

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. SAJIAN DATA

Pada Bab III, peneliti akan memaparkan data yang diperoleh mengenai penggunaan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran online oleh Adorable Projects dalam meningkatkan penjualan. Data yang diperoleh peneliti berupa wawancara mendalam dengan informasi yang telah ditentukan dan dokumentasi sebagai data pendukung.

1. Perencanaan

Pemasaran online memerlukan pengunggah foto dan yang mengambil gambar melalui kamera untuk diunggah di media sosial seperti Instagram, suatu proses atau prosedur transmisi suatu data atau file dari sebuah sistem perangkat komputer atau perangkat lainnya menuju sebuah sistem perangkat komputer berbeda atau sebuah *server* dan sangat berbalik arah dengan download. Adorable Projects dalam hal ini memiliki karyawan yang bertugas sebagai pengunggah dan yang mengedit foto atau video sebelum diunggah di akun media sosial Instagram seperti yang diungkapkan Fajar Nugraha :

“Kita biasanya sebelum mengunggah foto ada pengeditan terlebih dulu seperti menuliskan nama harga pada foto dan nama produk pada foto yang akan diunggah, itu Ira dan saya selaku pemilik Adorable Projects juga ikut turun

tangan dalam hal ini seperti mau menuliskan harga pada gambar di bagian sebelah atas kiri atau di samping produk pada gambar yang diunggah. Hampir setiap minggu kami melakukan sesi foto produk untuk diunggah di media sosial.” (Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

Agar menarik pelanggan tampilan *background* harus dibuat semenarik mungkin, khususnya online shop yang memasarkan produk yang fokus untuk wanita. *Background* yang menarik dapat membuat mata pelanggan wanita tertarik dan ingin mengetahui tentang produk yang menurut para wanita itu menarik hanya karena *background*-nya. *Background* pada setiap foto dan video dari *Adorable Projects* pun di buat untuk konsumen agar tidak bosan melihat foto dan video yang mereka unggah ke media sosial mereka :

“Background kita sebenarnya itu backdrop putih lalu saat fotonya jadi kita edit menggunakan warna-warna pada background itu supaya tidak bikin sakit mata saat dilihat, makanya kita pilih warna yang soft semacam peach, abu-abu, dan krem. Kita memilih background dengan warna-warna itu juga biar ada identity nya jadi kayak pas konsumen lihat foto dengan background kayak warna-warna soft yang kita pakai itu bisa bikin mereka jadi tau kalau itu *Adorable Projects*.” (Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

Proses upload sangat tergantung dari *user* atau pemakai dan beberapa faktor lainnya seperti koneksi internet ataupun kondisi perangkat tersebut. Upload bertujuan agar para pengguna internet yang berada di dunia dapat memanfaatkan, melihat serta berguna untuk orang lain yang ada di dunia

maya. Mengunggah foto dan video atau upload ke media sosial hanya bisa digunakan oleh satu komputer atau handphone saja, Fajar Nugraha menjelaskan bahwa mereka mengunggah foto dan video menggunakan komputer dari ruangan kerja dari owner :

“Kita biasanya mengunggah foto dan video yang baru menggunakan komputer dari ruangan kerja saya dan ira dikarenakan kita hanya memiliki satu akun instagram jadi kita mengunggah dari komputer diruangan kerja saya dan Ira, tapi kita juga memiliki beberapa komputer yang terhubung dengan akun instagram kami dan para karyawan kami yang memegang komputer tersebut untuk terhubung langsung dengan konsumen kami, dan karyawan kami dibagian tersebut semuanya laki-laki.” (Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

Mengunggah foto untuk suatu online shop tentunya memerlukan banyak unggahan dalam satu harinya sebab banyak produk yang harus diunggah, atau yang biasa dikenal dengan kejar target. Adorable Projects mengunggah foto setiap hari melalui akun-akun media sosialnya, di Instagram Adorable Projects mengunggah foto cukup banyak sebab produk Adorable Projects tidak hanya sepatu tetapi juga tas, pakaian, dan *accessories* lainnya :

