

## Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis *Vespa Matic Secondhand*

Muhamad Fachrie\*, Raditya Pratama Putra

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

\*fachriealfaridzi12@gmail.com, radityapratamaputra15@gmail.com

**Abstract.** The use of social media Instagram is currently influencing several online marketers. @justforscoot is a user who uses social media Instagram to sell. When using Instagram, @justforscoot offers marketing communication that is different from other competitors, namely Buying back marketing communications using an Instagram account. Used Vespa Matic is currently in great demand because the price is cheaper than buying a new one. This study uses a qualitative research method with a case study approach on Instagram @justforscoot. Research conducted reveals that @justforscoot uses new media theory and the concept of repurchasing, namely Instagram as a high-quality commercial marketing tool and at a price comparable to the quality of the product being sold and Instagram as a marketing tool. @justforscoot offers special prices at certain times. @justforscoot engages the audience by displaying visuals that spoil the eyes of buyers to get a detailed picture of what Vespa Matic is marketing through video content. Educating the public about buyback through Instagram is a step Justforscoot takes in the marketing communications process. Vespa quality assurance, price research and publication as well as communication with consumers is how justforscoot stabilizes Vespa prices. Adaptation of information technology and superior use of media and functions.

**Keywords:** Social media, Instagram, Buyback, Marketing Communication

**Abstrak.** Penggunaan media sosial Instagram saat ini mempengaruhi beberapa pemasar online. @justforscoot adalah salah satu pengguna yang menggunakan media sosial Instagram untuk berjualan. Saat menggunakan Instagram, @justforscoot menawarkan marketing communication yang berbeda dengan kompetitor lainnya, yaitu Membeli kembali komunikasi pemasaran menggunakan akun Instagram. Vespa Matic bekas saat ini banyak diminati karena harganya lebih murah dari harga beli baru. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada Instagram @justforscoot. Penelitian yang dilakukan mengungkapkan bahwa @justforscoot menggunakan teori media baru dan konsep pembelian kembali yaitu Instagram sebagai alat pemasaran komersial yang berkualitas tinggi dan dengan harga yang sebanding dengan kualitas produk yang dijual dan Instagram sebagai alat pemasaran. @justforscoot menawarkan harga khusus pada waktu-waktu tertentu. @justforscoot melibatkan audiens dengan menampilkan visual yang memanjakan mata pembeli untuk mendapatkan gambaran detail tentang apa yang dipasarkan Vespa Matic melalui konten video. Mendidik masyarakat tentang pembelian kembali melalui Instagram adalah langkah Justforscoot dalam proses komunikasi pemasaran. Jaminan kualitas Vespa, riset harga dan publikasi serta komunikasi dengan konsumen adalah bagaimana justforscoot menstabilkan harga Vespa. Adaptasi teknologi informasi dan penggunaan media serta fungsi yang unggul.

**Kata Kunci:** Media sosial, Instagram, Buyback, Komunikasi Pemasaran

## A. Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi membuat internet digemari oleh masyarakat. Salah satunya adalah lahirnya platform media sosial. Media sosial adalah alat komunikasi yang dirancang untuk berinteraksi satu sama lain, berbagi informasi, dan menyebarkan media yang informatif dan menghibur (Nasrullah, 2016). Saat ini, media sosial digunakan oleh semua lapisan masyarakat, mulai dari anak muda hingga orang tua yang sering menggunakan media sosial. Media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga alat promosi penjualan untuk memasarkan produk anda, dari barang bekas hingga barang baru.

Sistem pengembangan bisnis saat ini menikmati reputasi tinggi audiens yang besar karena sangat mudah untuk hidup baik untuk penjual dan pembeli. Internet dan media online mudah diakses oleh semua kalangan, misalnya dengan bantuan *smartphone*. Menurut Tekno Kompas, media baru itu seperti *smartphone* Jumlah pengguna berkembang pesat, pengguna *smartphone* di Indonesia pun demikian sekitar 210 juta pengguna aktif *smartphone* pada tahun 2022 (Tekno Kompas, 2022). Menggunakan layanan digital sebagai sarana berbisnis, warga negara Indonesia dapat mengiklankan produk bisnisnya kepada 210 juta pengguna aktif.

