

## Komunikasi Bisnis Barang Bekas di Media Sosial Instagram

Naufal Ikhsan N\*, Yulianti

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

\*davidnaufalqwee@gmail.com, yuli.fikom.unisba@gmail.com

**Abstract.** Social media is used as a tool to provide information and as time goes by, many Indonesians are using social media, one of which is the Instagram application. The Instagram application is currently very popular and popular among all levels of society. The online shop @beezweakz uses Instagram as a medium. The phenomenon of online shops that use Instagram, namely Beezweakz, which has an Instagram social media account called @beezweakz, is a company from Bandung that operates in the used goods sector and uses Instagram social media as a business tool. The purpose of this research is to find out how to use social media fonts as a marketing tool by @beezweakz. To find out about content packaging created by @beezweakz. To find out why @beezweakz uses old school bands in their Instagram social media profiles. The researcher used a qualitative method with a case study approach, that is, he wanted to explore information in depth, especially the use of Instagram as a promotional medium. The data collection techniques used in this research used interviews, observation, literature study and documentation. The results of this research show that this font writing strategy is a good step in trying to position the brand in the eyes and minds of buyers, and differentiate used goods from competitors with the aim of providing more value to customers. The concept implemented by @beezweakz is in the form of an old school band in a profile to attract buyers, withstand competitive pressure, and improve its position in the market packaged with visual design.

**Keywords:** *Instagram, Media Social, Secondhand.*

**Abstrak.** Media sosial digunakan sebagai alat untuk memberikan informasi dan seiring dengan perkembangan zaman, sudah banyak orang Indonesia yang menggunakan media sosial, salah satunya adalah aplikasi instagram. Aplikasi instagram saat ini sedang banyak digemari dan populer di seluruh kalangan masyarakat. Toko online @beezweakz memanfaatkan instagram sebagai media. Fenomena toko online yang menggunakan instagram yaitu Beezweakz yang memiliki akun media sosial instagram bernama @beezweakz merupakan perusahaan asal Bandung yang bergerak di bidang barang bekas dan menggunakan media sosial instagram sebagai sarana bisnis. Tujuan penelitian ini yaitu, untuk mengetahui memanfaatkan tulisan font sosial media sebagai alat pemasaran oleh @beezweakz. Untuk mengetahui pengemasan konten yang dibuat oleh @beezweakz. Untuk mengetahui mengapa @beezweakz menggunakan band jadul dalam profil media sosial instagram. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, yaitu itu ingin menggali informasi secara mendalam khususnya pemanfaatan di instagram sebagai media promosi. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, studi kepustakaan dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa Strategi tulisan font ini menjadi langkah yang baik berusaha untuk memposisikan brand di mata dan pikiran pembeli, dan membedakan barang bekas dari pesaing dengan tujuan untuk memberikan nilai lebih bagi pelanggan. Konsep yang dilakukan @beezweakz berupa band jadul dalam profil untuk menarik pembeli, menahan tekanan persaingan, dan memperbaiki posisinya di pasar yang dikemas dengan design visual.

**Kata Kunci:** *Instagram, Media Sosial, Barang Bekas.*

## A. Pendahuluan

Instagram merupakan aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video. Aplikasi Instagram yang mudah digunakan membuat aplikasi ini sangat populer di kalangan berbagai kalangan. Dan untuk pertukaran informasi sehari-hari dan untuk kehidupan bisnis. Selain itu, komunikasi pemasaran juga meningkatkan ekuitas merek dengan melabuhkan merek di benak konsumen. Tidak dapat dipungkiri bahwa komunikasi pemasaran juga membutuhkan alat komunikasi dalam proses komunikasi pemasaran, salah satunya melalui media sosial. Bisnis memilih untuk menggunakan Instagram untuk mempromosikan produk mereka agar dapat dengan mudah menawarkan produk mereka kepada pelanggan potensial.