“Saat ini kurang lebih sekitar 12-15 foto per harinya dikarenakan produk yang kita pasarkan bukan hanya satu produk dan itupun bervariasi dari sepatu, pakaian, tas, hingga dompet. Itu pun masih terbilang banyak untuk unggahan foto dan video sebab akun kami belum ditandai sebagai akun asli jadi foto dan video kami sering hilang

dengan sendirinya.” (Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Setiap produk tentunya memiliki nama atau kode sebagai tanda pengenal produk yang membedakannya dari produk lain. *Adorable Projects* juga menggunakan nama pada produknya agar lebih mudah untuk mencari produk yang dibeli konsumen dan nama-nama produk tersebut dibuat sendiri oleh Ira selaku owner :

“Kita menggunakan nama pada produk agar lebih mudah untuk mencari produk tersebut kira-kira digudang kami masih ada atau sudah sold out karena kebanyakan customer kami sering menanyakan produk yang sudah lama kami upload. Dan juga tidak semua produk kita sama jadi kita butuh untuk menamai produk-produk kita begitu juga dengan produk pakaian dan juga pastinya kita memiliki banyak rak untuk sepatu dan sandal agar tidak bingung jadi kita menggunakan nama. Kita juga memiliki ruangan tersendiri untuk sepatu dan ruangan lainnya untuk pakaian agar gudang kita teratur.” (Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

Menentukan target pasar atau konsumen merupakan sebuah upaya perusahaan untuk fokus dan konsentrasi dalam melayani pada salah satu pasar atau konsumen tertentu yang dituju. Hal ini diperlukan supaya tujuan pemasaran bisa berjalan secara efektif dan efisien. *Adorable Projects* memiliki konsumen yang bisa dibedakan bisa sangat menguntungkan :

“Sebagian besar konsumen dari adorable sendiri paling banyak itu wanita, mencakup pelajar dan mahasiswa dan sisanya profesional dan karyawan. Kita memilih wanita sebab wanita lebih laper mata yah dan itu bisa sangat menguntungkan dalam dunia bisnis.” (Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

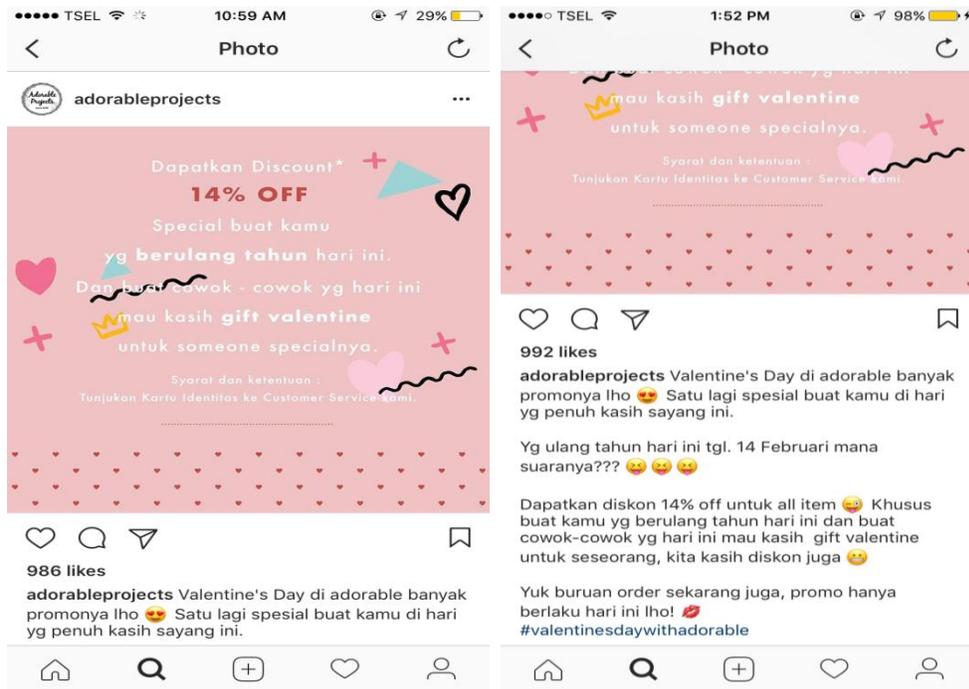
Media sosial adalah alat pemasaran baru yang memungkinkan untuk mengetahui pelanggan dan calon pelanggan dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin. Untuk kelancaran dalam proses jual-beli Adorable Projects memerlukan media sosial untuk *chatting* oleh sebab itu Adorable Projects memilih menggunakan messenger lain seperti LINE, Whatsapp dan BBM untuk para konsumen yang ingin bertanya lebih lanjut tentang produk dari Adorable Projects yang diinginkan atau untuk memesan produk dari Adorable Projects :