Pada umumnya masyarakat modern melakukan kegiatan seperti berbelanja mengunduh aplikasi dari *smartphone* menggunakan *smartphone* sebagai nama sebuah instrumen Orang-orang memilih aplikasi yang ingin mereka gunakan menjawab kebutuhan masyarakat itu sendiri. Kebanyakan orang menggunakan aplikasi kebutuhan yang berbeda dari setiap individu untuk keperluan atau kebutuhan sehari-hari lain Salah satunya di media sosial yang berdampak besar dan penting bagi bisnis Di sinilah Instagram masuk. Ketika kita berpikir tentang penelitian, kita terhubung 79 persen menggunakan Internet untuk melakukan transaksi online. Jadi ada Agar terpenuhi, masyarakat harus melakukan pembelian atau transaksi secara online kebutuhan (Tekno Kompas, 2022). Ada banyak pembelian dan penjualan online kepada masyarakat dalam layanan digital. Artinya, kebutuhan orang untuk membeli barang semakin mudah diakses.

Komunikasi pemasaran yang efektif berfungsi untuk menyebarkan informasi,

Mempengaruhi dan membujuk pasar sasaran (Tjiptono, 2015). dilihat oleh Menurut pernyataan tersebut, komunikasi pemasaran harus dilakukan secara cerdas pedagang untuk memasarkan produknya. Dalam penelitian ini penjual Vespa harus dapat menjual barang kepada publik.

Instagram menjangkau 1,45 miliar orang di seluruh dunia pada April 2022 (WeAreSocial, 2022). Instagram adalah salah satu media sosial yang paling populer dan banyak diperlukan Instagram adalah aplikasi yang memiliki dan bisa banyak fungsi Misalnya, pengguna menggunakannya untuk mengambil foto, merekam video, dan lainnya Instagram memiliki banyak fitur yang dapat digunakan dalam proses pemasaran. Keunggulan Instagram dibandingkan media sosial lainnya adalah alat pemasarannya Menit yang dapat menyampaikan pesan merek Anda melalui foto dan lainnya Video dengan kemampuan video langsung.

Membeli melalui media online lebih hemat daripada online langsung Hal ini meningkatkan penggunaan media online di Indonesia dan meningkatkan promosi persaingan, khususnya di dunia bisnis Toko online. Media sosial Instagram @justforscoot adalah toko online menjual berbagai macam skuter matic bekas namun cocok untuk berbagai keperluan Vespa matic, vespa matic yang dijual selalu dengan tipe yang berbeda dan berkualitas yang masih layak pakai. Hanya untuk Scoot di Instagram @justforscoot sendiri dibangun oleh Chaidir Azwin sejak tahun 2020. Media sosial Instagram @justforscoot mengacu pada kegemarannya mengoleksi berbagai jenis Vespa matic.

Sebagai pemasar, @justforscoot aktif dalam implementasi media sosial Instagram. @justforscoot terus mengunggah konten berdasarkan akun Instagram. Konten berupa gambar, video atau reel yang mempromosikan produk vespa matic memberikan informasi yang menarik dan memilih gambar atau Video kreatif dapat menciptakan citra yang baik dan membangkitkan minat kepada pembeli.