Salah satu fenomena toko online yang menggunakan Instagram yaitu Beezweakz yang memiliki akun media sosial Instagram bernama @bessweakz merupakan perusahaan asal Bandung yang bergerak di bidang barang bekas dan menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana iklan. Adajuga fenomena fear of missing out yaitu individu yang memiliki konsep diri buruk seperti merasa bersalah, merasa tidak mampu, dan merasa ingin lebih unggul dengan orang lain ketika menggunakan media sosial Instagram dapat memicu terjadinya Fear of Missing Out. Dengan pesatnya perkembangan pengguna internet, pertukaran informasi menjadi lebih cepat dan mudah, yang membuat orang lebih cenderung untuk berkomunikasi melalui internet karena memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi tanpa batasan waktu, tempat dan jarak. Jutaan orang di seluruh dunia melakukannya dengan kemudahan ini.

Instagram merupakan media sosial yang banyak digunakan sebagai alat komunikasi pemasaran dan bagi penggunanya untuk berdagang melalui gambar produk penjual. Instagram adalah aplikasi yang bertujuan untuk berbagi foto atau video secara online. Di Indonesia, Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan. Instagram merupakan suatu platform yang awal mulanya diresmikan pada Oktober 2010, mula nya Instagram hanya diperuntukan untuk IOS saja secara eksklusif, kemudian pada tahun 2012 barulah dibuat untuk user Android. Selain pengguna Android Instagram pun melebarkan sayapnya dengan meluncurkan aplikasi untuk Windows 10 Mobile pada April 2016.

Beezweakz contohnya, dimana sebuah toko online yang bergerak dibidang barang bekas yang berdomisili di Bandung, Beezweakz bisa disebut sebagai Shoes Second Shop atau toko yang menjual barang bekas khususnya sepatu, namun Beezweakz melebarkan sayapnya dengan mengeluarkan sepatu bekas yang unlimited. Dalam 3 tahun terakhir sejak 2020 @beezweakz sudah bisa mencapai 45 ribu followers di akun official Instagram mereka. Mereka benar-benar memanfaatkan Instagram sebagai lahan mereka untuk berkembang serta bersaing dengan toko online lainnya di Instagram. Pencapaian 45 ribu followers pada Instagram @beezweakz tentu tidak terlepas dari suksesnya kegiatan branding yang dilakukan.

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian diatas, maka identifikasi masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana memanfaatkan tulisan font sosial media sebagai alat pemasaran oleh @beezweakz?
2. Bagaimana mengetahui pengemasan konten yang dibuat oleh @beezweakz?

## B. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif pendekatan studi kasus. Penelitian yang penulis muat menggunakan pendekatan studi kasus karena peneliti ingin mendapatkan pemahaman yang diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam untuk mencari letak permasalahan dan penyelesaian tentang komunikasi bisnis barang bekas di media sosial Instagram dengan menggunakan unsur pertanyaan bagaimana dan mengapa.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara, observasi, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Pada teknik analisis data peneliti melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Pada penelitian ini, Penulis memilih metode kualitatif, yang tujuannya adalah melakukan penelitian sasaran secara mendalam sedemikian rupa sehingga memahami pertanyaan yang berkaitan dengan latar belakang sasaran penelitian. Metode penelitian deskriptif kualitatif

adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi atau teori dari suatu penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu (Mukhtar, 2013).