“Kita menggunakan LINE, Whatsapp, dan BBM untuk customer service sebanyak 30 cs dibagi perwilayah dengan jumlah terbanyak untuk jabodetabek. Jadi cs tersebut ada untuk setiap wilayah di Indonesia dari Indonesia timur hingga barat kita punya cs masing-masing dikarenakan LINE hanya bisa dibuka menggunakan satu id sehingga kita membuat cs perwilayah tersebut, yang menghandle cs kita tersebut adalah karyawan kita yang berbasis di Bandung juga. Agar lebih mudah kita menggunakan id LINE dengan nama AdorableProjects001 sampai dengan AdorableProjects030. Untuk akun Whatsapp kita menggunakan nomor telepon yang berbeda untuk setiap wilayah dan begitu pula dengan BBM kita menggunakan pin yang berbeda untuk setiap wilayah.” (Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

Promosi dapat diartikan sebagai insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk/jasa. Promosi meliputi pilihan sarana yang luas (mis; *event*, potongan harga, dan lainnya) dan semuanya mempunyai keunikan. Tujuan promosi sangat beragam, penjual bisa menggunakan promosi untuk mendorong pembelian pelanggan jangka pendek atau meningkatkan hubungan pelanggan jangka panjang. Seperti yang diungkapkan Fajar Nugraha sebelumnya, kegiatan promosi pada akun Instagram bisnis *online* Adorable Projects. Dimana promosi dilakukan dengan menggunggah gambar-gambar dan video-video produk yang diberi potongan harga (diskon), serta membuat *event* atau lomba *fashion* menggunakan produk dari Adorable Projects :

“Posting secara konsisten, posting foto/video yang original dan menarik dengan menggunakan warna background foto dan video yang menarik dimata, membangun komunitas melalui hashtag, berinteraksi dengan semua pengguna dan campaign. Kita juga sering diskon dan event atau lomba fashion menggunakan produk dari Adorable Projects untuk menarik pelanggan, kita biasa bikin event juga menggunakan hastag misalkan salah satu event yang kita buat untuk konsumen yang suka ootd atau outfit of the day bisa ikutan event asalkan foto dan upload di instagram menggunakan produk dari Adorable dan kita gunakan hastag #adorablemysterybox pemenangnya kita beri hadiah berupa ‘Mystery Box’ senilai 250.000 dan hastag untuk barang diskon dari kita seperti di hari valentine kita gunakan hastag #valentinesdaywithadorable.” (Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

Berikut beberapa promosi dan *event* yang terdapat pada akun Instagram *Adorable Projects* :



Gambar 3.1.1 : Diskon Adorable Projects

Gambar 3.1.2 : *Event* Adorable Projects

adorableprojects



1,112 likes

adorableprojects Hi girls 🥰

Minggu ini kita lg ngadain event #ootd contest nih.



adorableprojects



1,117 likes

adorableprojects Terima kasih sudah berpartisipasi dan mengikuti perjalanan event #adorablemysterybox selama 10 hari. Bering belum beruntung, jangan berkecil hati.



1,111 likes

adorableprojects Hi girls 🥰

Minggu ini kita lg ngadain event #ootd contest nih. Buat kamu yg hobi foto ootd, kini berkesempatan buat mendapatkan hadiah berupa 'Mystery Box' dari kita senilai Rp. 250,000.