Dalam komunikasi pemasaran melalui @justforscoot Instagram mungkin memilikinya dengan promosi skema pembelian kembali akhir tahun menonjol dari pesaing lainnya. Pembelian Kembali Sistem adalah bisnis mendapatkan kembali investasi di perusahaan lamanya ditawarkan kepada publik. Pembelian kembali sering digunakan dalam produk investasi saham,

tetapi pembelian kembali itu sendiri dipahami sebagai transaksi pembelian mengembalikan barang yang dijual (Na'fi, 2020). Promosi layanan system Pembelian kembali ini khusus untuk pelanggan @justforscoot saat ini pernah beli produk Vespa-Matic dari @justforscoot? Dalam sistem pembelian kembali ini @justforscoot bersedia membeli kembali dengan harga pembelian awal hanya berlaku sampai akhir tahun. Pendanaan untuk program pembelian kembali ini tersedia Instagram @justforscoot untuk mengirimkan gambar, video, dan gulungan dapatkan tanggapan dari pengikut @justforscoot.

System buyback yang dilakukan oleh justforscoot ini menawarkan harga pembelian yang sama saat pembeli membeli dengan harga yang sebelumnya di justforscoot, dengan begitu konsumen merasa akan tidak rugi karena pihak justforscoot berani membeli dengan harga yang sama, sebelum melakukan system buyback ini tentunya pihak justforscoot melakukan pengecekan terhadap kendaraan vespa matic yang akan dibeli kembali mulai dari surat menyurat dan keadaan kendaraan. Apabila terdapat kekurangan, pihak justforscoot akan melakukan negosiasi harga yang tidak jauh dari harga pembelian.

Dengan persaingan yang semakin ketat saat ini, para pengusaha mempromosikan bisnis mereka dengan menyebarkan bisnis mereka di internet mengiklankan atau menawarkan produk mereka. Peran internet, khususnya media Media sosial Instagram dapat menarik konsumen jauh dari tempat usahanya dapat terus membeli produk yang diusulkan. Pemasaran adalah sebuah fungsi Hal terpenting bagi perusahaan adalah melanjutkan bisnis, tumbuh dan berkembang Menghasilkan keuntungan (Priangani, 2013). @justforscoot adalah salah satunya pemasaran komunikasi. @justforscoot menawarkan komunikasi pemasaran buyback menggunakan akun Instagram dan aktif menggunakan fitur-fitur Instagram seperti Kuesioner untuk berkomunikasi dengan konsumen ketika muncul Tidak ada pemasaran untuk pesaing bisnis di akun Instagram, Komunikasi yang hanya berfokus pada penawaran produk Di umpan Instagram. Terkait feed Instagram, @Justforscoot menggunakan fitur-fitur Instagram seperti mengunggah feed, tanya jawab, dan story Instagram ke pasar. produk vespa. Oleh karena itu peneliti menekankan judul “instagram sebagai media komunikasi pemasaran bisnis vespa matic secondhand”

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami strategi komunikasi pemasaran buyback dalam media sosial instagram @justforscoot, Untuk memahami system stabilitas harga yang diterapkan dalam kegiatan komunikasi pemasaran @justforscoot melalui buyback, Untuk memahami alasan @justforscoot menggunakan media sosial instagram sebagai media pemasaran.

## **B. Metodologi Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif untuk memahami fenomena berdasarkan perasaan subjek atau informan mempelajari penelitian (Moleong, 2018). Pilihan dan penggunaan metode penelitian memiliki dampak besar pada penelitian berbasis topic untuk mempelajari Dalam penelitian ini, fenomena yang dialami subjek diteliti vespa sebagai alat untuk acara buyback dan penggunaan Instagram Komunikasi pemasaran @Justforscoot secara teoritis dianalisis dan terstruktur dan pendekatan yang ada. Tanggapan informan terhadap acara buyback dan informan lainnya mengenai penggunaan Instagram sebagai alat komunikasi pemasaran menjadi dasar pengolahan penelitian. Begitu juga dengan penelitian ini untuk memahami fenomena yang dialami peneliti Instagram sebagai media komunikasi pemasaran ini.

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

### **Proses Komunikasi Pemasaran Buyback Dalam Media Sosial Instagram @justforscoot**

Instagram @Justforscoot proses komunikasi pemasaran pembelian kembali berisi penelitian yang ditemukan oleh peneliti. Pertama, Justforscoot mulai melatih perusahaan secara internal tentang sistem pembelian kembali. Secara internal, Justforscoot perlu memahami sistem buyback ini. Artinya, mampu menawarkan pemasaran dalam penjualan Vespa.