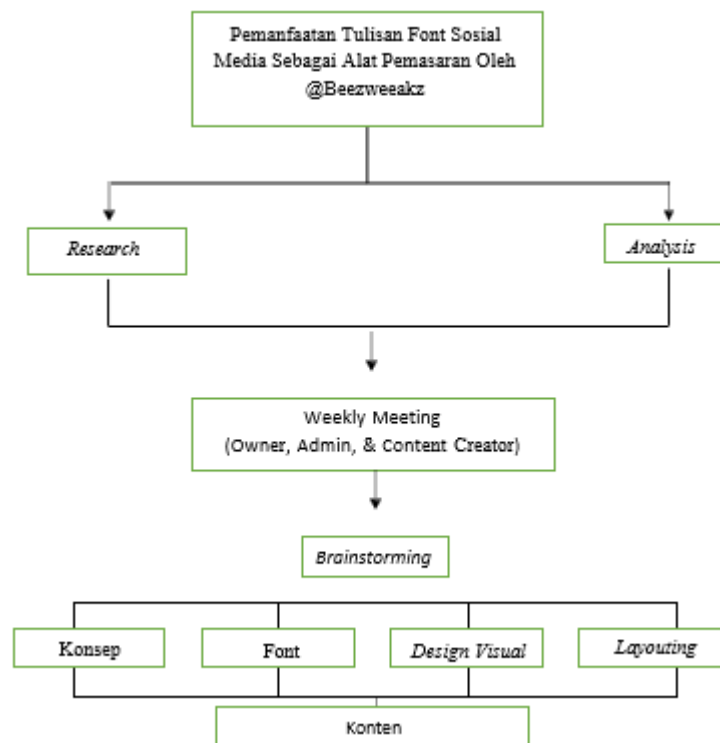
### **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

#### **Bagaimana Memanfaatkan Tulisan Font Sosial Media Sebagai Alat Pemasaran oleh @beezweakz**

Kondisi saat ini membuat @beezweakz membuat font sendiri sebagai bentuk untuk menggiring dan menarik daya tarik audiensnya ketika mereka mengalami kurangnya engagement dengan audiensnya. Kurangnya interaksi dengan audiens di masa ini membuat @beezweakz akhirnya melangkah dan bermanuver dalam memanfaatkan tulisan font di media sosial dalam memanfaatkan instagram dengan bentuk snapgram. Snapgram yang dibuat tersebut tentunya bertujuan untuk menggiring engagement audiens dan membentuk image yang baik terhadap audiensnya, dimana toko online di bidang barang bekas ini terdapat beberapa pesaing yang banyak. Oleh karena itu sebagai bisnis toko online yang bergerak di bidang barang bekas, @beezweakz harus melangkah lebih baik daripada pesaingnya untuk menjadi brand yang baik dan memiliki citra positif di benak audiens diantara para pesaing lainnya. Menurut Ogilvy & Mather dalam (Andreani et al., 2012) Semakin kuat citra merek dibenak pelanggan, semakin kuat kepercayaan pelanggan untuk tetap loyal dan setia terhadap produk yang mereka beli.

Dalam membentuk sebuah toko online yang baik, @beezweakz merancang tulisan font dengan berbagai macam konten dan tulisan yang diunggah melalui media sosial instagram dalam bentuk konten. Dengan memanfaatkan font tersebut @beezweakz bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dari audiensnya dan lebih mengetahui mengenai ciri khas @beezweakz sesuai segmentasi nya. Dalam mengupayakan meningkatkan daya tarik audiensnya, @beezweakz melakukan brainstorming diantara divisinya nya yang saling bertukar pikiran dan pandangan. Strategi tersebut tentunya dirancang untuk memberikan daya tarik yang baik kepada audiens dan menggiring mereka untuk menyukai dan mengikuti @beezweakz ditengah banyaknya toko online dan banyaknya kompetitor lainnya. Oleh karena itu memanfaatkan tulisan font yang sudah disiapkan @beezweakz tentunya menjadi langkah yang baik untuk memperluas jangkauannya dalam menarik daya tariknya kepada audiens.

@Beezweakz melakukan semua itu untuk melakukan interaksi dengan audiensnya melalui media sosial instagram dengan maksud untuk membentuk dan menunjukkan ciri khas dari @beezweakz itu sendiri. @Beezweakz tentunya selalu mengadakan weekly meeting dengan berbagai divisinya nya, diantaranya Owner, Admin, dan Content Creator. Peran dari setiap yang merancang strategi tersebut tentunya memiliki peran dan jobdesk masing-masing namun berbedadalammerancang dan melaksanakan strateginya, @beezweakz selalu melaksanakan secara bersamaan yang dilalui dengan diskusi dan brainstorming secara bersamaan. Hal tersebut @beezweakz lakukan dari mulai research dan analisis setiap langkah yang akan dilakukannya agar berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya.