Caranya mudah banget, kamu cukup upload foto terbaikmu memakai product adorable di instagram dan jangan lupa tag ke kita dengan menggunakan hashtag #adorablemysterybox 🥰 Oia, jgn diprivate ya profile nya 🥰

Pemenang akan di umumkan setiap hari mulai periode tanggal. 12 s/d 22 Januari 2017

Ayo segera siapkan foto terbaikmu dan jangan sampe kelewatan eventnya 🥰

Semoga beruntung 🍀



2. Pelaksanaan

Informasi-informasi yang disampaikan juga harus jelas agar konsumen tetap berbelanja di suatu online tersebut, oleh sebab itu *Adorable Projects* memberikan informasi yang lengkap melalui Instagram menyangkut produk-produk mereka untuk konsumennya :

“Informasi produk tentunya seperti harga produk, bahan dari produk kami, itu yang sering banyak ditanyakan mengenai bahan dari produk sehingga itu yang paling kami tonjolkan disetiap unggahan kami dan kami ingin memperkenalkan produksi sepatu secara handmade dengan harga yg terjangkau serta kualitas yang baik, dan secara tidak langsung mengangkat pengrajin lokal.” (Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

Berikut gambar barang *new arrival* dari *Adorable Projects* yang di posting menggunakan konten “*your story*” di Instagram :



Gambar 3.2.1 : *New Arrival* produk *Adorable Projects* melalui Instagram Story



Gambar 3.2.2 : *New Catalogue* Adorable Projects

Penyampaian informasi dari suatu perusahaan ke khalayak atau konsumen harusnya tetap sasaran apalagi mengenai produk dari perusahaan tersebut, menyampaikan informasi melalui judul (*caption*) di Instagram untuk suatu online shop harus secara lebih detail mengenai bahan dan jenis produk yang ada pada foto atau video yang diunggah. Dalam hal ini Adorable Projects menyampaikan informasi mengenai produk-produk secara detail mulai dari harga hingga bahan dan jenis produk :

“Kita menulis secara detail di caption unggahan foto mengenai bahan apa yang digunakan, jenisnya apa, ukurannya apa saja, dan untuk sepatu karena kita mengukur menggunakan penggaris, jadi kita juga menulis untuk cm ukuran sepatu, supaya konsumen kita tidak bingung memilih ukuran sepatu, biasanya kita sarankan satu ukuran lebih besar dari ukuran yang biasa konsumen kita pakai.”
(Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

Dalam pemasaran melalui media online, suatu online shop memerlukan adanya *feedback* dari konsumen sebagai bentuk ketertarikan konsumen terhadap produk dari online shop tersebut. Di Instagram, Adorable Projects mendapat banyak *feedback* dari para konsumennya dan konsumen dari Adorable Projects terbilang sangat aktif memberi *feedback* untuk setiap unggahan terbaru yang di unggah Adorable Projects. Untuk menjaga komunikasi antara Adorable Projects dan konsumennya, setiap komentar dari para konsumen dibalas dengan sangat sopan oleh Adorable Projects. *Feedback* yang diterima Adorable Projects langsung dari konsumen melalui akun Instagram mereka :

“*Feedback* yang kita terima variatif tergantung konten informasi yg diberikan dan biasanya konsumen kita langsung merespon unggahan foto terbaru yang kita update, banyak dari mereka yang menanyakan cs atau customer service untuk daerah mereka karna Adorable Projects memiliki cs di setiap daerah diseluruh Indonesia dari timur hingga barat Indonesia, ada juga yang menanyakan harga, panjang dan lebar produk yang kita update padahal sudah ada keterangan panjang dan lebar saat kita upload, harganya juga sudah kita tulis di dalam foto produk yang kita upload tersebut. Tapi di update-an video kita tidak menuliskan harga didalam video itu tetapi harganya kita

tulis diketerangan.” (Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)



Gambar 3.2.3 : *Feedback* di Instagram Adorable Projects

Adapun strategi dalam melakukan pemasaran melalui media online. Sebuah proses penyusunan komunikasi yang sebelumnya sudah di susun dengan beberapa kaedah dan bertujuan untuk memberikan sebuah informasi kepada seseorang mengenai produk barang atau jasa yang sedang dijual melalui internet, dalam kaitan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna melalui online atau media internet. Strategi pemasaran Adorable Projects terbilang sangat sederhana seperti yang diungkapkan Fajar :

