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- [9] Kulsum, N. M. (2017). *Komunikasi Pemasaran*.
- [10] Kurnianto, Y. T. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman Di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram@ tempatbiasa. kopi)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- [11] Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18-33.
- [12] Luttrell, Regina. 2015. *How To Engage, Share And Connect*. London: Rowman& Littlefield.
- [13] Mahardika, R. (2020). Strategi Pemasaran Wisata Halal. *Mutawasith: Jurnal Hukum Islam*, 3(1), 65-86.
- [14] Marâ, Herlinda, Wawan Priyanto, and Aries Tika Damayani. "Pengembangan media pembelajaran tematik ular tangga berbagai pekerjaan." *Mimbar PGSD Undiksha* 7.3 (2019).
- [15] Mardhatilla J. 2021. Pengaruh Konten Instagram @senemu.coffee Terhadap Minat Beli Followers-nya di Kafe Senemu 2.1.
- [16] Mubarak, Nurul. "Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista." *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics* 3.1 (2017): 73-92.
- [17] Prihatiningsih, W. (2017). Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja. *Communication*, 8(1), 51-65.
- [18] Roflin, Eddy, Iche Adriyani Liberty, dan Pariyana. *Populasi, Sampel dan Variabel dalam Penelitian Kedokteran*. 2021. Bojong Pekalongan : PT.Nasya Expanding Management.
- [19] Silviani, I. (2020). *Komunikasi Organisasi*. Scopindo Media Pustaka.
- [20] Sugiyono (2017: 125) "Uji Validasi dan Reliabilitas"
- [21] Wahab MF, Triwardhani IJ. 2022. Instagram Sebagai Media Promosi Coffee Shop. *Jurnal riset Manajemen Komunikasi*. 1(2).
- [22] Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.
- [23] Wiguna, Rian. 2019. Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli.
- [24] M. R. Rachmansyah and M. A. O. Palapah, "Promosi Concept Store melalui Media Sosial," *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 7–14, Jul. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i1.1798.
- [25] Farley Rafa Aurellia, Hanny Hafiar, and C. C. Priyatna, "Analisis Media Monitoring terhadap Brand Kecantikan Hanasui pada Bulan Maret 2023," *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 149–160, Dec. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i2.3210.
- [26] S. Syifa and E. Setiawan, "Pengaruh Promosi Produk Halal terhadap Minat Beli Konsumen," *PERSON: PERSPECTIVE IN COMMUNICATION*, vol. 1, no. 1, 2023.