**Gambar 1.** Bagan Memanfaatkan Tulisan Font Sosial Media Sebagai Alat Pemasaran Oleh @Beezweakz

### **Bagaimana Pengemasan Konten yang dibuat oleh @beezeakz**

Dalam pengemasan konten melalui media sosial instagram ini adalah untuk membentuk suatu interaksi yang baik dan menggiring audiens untuk mengikuti dan menyukai @beezeakz melalui konten- konten yang diunggah lewat media sosial instagram. Konten adalah layanan bantuan kepada individu (sendiri-sendiri) untuk menguasai kemampuan atau tertentu melalui kegiatan (Prayitno 2012).

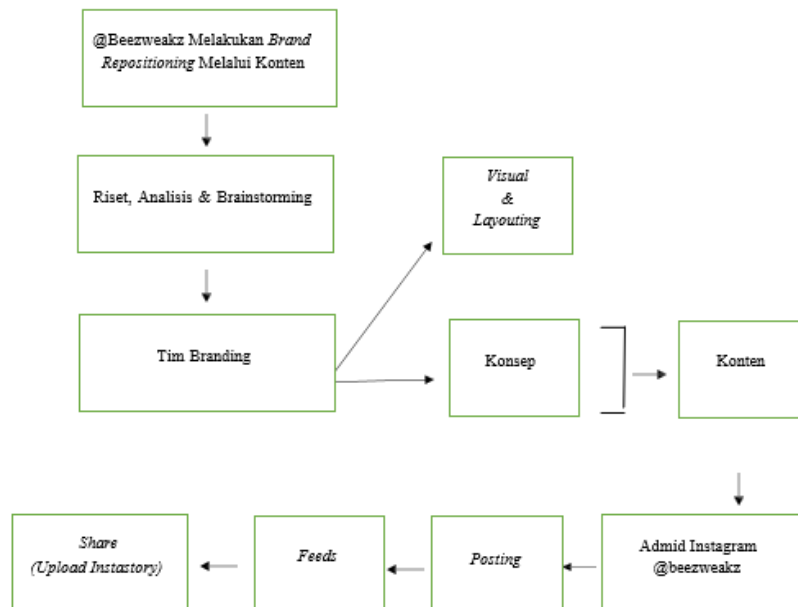
Sesuai definisi tersebut, dalam hal ini @beezeakz membuat konten untuk berinteraksi dan meng engagement costumer melalui media sosial instagram yang berbentuk konten. Sehingga @beezeakz dapat memperlihatkan ciri khas dari keunikannya bahwa konten yang dijalankan tersebut memiliki perbedaan dari toko online lainnya yang dapat membentuk image baik dengan menunjukkan ciri khas nya @beezeakz melalui pengemasan konten nya. Dalam pengemasan konten tersebut terdapat proses dan tahapan yang dilalui, diantaranya seperti research, analysis, konsep, design visual, layouting. Proses dan tahapan tersebut dilakukan berdasarkan hasil brainstorming secara bersamaan diantara internal dari @beezeakz seperti Owner, Admin, dan Content Creator. Oleh karena itu @beezeakz dapat menunjukkan kualitasnya yang memiliki ciri khas tersendiri dan pembeda dari toko online lainnya.

Dalam konten nya ini segmentasi market nya mengarah pada kalangan muda dan umum sehingga hal tersebut berkaitan baik laki-laki maupun perempuan yang akan tetap bisa membeli barangnya. Pemilihan konten yang dibuat tentunya mengacu pada aspek konten yang mengangkat mengenai barang bekas itu sendiri. Konten ini dibuat berdasarkan hasil dari brainstorming bersama antara internal @beezeakz, dimana hal pertama yang dilakukan yaitu research kemudian analysis dan selanjutnya pengemasan dari pembuatan konten tersebut. Setelah hal itu dilalui kemudian membuat berupa design visual, konsep dan layouting yang setelah itu akan dibuat berupa konten untuk diunggah melalui media sosial instagram. Menurut Griffin dalam (Hurriyati, 2005) menyatakan bahwa “loyalty is defined as making unit”. Berdasarkan definisi ini, dapat dilihat bahwa loyalitas lebih cenderung pada suatu perilaku, yang ditujukan dengan pembelian secara rutin, berdasarkan pada pengambilan keputusan.