“Kami harus menguasai pemahaman lebih akan media (update) yang berhubungan dengan dunia online memang lebih sulit untuk memastikan apakah memang mereka tahu tentang produk atau jasa yang kita tawarkan atau mungkin masih awam. Bisa dikatakan bahwa dunia online hanya dikenal bagi mereka kalangan menengah ke atas, untuk kalangan bawah mungkin akan sukar untuk memastikan mereka untuk memiliki produk yang kami jual. Dan juga harus mampu mengadaptasi dan mengembangkan ide ide yang dituangkan kedalam strategi dalam pemasaran.”
(Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

Menyampaikan *informasi sangat penting untuk online shop* kepada konsumen dengan menggunakan media visual untuk membuat masyarakat awam yang belum mengetahui akan pemasaran melalui media online menjadi tahu akan produk yang ada di media sosial. Adorable Projects memasarkan produknya melalui foto dan video dan media yang digunakan untuk menyampaikan informasi tentang produk mereka yaitu dengan menggunakan media visual, foto dan video melalui Instagram :

“Kita biasanya memasarkan barang melalui foto dan video dan media yang digunain bisa melalui media visual, campaign video dan foto di instagram, facebook dan twitter. Kita juga beberapa waktu lalu memperkenalkan produk kita kepada khalayak yang mungkin belum mengenal produk kita melalui media televisi yaitu CNN yang mewawancarai kami tentang bisnis anak muda.”
(Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

Untuk menarik konsumen mengunjungi akun Instagram suatu online shop sangat sulit jika online shop tersebut belum memiliki nama yang besar. Membutuhkan strategi khusus untuk menarik pelanggan

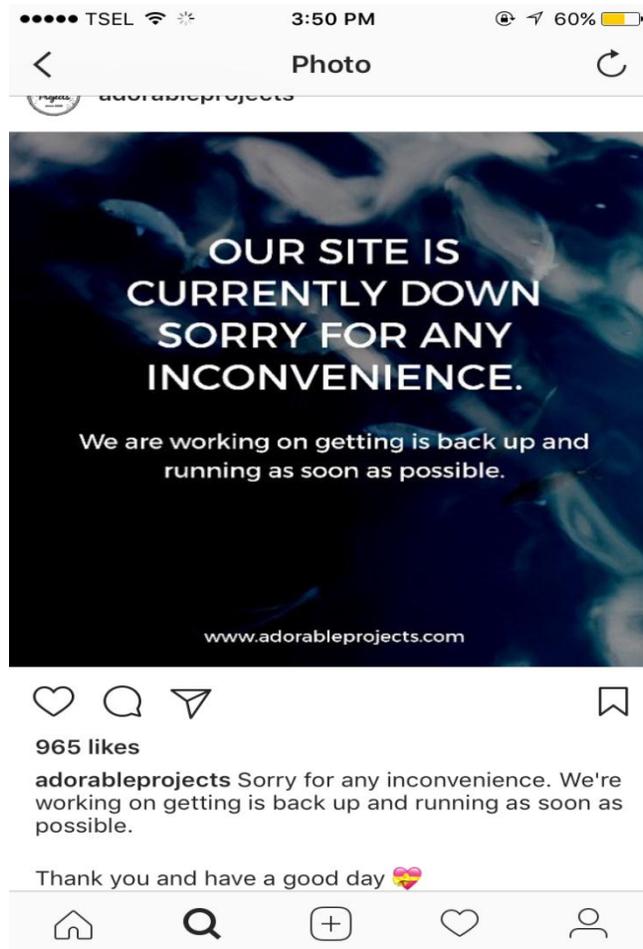
mengunjungi akun media sosial suatu online shop. Agar bisa menarik konsumen, membuat konten yang bagus dan menarik dengan tujuan untuk menambah jumlah *like* atau *followers*. Maka, selain memberikan konten yang menarik, berikan juga informasi mengenai produk. Cara Adorable Projects dalam menarik konsumen untuk membeli produk dari mereka :