Selain itu, peneliti juga menemukan penelitian yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Justforscoot meneliti beberapa industri yang menggunakan program buyback, seperti emas dan saham. Padahal, seperti halnya Vespa, industri otomotif memiliki standar tersendiri

dalam menggunakan sistem buyback. Hal ini mempengaruhi harga jual dan beli Vespa.

Selain meneliti sistem buyback di sektor lain, Justforscoot juga bertujuan untuk menjajaki pasar sistem buyback. Penelitian ini diperlukan dengan trial and error saat Anda membeli dan menjual Tawon melalui sistem buyback. Rupanya, tim Justforscoot membutuhkan waktu dua bulan untuk mengerjakan sistem pembelian kembali.

Ada juga semakin banyak pelatihan tentang sistem pembelian kembali justforscoot. Media sosial publik Instagram Justforscoot adalah Orang yang pernah berbisnis dengan Justforscoot di masa lalu. Sebaliknya Ini adalah edukasi audiens melalui fitur Instagram seperti feed. Oleh karena itu, proses pemasaran Vespa dapat berlanjut melalui komunikasi pesan langsung.

Justforscoot bertanggung jawab untuk memaksimalkan fitur Instagram mendukung pemasaran. Fitur seperti Umpan, T&J, Cerita Instagram, Peran dan sorotan dimaksimalkan untuk tujuan pemasaran dan Penjualan Vespa. Pembelian kembali adalah bagian penting dari implementasi proses Pemasaran sebagai bentuk pendidikan.

Setelah menyelesaikan serangkaian proses komunikasi pemasaran vespa ada tanggapan positif dari penonton Justfroscoot melalui Instagram sendiri Umpan balik dikirim dengan berbagai cara beberapa fitur Instagram. Dalam hal ini, saran dikirim oleh Ulasan tentang pesan langsung, aliran, dan gulungan Instagram Justforscoot. Pembelian kembali dianggap sebagai sistem yang baik karena prosesnya Perpesanan Justforscoot mudah dimengerti. Melalui media berbasis digital, para pelaku usaha kini lebih mudah menginformasikan dan memperkenalkan bisnisnya untuk membentuk tingkat awareness (Putra, 2023). Inti dari pernyataan tersebut mengenai kesadaran public akan apa yang kita pasarkan. Dengan proses digitalisasi, Justforscoot berusaha untuk meningkatkan kesadaran publik mengenai buyback dengan segala feedback yang diterima. Dengan adanya penjualan dan feedback mampu dikatakan, bahwa proses komunikasi pemasaran Justforscoot pada Instagram sudah dijalankan.

Proses komunikasi pemasaran di Instagram di Justforscoot dimulai dengan pelatihan internal tentang sistem pembelian kembali. Lalu lanjutkan Jelajahi program pembelian kembali di sektor lain seperti emas dan saham. Kemudian Justforscoot mencoba meneliti sesuatu tentang sistem pembelian kembali Vespa dan pemanfaatan Instagram sebagai sarana pemasaran vespa maksimalkan semua fitur yang ada seperti Streams, Reels dan Instagram cerita lain Dalam beberapa proses tersebut, Justforscoot mendapat tanggapan positif terhadap pemasaran Vespa dari masyarakat sistem pembelian kembali.

### **Sistem Stabilitas Harga Dengan Komunikasi Pemasaran Justforscoot Melalui Buyback**

Berbicara stabilitas harga berarti kita sedang berbicara Kualitas barang dalam hal ini Vespa. kertas Vespa sempurna merupakan inti dari proses jual beli. Juga otorisasi Vespa, seperti rangka motor, merupakan bagian penting dari proses jual beli dan mesin. Padahal, bisa dibilang kualitas Vespa itu penting terdepan dalam proses jual beli.