Dengan begitu, pengemasan konten ini dilalui berdasarkan riset secara mendalam dan memilih konsep yang cocok dan baik untuk diunggah nya dengan secara matang agar costumer dapat memahami dan menikmati dari pesan yang disampaikan melalui konten ini. Pengemasan konten ini mengacu yang didasari hasil dari diskusi bersama sebagai strategi brand melalui media sosial instagram yang nantinya diunggah lewat feeds instagram @beezweakz. Hal tersebut dapat mendorong @beezweakz untuk menarik daya tarik costumer lebih banyak dan memberikan rasa penasaran dalam benak costumer bahwa konten ini berisikan mengenai konten yang teaser yang informatif sehingga audiens dapat mengetahui dan membaca dari konten yang diunggah melalui media sosial instagram tersebut. Banyak perkembangan konten yang dapat dinikmati melalui berbagai media digital khususnya platform digital. Menggunakan media internet sekarang menjadi trend dan dipandang sangat ketinggalan jika media ini tidak digunakan (Cangara, 2013: 136).

Pemilihan konsep ini ditanggung jawabi oleh internal @beezweakz berdasarkan hasil dari brainstorming bersama dan konten tersebut dilalui dari riset dan analisis dimana segmentasi @beezweakz yaitu kalangan muda sehingga harus disesuaikan dengan trend saat itu dan kondisi yang relevan agar audiens pun dapat menikmati dan membacanya. Pengemasan ini sebagai langkah melakukan pemasaran yang kontennya dikemas dengan menarik dan unik yang diharapkan memiliki kedekatan dengan costumer terhadap @beezweakz di masa sekarang melalui konten dari media sosial instagram.

Pengemasan konten tersebut menggiring costumer untuk tertarik dan penasaran terhadap @beezweakz melalui konten yang dikemas dengan bentuk teaser. Dalam pengemasannya selain melalui feeds instagram, @beezweakz melakukan kegiatan secara langsung dalam memberikan wawasan seputar barang bekas baik itu dari barang asli, premium, original, dan perbedaan dari jenis barang bekas. Dalam kegiatan tersebut @beezweakz turut mengikut sertakan costumer. Dengan kegiatan tersebut @beezweakz melakukannya secara langsung agar menciptakan kedekatan dengan costumer yang baik dan menggiring costumer untuk membeli barangnya. Hal itu dilakukan sebagai implementasi @beezweakz di masa sekarang dalam menumbuhkan produktivitas dan menjalankan aktivitas yang baik untuk menarik banyak perhatian costumer. Oleh karena itu pengemasan konten ini dapat digemari oleh audiens secara langsung dalam pengemasan konten di tengah banyaknya persaingan yang ketat.