“Awalnya pelajari target pasar terlebih dahulu seperti apa keinginan, kebutuhan calon pelanggan dan berikan pelayanan yang memuaskan. Jujur, tidak melebihkan, mengutamakan kepuasan semua pihak terutama konsumen.” (Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam menarik palangan, iklan juga bisa gunakan, seperti iklan pada media sosial Instagram. Periklanan merupakan semua bentuk aktivitas presentasi nonpribadi dan promosi ide, barang, atau jasa dengan sponsor tertentu. Pada bisnis *online* Adorable Projects, periklanan belum dilakukan sebab belum memiliki izin ADS dari pihak google. Sementara sponsor dalam hal ini juga tidak dibutuhkan, karena pengunduhan media sosial termasuk Instagram bebas biaya, baik itu *device* berbasis IOS maupun *android*. Yang penting untuk diperhatikan hanyalah ketersediaan dari paket *internet* ataupun jaringan *wi-fi* agar proses pengunggahan foto berjalan dengan lancar. Fajar mengungkapkan bahwa Adorable Projects belum merencanakan periklanan yang spesifik terhadap produk-produk mereka :

“Untuk saat ini kami belum membuat ads khusus yaitu salah satu layanan iklan yang diberikan google pada website yang mengajukan permohonan untuk memuat iklan dari google, yang mana nanti apabila ada orang yang mengklik iklan tersebut, maka pemilik website tersebut akan mendapatkan komisi dari google, atau dengan kata lain Pay Per Click (PPC). Tapi tidak semua iklan yang diclick akan mendapatkan komisi dari google. Google biasanya hanya memberikan komisis atau dolar pada website yang biasanya menggunakan bahasa inggris dan iklan dari google tersebut sesuai dengan website atau blog tersebut sebab ads atau adsense tidak menirma website dengan bahasa Indonesia. Kita juga memiliki konsumen yang setia dan kadang kala konsumen kita banyak yang update foto melalui instagram dan menge-tag kita di akun instagram mereka dari situ juga bikin banyak yang kenal kita dan mem-follow kita di akun instagram.” (Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

Dalam membangun hubungan baik dengan kinsmen diperlukan humas atau *public relations*. Hubungan masyarakat merupakan usaha untuk membangun hubungan baik dengan berbagai pihak dalam rangka mendapatkan publisitas yang diinginkan, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menanggapi rumor, berita, dan kejadian tidak menyenangkan. Pada bisnin online Adorable Projects, kegiatan ini dilakukan pada saat Adorable Projects memposting foto mengenai gangguan yang terjadi pada website mereka dan diposting melalui Instagram.



Gambar 3.2.4 : Hubungan Masyarakat Adorable Projects

Contoh diatas menunjukkan bahwa Adorable Projects berusaha untuk membangun citra perusahaan yang baik dengan menginformasikan tentang kerusakan yang sedang terjadi di website dari Adorable Projects. Selain untuk menjaga loyalitas konsumen, postingan ini juga bertujuan untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen yang membeli produk melalui website.

Usaha yang ditempuh Adorable Projects dalam menjalin hubungan baik dengan konsumen disaat terjadi kerusakan pada salah satu situs sedang mengalami kerusakan :

“Dalam postingan pemberitahuan tentang kerusakan tersebut ada beberapa konsumen yang berkomentar tentang mereka telah melakukan transaksi melalui situs kami yang sedang mengalami kerusakan itu dan tinggal melakukan konfirmasi payment, kami akan membalas komentar konsumen dan menjelaskan beberapa kendala yang sedang terjadi dan akan kami konfirmasi jika sudah normal kembali. Saat hal itu terjadi konsumen kami tetap setia dan sabar menunggu hingga kegiatan jual-beli normal kembali dan juga penjualan kami tetap normal.” (Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

Pada bisnis online Adorable Projects ini penjualan secara personal tidak dapat dilakukan melalui Instagram. Hal ini dikarenakan penjualan personal memerlukan adanya proses tatap muka dan penyampaian informasi produk secara lisan. Tetapi saat ini Instagram telah memiliki konten *story* yang bisa membuat video untuk memperlihatkan *warehouse* dari Adorable Projects dan mengajak konsumen untuk datang dan melihat langsung produk dari Adorable Projects :