Saat menjual Vespa ini, harganya cukup sulit. Penjual Vespa memanipulasi harga untuk menarik konsumen. Jauh sebelum itu, Justforscoot meriset harga Vespa lewat Instagram Berikut cara menentukan harga.

Ada langkah-langkah untuk menekan dan menstabilkan harga Hanya untuk langkah tim yang cepat. Advokasi dan negosiasi adalah Langkah yang dipilih Justforscoot saat memainkan hadiah. masalah ini disesuaikan dengan proses penerbitan dan pemasaran serta kualitas Vespa.

Pada prinsipnya stabilisasi harga terjadi melalui observasi Kondisi dan Kelengkapan Surat Vespa. Dalam hal itu Dimungkinkan juga untuk membeli dan menjual melalui sistem pembelian kembali. Artinya, Vespa sedang dalam proses stabilisasi harga di Justforscoot.

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat poin riset segmentasi pasar vespamelalui Instagram dengan sistem buyback. Buyback banyak digunakan terhadap produk investasi saham tetapi buyback sendiri di pahami sebagai suatu tindakan untuk membeli kembali barang yang telah dijual tersebut (Na'fi, 2020).

Sebuah kesimpulan diambil dari hasil penelitian tentang system hanya untuk stabilisasi harga. Artinya, harga dapat distabilkan melalui uji coba Kualitas Vespa dan Kesempurnaan Dokumen, Riset Harga Pasar Vespa Ledakan pembelian kembali di Instagram dan proses

penerbitan dan komunikasi seperti melobi negosiasi dengan konsumen. Dengan demikian, stabilisasi harga terjadi.

### **Urgensi @justforscoot Menggunakan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Konsep Buyback**

Alasan menggunakan Instagram sebagai alat pemasaran mengarah pada adaptasi teknologi informasi. Dengan demikian, media sosial Instagram dengan segala fungsi yang ada seperti reels, feeds, Q&A dan lainnya dapat dimanfaatkan untuk mengadaptasi teknologi informasi. Oleh karena itu, proses informasi sudah cukup.

Hal ini selaras dengan teori New Media. Teori New Media merupakan teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Teori ini berisi mengenai perkembangan media yang dimana media online tersebut berbasis teknologi, bersifat fleksibel serta interaktif dan berfungsi secara publik maupun pribadi dalam menggunakan internet (Mondry, 2016).

Penggunaan media sosial Instagram dipilih karena manfaatnya fitur khusus. Berfungsi penuh dan mampu memenuhi kebutuhan komunikasi dan pemasaran oleh Justforscoot. Hal ini sangat berbeda dengan media sosial lain.

Menggunakan media sosial seperti Instagram memang menguntungkan Bisnis. Salah satunya dengan anggaran. Fokus pada anggaran pemasaran untuk dikurangi. Dari sini dapat disimpulkan bahwa Instagram digunakan sebagai alat pemasaran dengan keunggulan biaya rendah.

Selain perkembangan teknologi informasi dan biaya yang murah Instagram juga merupakan media yang populer bagi banyak pengguna Indonesia. Itu menjadikan Instagram yang terpilih Media Pemasaran Justforscoot.

Justforscoot dimungkinkan melalui Instagram menghasilkan konten serbaguna dengan semua fitur yang tersedia. Berbagai konten seperti foto, video dan lainnya dapat didukung Pemasaran dan Penjualan. Instagram juga merupakan media dengan ruang obrolan yang besar. masalah ini memungkinkan proses komunikasi dua arah antara penjual dan pelanggan pembeli. Fitur seperti pertanyaan dan jawaban, serta komentar dan pesan langsung merupakan sarana komunikasi dua arah. Pada dasarnya, Opsi komunikasi dua arah seperti itu harus dibuat untuk alasan pemasaran dan penjualan Justforscoot.

