

Strategi Komunikasi Pemasaran *Digital* dalam Peningkatan Penjualan Jasa ilustrasi Eres Graphic di Instagram

Ferdian Ardani Putra¹, M. Reza Tuba Salsabil²

ferdianardani@gmail.com, tubareza22@gmail.com,

Universitas Islam Jember, Indonesia

Article Info:

Received: 08/09/2023

Revised: 14/09/2023

Accepted: 08/10/2023

Keywords:

communication strategy; digital marketing; instagram;

ABSTRACT

Communication strategy in Eres Graphic instagram account to increase the sales of illustration services. The purpose of this research is to analyze and describe the communication strategy of digital marketing used by Eres Graphic in increasing the sales of illustration services on instagram. This research used descriptive qualitative method based on the marketing theory by Kotler about segmentation, targeting, and positioning. The Primary-data collection in this research used interview with Eres Graphic and visual content analysis that was posted on instagram. The secondary-data was collected by reviewing the literature and analyzing the strategy of digital marketing. The result of this research showed that the implementation of marketing theory by Kotler (segmentation, targeting, and positioning) was effective. In digital marketing, Eres Graphic took advantages of instagram as the platform to sale the illustration services. By using the digital marketing strategy, Eres Graphic can increase the sales of illustration services on instagram successfully.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi kini sangat dibutuhkan dan bermanfaat bagi kehidupan manusia seperti dalam hal kemajuan internet. Kebanyakan masyarakat kini menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Dikarenakan media sosial merupakan suatu platform digital yang dapat saling berkomunikasi antar sesama pengguna platform dan menyediakan fasilitas untuk membagikan konten konten menarik.¹ Jadi, pada umumnya media sosial digunakan untuk alat berkomunikasi.

¹ Fadli Harisa Ramadhan, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @mr.creampuff Sebagai Promosi dalam Meningkatkan Penjualan", *JOM Fisip*, 2 (Oktober 2017), 6.



Komunikasi merupakan suatu proses interaksi antar sesama makhluk sosial untuk menyampaikan suatu gagasan-gagasan, harapan dan pesan yang akan disampaikan secara langsung melalui lambang-lambang untuk mencapai suatu tujuan tertentu.² Tanpa adanya komunikasi, manusia tidak akan dapat berinteraksi dengan sesama manusia.

Dalam kehidupan sosial, manusia pasti membentuk sebuah kelompok dan hidup berorganisasi. Dalam kehidupan organisasi, komunikasi ini sangat penting agar dapat mencapai tujuan didalam organisasinya. Seperti halnya didalam sebuah perusahaan yang mana dalam konteks pemasaran harus pintar-pintar dalam mengkomunikasikan dalam sebuah produknya. Untuk tercapai suatu tujuan dalam pemasaran, mencakup beberapa hal sistem dalam bisnis seperti perencanaan, harga jual, promosi, kebutuhan barang dan jasa, pelayanan yang bermutu, dan cara berkomunikasi dengan baik agar dapat memenuhi kebutuhan dan kenyamanan konsumen.³ Perusahaan menggunakan berbagai macam strategi komunikasi pemasaran agar tujuan tersebut tercapai. Kegiatan pemasaran dalam bentuk komunikasi meliputi kemasan produk, iklan, *brand*, dan alat-alat komunikasi lainnya.⁴ Dalam pemasaran, media sosial memberi dampak positif bagi para pelaku usaha. Seperti halnya dipermudah pada saat mempromosikan suatu barang atau jasa, kita tinggal membagikan konten yang semenarik mungkin agar dapat menarik minat konsumen.