**Gambar 2.** Bagan Pengemasan Konten yang dibuat oleh @Beezweakz

#### D. Kesimpulan

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

1. Memanfaatkan tulisan font media sosial instagram di masa sekarang, @beezweakz berinovasi dan bermanuver dengan ciri khas nya sendiri guna memperluas reach market @beezweakz dengan melakukan berbagai cara yang dijalankannya. Dalam memanfaatkan tulisan font di media sosial sebagai pemasaran, @beezwvazk melakukan meeting untuk membahas secara bersamaan dengan cara diskusi dan brainstorming. Hasil rancangan tersebut yakni dengan membuat konten melalui media sosial instagram, salah satunya konten snapgram dengan memanfaatkan tulisan font.
2. @Beezweakz melakukan pengemasan konten pada media sosial instagram untuk menarik daya tarik audiensnya yang bersifat informatif sekaligus menghibur. Konten ini dibuat agar audiens dapat menikmati dan menyukainya sehingga menimbulkan engagement yang baik dari audiens terhadap @beezweakz. Pengemasan konten melalui media sosial instagram menjadi konten yang membuat kualitas @beezweakz dalam benak audiens baik serta menunjukkan kapabilitasnya dari para pesaingnya. Dengan pengemasan yang menarik dan unik pada materi, konsep hingga design visual menjadi alasan @beezweakz untuk menciptakan brand image yang baik dengan harapan untuk menarik daya tarik audiens kepada @beezweakz.
3. Alasan mengapa @beezweakz menggunakan band jadul dalam profil adalah karena @beezweakz menyadari bahwa di masa ini kurangnya interaksi dan audiens. Banyak nya fitur-fitur yang mendukung dalam melakukan hal itu melalui media sosial instagram menjadi dukungan penuh @beezweakz dalam menarik daya tarik audiensnya secara luas. Sehingga hal tersebut dimanfaatkan dan dimaksimalkan oleh @beezweakz dalam menggunakan band jadul dalam profil. Dengan demikian alasan @beezweakz menggunakan band jadul dalam profil nya agar dapat membentuk branding yang baik dari audiens dan membangun engagement @beezweakz dengan audiensnya sehingga terciptanya kedekatan audiens dengan @beezweakz melalui konsep band jadul yang dijalankan lewat profil media sosial instagram.

#### Acknowledge

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan artikel ilmiah ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan, bimbingan, dan dorongan serta kritik dan saran yang sangat berarti dari berbagai pihak. Berbagai hambatan dan kesulitan pun peneliti jumpai dalam pembuatan artikel ilmiah ini, namun berkat semangat dan motivasi dari orang-orang terdekat membuat peneliti dapat melewati hal tersebut. Peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT. Kemudian Peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua yang selalu mendukung penelitian ini, serta tidak kalah penting kepada Ibu Yulianti, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing sekaligus Dosen Wali saya yang telah sabar memberikan arahan selama proses pengerjaan penelitian ini.

#### Daftar Pustaka

- [1] Andreani, F., Taniaji, T. L., & Made Puspitasari, R. N. (2012). The Impact of Brand Image Towards Loyalty with Satisfaction as A Mediator in McDonald's. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.64-71>
- [2] Cangara, H. Hafied. 2013. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- [3] Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. In Alfabeta Bandung.
- [4] Nugraha, S. K., & Yulianti. (2020). Strategi Konvergensi Media sebagai Sarana Promosi , Perluasan Pendengar dan Pembangan Konten. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 6(2), 339–342.
- [5] Mukhtar, P. D., & Pd, M. (2013). *Metode praktis penelitian deskriptif kualitatif*. Jakarta: GP Press Group.

- [6] Prayitno. (2012). *Jenis Layanan dan Kegiatan Pendukung Konseling*. Padang: Universitas Negeri Padang.
- [7] Putri, D. W., Hamdan, S. R., & Yulianti, Y. (2017). Perilaku Bermedia Digital Dalam Pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi Dikalangan Dosen Unisba. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 10(1), 11–24. <https://doi.org/10.29313/mediator.v10i1.2731>
- [8] Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo.
- [9] G. T. Bilqis and M. E. Fuady, “Hubungan antara Aktivitas Instagram Alfamart Gema Budaya Balaraja dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan,” *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 117–124, Dec. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i2.3125.
- [10] F. D. Musyaffa and D. Ahmadi, “Strategi Komunikasi PT. G dalam Menangani Isu Negatif di Media Sosial,” *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 109–114, Dec. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i2.3116.
- [11] T. Mufidah, “Hubungan antara Iklim Komunikasi Organisasi dengan Motivasi Kerja Karyawan,” *PERSON: PERSPECTIVES IN COMMUNICATION*, vol. 1, no. 1, 2023.