“Untuk saat ini kami terbantu dengan adanya IG Story. Jadi kami bisa mengajak konsumen untuk datang langsung ke warehouse kami dan untuk melihat langsung produk yang kami buat dan banyak konsumen yang datang ke warehouse itu biasanya langsung membeli produk kami saat itu juga, disitu biasanya kegiatan penjualan personal kami lakukan. Kegiatan penjualan personal itu mampu meningkatkan penjualan kami tetapi pengaruhnya belum

terlalu signifikan dibandingkan dengan penjualan melalui online.” (Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

Pemasaran langsung merupakan hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respon segera dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Pemasaran langsung digunakan untuk mengkomunikasikan kegiatan perusahaan kepada konsumen. Komunikasi yang efektif akan mengubah tingkah laku konsumen dan akan memperkuat tingkah laku yang telah diubah sebelumnya.

Pada bisnis online Adorable Projects, pemasaran langsung berjalan saat Adorable Projects mengunggah foto produk di Instagram yang dapat juga disebut katalog. Setelah konsumen melihat-lihat catalog, maka selanjutnya mereka akan menanggapi dan memberika tanda like atau suka maupun berkomentar pada foto produk tertentu.



Gambar 3.2.5 : Pemasaran Langsung oleh Adorable Projects

Pada gambar diatas menunjukan setelah Adorable Projects mengunggah foto produk, ada beberapa konsumen yang memberikan komentar menanyakan soal model produk yang diunggah, kemudian langsung ditanggapi oleh Adorable Projects. Balasan komentar dari Adorable Projects menunjukan bahwa Adorable Projects sangat sopan dalam melayani para konsumennya seperti yang dikatakan Fajar :

“Kalau pemasaran langsung biasanya kami sangat cekatan dalam hal itu, sebab hal itu langsung merespon konsumen kami yang menanyakan hal-hal seputar produk kami, jadi kami mencoba sesopan mungkin untuk membalas komentar pertanyaan-pertanyaan konsumen kami.” (Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

Dalam bisnis online pasti memiliki hambatan dalam rangka membangun komunikasi pemasaran yang efektif, suatu perusahaan pasti mengalami hambatan ataupun kendala. Terutama apabila media untuk mengkomunikasikan produk yang ditawarkan tidak dipilih secara cermat. Hambatan maupun kendala ini akan mengakibatkan terjadinya komunikasi pemasaran yang kurang efektif dan efisien. Praktis, perusahaan akan mengalami kerugian yang fatal dan itu juga dialami *Adorable Projects*. Fajar Nugraha mengaku mereka mengalami kendala dan mereka mengetahui kendala tersebut di akibatkan oleh *free user* :

“Ya, ada. Akhir-akhir ini sering dibatasi untuk upload foto yang dalam satu hari dibatasi hanya untuk beberapa foto saja dan komentar dan itu disebabkan oleh *free user* karna kalau terlalu banyak secara langsung foto akan menghilang atau dihapus oleh instagram karna mengunggah foto terlalu banyak dalam satu hari kadang dianggap sebagai spam oleh instagram dan instagram kami juga belum di verifikasi atau ketetapan akun asli oleh instagram.” (Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

Dan dari hambatan yang dialami tersebut *Adorable Projects* dapat mengatasi itu dan memperbaiki hambatan-hambatan tersebut :

“Saat ini kita lagi proses register Verified Account agar kita bisa mengunggah banyak foto dalam satu hari dan tidak disangka sebagai akun spam lagi, dalam masalah ini tidak ada yang membantu kami dalam memperbaiki ini, kami yang perbaiki sendiri dengan cara mengunggah kembali gambar yang dihapus oleh instagram tersebut keesokan harinya, tetapi sekarang instagram sudah memperbaiki kekurangan mereka dengan membuat konten multiple upload.” (Wawancara dengan Fajar Nugraha 2 September 2016)

B. Analisis Data

Setelah peneliti melakukan penyajian data mengenai penelitian yang telah dilakukan. Peneliti akan menganalisis penggunaan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran online oleh Adorable Projects dalam meningkatkan penjualan.