Salah satu online shop yang memanfaatkan Instagram sebagai media promosi yaitu @eres.graphic yang terletak di desa Mojosari, kecamatan Puger. Eres Graphic merupakan suatu online shop yang menyediakan sebuah jasa ilustrasi. Meskipun terletak di daerah perdesaan, Eres Graphic berhasil menjangkau konsumen hingga sekala internasional dengan menghadirkan karya-karya ilustrasi yang kreatif, unik, dan memiliki *style* tersendiri. Melalui jenis karya ilustrasi anime, Eres Graphic dapat menarik

² Ahmad Syahrozi, "Analisis Strategi Komunikasi Dinas Pengadilan Penduduk , Keluarga Berencana pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DPPKB3A) Dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Berencana (KB) di Tanah Grogot", *eJournal Ilmu Komunikasi*, 4 (2020), 123.

³ M. Anang Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2020), 4.

⁴ *Ibid*, 7.

penggemar dan minat dari orang-orang yang tertarik pada anime. Selain itu, salah satu konten yang dapat menarik perhatian konsumen yaitu konten kolaborasi dengan salah satu artis ilustrasi besar dari Mexico, yang memiliki akun @ramirezdarius24. Dengan pengikut sekitar 23 ribu, membuat Eres Graphic sangat diuntungkan dan memberikan kesempatan dalam meningkatkan eksposur kontennya kepada konsumen yang lebih luas.

Melihat dari potensi positif dalam memanfaatkan Instagram sebagai media pemasaran *digital*, Eres Graphic menggunakan komunikasi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualannya. Sehingga dapat membangun minat konsumen dan meningkatkan kepercayaan dalam karya-karya ilustrasi yang ditawarkan. Memanfaatkan Instagram sebagai alat komunikasi dalam pemasaran telah menjadi pilihan strategis bagi Eres Graphic untuk mencapai kesuksesan dalam persaingan industri kreatif yang semakin ketat.

Berdasarkan fakta yang disajikan diatas, peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Strategi Komunikasi Pemasaran *Digital* dalam Peningkatan Penjualan Jasa ilustrasi Eres Graphic di Instagram”.

METODE PENELITIAN

Dari pembahasan di atas, maka jenis penelitian yang akan peneliti gunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Karena penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang mana hubungan antara peneliti dengan realitas harus bersifat interaktif, digunakan untuk peneliti pada kondisi obyek yang berkembang apa adanya atau secara alamiah, sebagai instrumen kunci adalah peneliti itu sendiri, teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi, analisis data bersifat kualitatif, dan hasil dari penelitian kualitatif mengutamakan makna daripada generalisasi.⁵

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 9.



Alasan peneliti ingin menggunakan metode ini karena peneliti ingin menjelaskan tentang strategi komunikasi pemasaran *digital* dalam peningkatan penjual jasa ilustrasi pada Eres Graphic di Instagram. Oleh karena itu metode ini sangat cocok digunakan karena adanya data yang harus dikumpulkan dan dianalisis. Dengan metode deskriptif, peneliti dapat menganalisis *insight* data dan konten visual yang diposting di akun Instagram. Ada beberapa cara teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain: teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada metode analisis data, peneliti akan menggunakan model dari Miles dan Humberman. Yang mana aktivitas dalam melakukan analisis dilakukan dengan cara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai data tersebut sudah jenuh. Aktivitas yang dilakukan dalam analisis data ini memiliki tiga komponen, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.⁶

PEMBAHASAN

Peneliti melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran *digital* dalam peningkatan penjual jasa ilustrasi pada Eres Graphic di Instagram. Peneliti mengumpulkan data yang telah dilakukan dari tahap observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diberikan dalam bagian ini akan dijelaskan secara rinci menggunakan deskripsi yang diperoleh dari wawancara. Sampel wawancara dalam penelitian ini adalah mereka yang memiliki kemampuan untuk memberikan informasi yang sesuai dengan rumusan masalah dan fokus penelitian. Beberapa informan yaitu Ulul Izmi Aulada selaku admin akun @eres.graphic dan juga Achmad Fahrur Rosyid selaku pemilik Eres Graphic. Dengan dilakukannya sebuah perolehan data diatas, maka peneliti menemukan beberapa temuan. Berikut adalah paparan hasil temuan yang telah ditemukan oleh peneliti:

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 246-252.