Menurut Atmoko, Bambang Dwidalam (Utari, 2017), bahwa Instagram adalah aplikasi layanan berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk berfoto dan memberi filter, lalu menyebarkanluaskannya di jejaring sosial, termasuk pemilik Instagram sendiri. Artinya, pemilik Instagram yaitu Justforscoot memiliki kuasa penuh atas akun dan seluruh perkembangannya.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa Justforscoot menggunakan Instagram sebagai alat pemasaran karena berbagai alasan, seperti adaptasi teknologi Informasi, bentuk penggunaan media sosial, kelebihan fungsi Instagram, rendah Harga, media populer di Indonesia, beragam konten dan media dalam forum publik yang luas. Beginilah cara Instagram bisa mendukung pemasaran dan proses bisnis Justforscoot.

### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di uraikan untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai instagram sebagai media komunikasi pemasaran bisnis vespa matic secondhand (Studi Kasus Pada Program Komunikasi Pemasaran Digital Dengan Sistem Buyback Akun Instagram @justforscoot) dengan menggunakan pendekatan kualitatif, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Setelah menyelesaikan serangkaian proses komunikasi pemasaran VespaJustfroscoot via Instagram, feedback positif dari masyarakat. Ada berbagai jenis umpan balik untuk berbagai fitur Instagram. Dalam hal ini, saran akan diberikan oleh sertifikat Direct Posting, Umpan, dan Gulungan Instagram Justforscoot. Pembelian kembali dipandang sebagai suatu system Ini bagus karena mudah untuk meneruskan pesan di Justforscoot dipahami.
2. Dari hasil penelitian, ditarik kesimpulan tentang sistem stabilisasi harga hanya untuk harga. Harga itu bisa distabilkan dengan tes kualitas vespa dan kelengkapan surat, kajian

- harga pasar Vespa dengan cara buyback Instagram dan proses penerbitan dan komunikasi mirip dengan melobi negosiasi konsumen. Sehingga harga Vespa stabil.
3. Dapat disimpulkan bahwa Justforscoot menggunakan Instagram dengan nama tersebut media pemasaran karena berbagai alasan, seperti penyesuaian teknologi informasi, Bentuk penggunaan media sosial, manfaat fitur instagram, terjangkau, media itu populer di Indonesia, konten dan media yang kaya dalam obrolan public lebar Ini memungkinkan Instagram untuk mendukung pemasaran dan proses bisnis justforscoot.

### Acknowledge

Peneliti mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, kedua Orang Tua, Dosen Pembimbing Raditya Pratama Putra, S.I.Kom., M.I.Kom. dan informan penelitian peneliti yang mendukung, mengarahkan dan membantu dalam proses penelitian ini.

### Daftar Pustaka

- [1] Kotler, P, & Keller, K.L. 2016. Manajemen Pemasaran, Edisi Kelima Belas. Jakarta: Erlangga
- Lexy J. Moleong. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi. Revisi, P. 410).
- [2] Mulyana, Deddy. 2013. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja. Rosdakarya.
- [3] Prisgunanto, Ilham. 2014. Komunikasi Pemasaran Era Digital. Prisani Cendekia: Jakarta.
- [4] Ramadhan MA, Chatamallah M. Strategi Komunikasi Pemasaran X. J Ris Public Relations [Internet]. 2022 Jul 5;19–22. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/641>
- [5] Ramadhan BR, Gartanti WT. Strategi Komunikasi Pemasaran Bengkel Kulit Melalui Instagram. J Ris Public Relations [Internet]. 2022 Jul 6;47–52. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/886>
- [6] Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung
- [7] Rachmansyah MR, Palapah MAO. Promosi Concept Store melalui Media Sosial. J Ris Public Relations [Internet]. 2023 Jul 17;7–14. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/1798>
- [8] Yin, R. K. 2018. Case Study Research and Applications: Design and Methods 6<sup>th</sup> Edition. Singapore: SAGE Publications, Inc.
- [9] Tjiptono, F. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi keempat. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi Offset.
- [10] Mukhtar. 2013. Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif. Jakarta: Referensi. (GP Press Group).