1. Perencanaan

Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui apa saja perencanaan Adorable Projects sebelum memasarkan produknya melalui media online Instagram. Pemasaran yang lebih menekankan pada proses manajerial yaitu proses perencanaan dan penetapan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi (Kotler, 2003:6; Holleson, 2003:9; Czinkota dan Kotabe, 2001:3). Begitu pula dengan perencanaan Adorable Projects sebelum memasarkan produk melalui media sosial Instagram memerlukan perencanaan seperti pengeditan

foto oleh owner Adorable Projects beserta timnya yang melakukan pengeditan foto dengan bertujuan untuk menarik konsumen seperti foto dengan memasukan harga pada foto dan nama produk pada foto yang akan diunggah. Membuat background dengan warna-warna pastel agar lebih menarik sesuai dengan target yaitu wanita dan mengunggahnya melalui media komputer. Aktif untuk mengunggah foto setiap harinya. Mengadakan event dan diskon yang bisa membuat para konsumen tertarik dan membeli produk tersebut.

Menurut peneliti perencanaan dari Adorable Projects untuk meningkatkan penjualannya bisa dikatakan tertata dengan baik, hal ini dilihat dari berbagai persiapan dari awal pengeditan foto sebelum diunggah hingga pengunggahan foto 12-15 kali dalam satu hari.

Dalam bisnis tidak ada yang bisa mampu menargetkan semua kalangan karena pasar yang ada saat ini sangat luas dan heterogen, luas secara geografis, demografis, psikografis maupun tingkah lakunya. Menurut Lupiyoi (2001:34) segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan menurut kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda. Dalam menentukan pasarnya atau konsumennya Adorable Projects memilih wanita yang bisa dibilang bisa sangat menguntungkan

suatu bisnis online shop, sebab wanita akan cepat membeli sebelum memikirkan kedepannya.

2. Pelaksanaan

Informasi-informasi dalam penyampaian produk seperti detail dari produk dapat membuat konsumen akan merasa tertarik untuk membeli produk dari Adorable Projects tersebut. Berdasarkan paradigma Laswell dalam Efendi (2004:10) komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikaan melalui saluran (*channel*) yang menimbulkan efek tertentu. Dalam proses komunikasi, terjadi suatu proses penyampaian pesan dari satu ke yang lainnya dan penyampaian pesan tersebut untuk mendapat suatu tujuan tertentu. Penyampaian informasi yang detail mengenai bahan dan jenis barang, harga produk, dan ukuran, ditulis Adorable Projects melalui *caption* di media sosial Intagram. Dan dengan cepat menerima feedback dari konsumen.

Strategi dalam komunikasi pemasaran suatu online shop sangat penting untuk dilakukan dalam menarik konsumen. Menurut Philp Kotler (2004:81) strategi pemasaran adalah pola piker pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran. Adorable Projects selalu

mementingkan keinginan, kebutuhan calon pelanggan, dan memberikan pelayanan yang memuaskan, hal itu dapat membuat konsumen merasa dianggap ada dan diperlakukan istimewa sebagai seorang pembeli. Dan memasarkan barang hanya melalui media online menggunakan foto dan video.

Bauran komunikasi pemasaran hanya beberapa saja yang dilakukan oleh Adorable Projects sebab Adorable Projects hanya memasarkan barangnya melalui online. Menurut Kotler(2005:249) bauran komunikasi pemasaran merupakan penggabungan dari lima model komunikasi pemasaran yaitu, iklan, promosi, penjualan perseorangan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Kelima bauran komunikasi tersebut yang belum dan tidak dilakukan Adorable Projects yaitu menggunakan iklan dan tidak melakukan penjualan perseorangan sebab penjualan ini membutuhkan tatap muka, mengingat Adorable Projects adalah online shop.

Kendala yang dihadapi Adorable projects dalam memasarkan produk sangat sering terjadi disebabkan *free user* dan akun yang belum di-*verified* yang menyebabkan foto atau video mereka sering hilang dari *feeds*. Adorable Projects bisa mengatasi kendala itu dengan mengunggah foto atau video tersebut lagi.