1. Strategi Komunikasi Pemasaran *Digital* Dalam Peningkatan Penjualan Jasa Ilustrasi Eres Graphic di Instagram

Menurut Kotler menyatakan strategi pemasaran adalah suatu perencanaan bisnis yang diharapkan dapat menciptakan suatu hubungan dengan konsumen dan mencapai suatu keuntungan dalam pemasaran.⁷ Seperti yang dilakukan oleh Eres Graphic yang menerapkan tiga elemen dalam strategi pemasaran, yaitu segmentasi pasar (*Segmentation*), target pasar (*Targeting*) dan posisi pasar (*Positioning*).

a. Segmentasi (*Segmentation*)

Segmentasi pasar merupakan suatu proses memilah atau membagi pasar yang bersifat heterogen dan menjadikan kelompok yang lebih homogen. Dalam pengelompokannya dapat dipilih sebagai target pasar untuk tercapai suatu perusahaan dengan strategi pemasarannya.⁸ Menurut Kotler, ada empat faktor utama yang bisa digunakan untuk membagi pasar konsumen menjadi segmen-segmen, yaitu:⁹

1) Segmentasi demografis

Untuk segmentasi demografis, Eres Graphic membagi konsumen menjadi kelompok yang berbeda berdasarkan usia, jenis kelamin dan penghasilan. Dalam hal ini, usia konsumen yang dituju adalah semua usia yang memiliki bisnis. Tetapi, yang diutamakan adalah dari usia 25 sampai 40. Selain itu, jasa ilustrasi Eres Graphic sendiri lebih ke konsumen pria, karena anime banyak digemari oleh kalangan pria. Mengenai tingkat pendapatan, Eres Graphic memilih segmen pasar dengan tingkat perekonomian menengah ke atas untuk mempermudah dalam proses berkomunikasi.

⁷ Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2018), 58.

⁸ *Ibid*, 59.

⁹ Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2018), 226-231.



2) Segmentasi geografis (wilayah)

Dari segi wilayah yang diambil Eres Graphic yaitu antar negara, dari lokal hingga luar negeri. Dan disetiap negara memiliki harga jual sendiri-sendiri. Oleh karena itu, Eres Graphic lebih mengutamakan negara yang memiliki kurs mata uang tinggi seperti Amerika, Jerman dan Inggris yang itu termasuk negara favorit Eres Graphic dikarenakan nilai harga jual lebih tinggi.

3) Segmentasi psikografis

Dalam segmentasi psikografis, Eres Graphic lebih mengarah ke kepribadian konsumen, yang mana ada konsumen cenderung *to the point* atau tanpa basa basi saat bertransaksi. Sehingga lebih menekankan pada keefektifan, efisiensi, dan profesionalisme dalam transaksi. Namun, ada juga konsumen yang lebih memerlukan referensi dan melihat portofolio sebelum membuat keputusan pembelian. Bagi konsumen ini, harga bukanlah faktor utama, tetapi lebih kepada kesesuaian dengan anggaran yang dimiliki. Selain itu, Eres Graphic juga mengutamakan konsumen yang minat terhadap anime. Sehingga, konsumen yang memiliki minat dalam anime merupakan segmen pasar yang signifikan bagi Eres Graphic dan menjadi target utama dalam upaya pemasaran jasa ilustrasi.

4) Segmentasi *behavioristic* (perilaku)

Dari segi perilaku, Eres Graphic lebih mengarah pada respon konsumen dengan memperhatikan tingkat kepuasan dengan pelayanan yang disediakan. Dan juga perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh tren yang sedang ramai. Konsumen cenderung memesan jasa ilustrasi sesuai dengan tren yang sedang berlangsung.

b. Target Pasar (*Targeting*)

Setelah menentukan segmentasi pasar, langkah berikutnya adalah menetapkan target yang ingin dicapai. *Targetting* adalah langkah untuk mengevaluasi potensi dari setiap segmen pasar dan memilih satu atau lebih segmen yang akan dituju.¹⁰

¹⁰ Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2018), 59.

Eres Graphic berusaha untuk meningkatkan penjualan jasa ilustrasi dengan mengarahkan komunikasi pemasaran pada target pasar yang tepat dan memanfaatkan fitur-fitur di platform Instagram. Adapun beberapa yang menjadi target pasar dari Eres Graphic dalam penjualan jasa ilustrasi adalah pemilik bisnis pakaian atau pemilik merek yang menjual produk turunan dari jasa ilustrasi anime. Eres Graphic membangun *database* dari orang-orang yang menjual produk tersebut dan aktif mengikutinya di Instagram. Eres Graphic melakukan interaksi dengan memberikan komentar dan dukungan, guna mendapatkan perhatian dari target pasar. Eres Graphic dapat mengidentifikasi dan menjangkau target pasar yang relevan dengan memanfaatkan fitur "*Suggested for You*" di Instagram. Dalam hal produk, Eres Graphic fokus pada jenis ilustrasi anime yang sedang tren saat ini untuk menjangkau konsumen yang memiliki ketertarikan terhadap anime. Selain itu, Eres Graphic juga menargetkan segmen pasar yang lebih spesifik dari segi geografis. Dengan memberikan prioritas kepada pelanggan dari luar negeri, terutama Amerika, Jerman, dan Inggris, yang disebut sebagai klien favorit.

c. Positioning

Positioning merupakan langkah untuk merancang dalam menetapkan produk agar menciptakan suatu nilai yang sudah masuk ke dalam pikiran konsumen.¹¹ Dalam mencapai posisi tersebut, ada beberapa hal yang menjadi bagian dalam melakukan pesan komunikasi pemasaran yang disampaikan oleh Eres Graphic sebagai berikut:

- 1) Eres Graphic menawarkan harga yang bersaing dengan pesaing, namun tetap memastikan bahwa setiap harga yang ditentukan akan mendapatkan kualitas yang terbaik. Hal ini menjadi pembeda dari studio lain yang menawarkan harga murah dengan mengorbankan kualitas.
- 2) Eres Graphic memberikan jaminan 100% garansi, yang jarang dilakukan oleh studio besar lainnya. Hal ini bertujuan untuk membangun kepercayaan dan mempertahankan klien baru.

¹¹ *Ibid*, 61.



- 3) Eres Graphic menonjolkan kecepatan dalam pengiriman layanan. Mereka berkomitmen untuk menyelesaikan proyek lebih cepat dari waktu yang disepakati, sehingga memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dengan strategi ini, mereka berusaha untuk membedakan diri dari pesaing di platform Instagram.
- 4) Eres Graphic menggunakan gaya *hand drawn style* yang menggabungkan teknik pewarnaan *blocking*. Eres Graphic juga membedakan diri dari pesaing dengan menggunakan teknik *inking* yang lebih simpel dan praktis. Sehingga, dapat mempercepat waktu pengerjaan tanpa mengorbankan kualitas. Dengan kombinasi ini, Eres Graphic menciptakan suatu gaya ilustrasi yang khas dan unik. Hal ini menjadi daya tarik bagi konsumen yang mencari gaya ilustrasi yang berbeda dan orisinal.

2. Peran Pemasaran Digital Dalam Penjualan Jasa Ilustrasi Eres Graphic di Instagram

Menurut Sanjaya dan Taringan pemasaran *digital* adalah suatu kegiatan dalam melakukan pemasaran atau *branding* dengan menggunakan berbagai media berbasis web seperti *blog*, *website*, *e-mail*, *adwords* dan media sosial.¹² Eres Graphic memilih Instagram sebagai platform utama dalam pemasaran *digital* karena memberikan jangkauan yang lebih luas dibandingkan dengan platform media sosial lainnya. Hal ini memungkinkan untuk mencapai klien internasional dan memperluas pasar. Untuk mengoptimalkan dalam penjualan di Instagram, Eres Graphic memerhatikan beberapa elemen penting seperti memastikan logo yang digunakan terlihat profesional, dan menyusun bio yang simpel namun informatif. Instagram juga membantu Eres Graphic dalam membangun branding yang kuat. Melalui fitur-fitur seperti *story*, postingan, dan *reels*, dapat menciptakan konten yang profesional dan menarik. Dengan mengoptimalkan visual dan ide konten, dapat meningkatkan nilai karya yang diposting

¹² Ridwan Sanjaya dan Joshua Taringan, *Creative Digital Marketing* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017), 47.

dan menciptakan kesan bahwa Eres Graphic merupakan perusahaan profesional yang berkualitas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa: *pertama* Strategi Komunikasi Pemasaran *Digital* Dalam Peningkatan Penjualan Jasa Ilustrasi Eres Graphic di Instagram yang meliputi:

- a. Penentuan segmentasi pasar pada jasa ilustrasi Eres Graphic dengan membagi konsumen menjadi beberapa kelompok berdasarkan faktor demografis, geografis, psikografis, dan perilaku. Hal ini memungkinkan Eres Graphic untuk mengidentifikasi segmen yang memiliki potensi dan menargetkannya secara efektif dalam strategi pemasaran jasa ilustrasi.
- b. Dalam menentukan target pasar, Eres Graphic mengevaluasi setiap segmen pasar dan memilih segmen yang memiliki potensi. Eres Graphic menargetkan pemilik bisnis pakaian atau merek yang menjual produk turunan dari jasa ilustrasi anime, serta fokus pada konsume yang memiliki ketertarikan terhadap anime. Dan juga mengutamakan pelanggan dari luar negeri, terutama Amerika, Jerman, dan Inggris. Strategi ini memungkinkan Eres Graphic untuk memaksimalkan respon pasar dan mengoptimalkan komunikasi pemasaran jasa ilustrasi.
- c. Positioning yang dilakukan oleh Eres Graphic yaitu dengan mengambil langkah-langkah seperti menawarkan harga yang kompetitif, memberikan jaminan garansi, menonjolkan kecepatan pengiriman layanan, dan memiliki gaya ilustrasi khas dan orisinal. Dengan strategi ini, Eres Graphic berusaha menciptakan suatu nilai yang sudah masuk ke dalam pikiran konsumen dan membedakan diri dari pesaing di pasar jasa ilustrasi.

Kedua, Peran Pemasaran *Digital* Dalam Penjualan Jasa Ilustrasi Eres Graphic di Instagram dimana Peran pemasaran digital dalam penjualan jasa ilustrasi Eres Graphic yaitu dengan memilih Instagram sebagai platform utama, karena dapat memberikan



jangkauan yang lebih luas dan memungkinkan untuk mencapai klien internasional serta memperluas pasar. Eres Graphic juga memerhatikan elemen penting dalam penjualan di Instagram, seperti logo yang profesional, bio yang informatif, dan konten yang menarik. Melalui penggunaan Instagram, Eres Graphic berhasil membangun branding yang kuat dan menciptakan kesan profesional yang berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Firmansyah, M Anang, 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2018. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

Sanjaya, Ridwan dan Taringan, Joshua, 2017. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal :

Ramadhan, Fadli Harisa. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @mr.creampuff Sebagai Promosi dalam Meningkatkan Penjualan", *JOM Fisip*, No. 02, Vol. 04 (Oktober, 2017).

Syahrozi, Ahmad. "Analisis Strategi Komunikasi Dinas Pengadilan Penduduk , Keluarga Berencana pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DPPKB3A) Dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Berencana (KB) di Tanah Grogot", *eJournal Ilmu Komunikasi*. No. 04, Vol. 08 (2020).