

E-MARKETING AKUN INSTAGRAM @INFO.BARANGBEKASPEKANBARU SEBAGAI PLATFORM PAID PROMOTE BARANG BEKAS DI KOTA PEKANBARU

Muhammad Yandra¹, Assyari Abdullah²

^{1,2} Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, Indonesia

Email: muhammad3yandra@gmail.com

ABSTRAK

Tingginya penggunaan media sosial instagram dengan jumlah pengguna mencapai 84,8% dari total populasi penduduk di Indonesia mampu menunjang kegiatan e-marketing. Paid promote merupakan model bisnis e-marketing yang menyediakan promosi brand/jasa. Salah satu akun instagram yang memanfaatkan peluang sebagai tempat penyedia jasa paid promote adalah akun instagram @info.barangbekaspekanbaru. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana e-marketing yang dilakukan akun instagram @info.barangbekaspekanbaru sebagai platform paid promote barang bekas di Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa akun instagram @info.barangbekaspekanbaru berhasil menggunakan paid promote sebagai strategi e-marketingnya dengan memenuhi tujuh elemen dalam bauran pemasaran. Instagram menjadi platform e-marketing yang dilakukan dengan menggunakan beberapa fiturnya untuk mempromosikan barang bekas dalam bentuk foto dan video serta dengan deskripsinya. Sehingga menciptakan kesadaran merek dan menumbuhkan minat terhadap penggunaan paid promote barang bekas di Kota Pekanbaru.

Kata kunci: E-marketing, Instagram, Paid Promote

ABSTRACT

The high use of Instagram social media with users reaching 84.8% of the total population in Indonesia can support e-marketing activities. Paid promotion is an e-marketing business model that provides brand/service promotion. One Instagram account that takes advantage of the opportunity to provide paid promotion services is the Instagram account @info.barangbekaspekanbaru. This study aims to find out how e-marketing is carried out by the Instagram account @info.barangbekaspekanbaru as a paid platform for promoting used goods in Pekanbaru City. This research uses a descriptive qualitative method. The results of this study indicate that the Instagram account @info.barangbekaspekanbaru has succeeded in using paid promotion as its e-marketing strategy by fulfilling 7 elements in the marketing mix. Instagram is an e-marketing platform that uses some of its features to promote used goods in the form of photos and videos along with their descriptions. To create brand awareness and foster interest in using paid promoted goods in the city of Pekanbaru.

Keywords: e-marketing, instagram, paid promote

Pendahuluan

Dengan adanya teknologi yang semakin maju, kini komunikasi tidak hanya dilakukan satu arah, melainkan dapat dilakukan secara dua arah dan interaktif dengan dukungan jaringan internet. Salah satu cara berkomunikasi melalui jaringan internet yaitu melalui media sosial. Media sosial merubah cara penyebaran informasi yang sebelumnya hanya satu arah kini menjadi banyak arah dan dapat dilakukan secara timbal balik (Yulianita & Karim, 2021). Media sosial juga sebagai sarana untuk penggunaannya untuk dapat menyampaikan informasi baik berupa teks, gambar, audio, dan video dengan perusahaan atau public dan sebaliknya (Santoso dkk., 2017). Berdasarkan hasil survei yang dilakukan website Data Reportal, media sosial yang paling banyak digunakan pada tahun 2022 menepatkan Whatsapp peringkat pertama dengan jumlah pengguna sebanyak 88,7% dari total populasi penduduk di Indonesia. Kemudian peringkat kedua disusul oleh Instagram dengan jumlah 84,8% , peringkat ketiga oleh Facebook dengan jumlah 81,3%, dan sisanya diikuti oleh media sosial lain seperti Tiktok, Telegram, Twitter, dan lain sebagainya (Kemp, 2022). Kini instagram dijadikan sebagai salah satu tempat aktifitas pemasaran karena fungsi jaringan sosial yang luas mampu mempermudah penggunaannya dalam melakukan berbagai kegiatan berbisnis dengan penggunaan hastag yang dapat dilihat secara umum (Rahmadani, 2021).

Disisi lain banyak dari masyarakat yang memiliki kesadaran terhadap barang bekas yang sudah tidak digunakan untuk dapat dialih fungsikan dengan cara diperjual belikan dengan menggunakan jasa paid promote di instagram (Kurniawan & Riyanto, t.t.). Paid promote merupakan model bisnis e-marketing yang menyediakan promosi brand/jasa dengan pendapatan diperoleh dari penempatan iklan produk dari konsumen (Juni Priansa, 2017). Kegiatan paid promote adalah kegiatan yang secara tidak langsung dapat memberikan efek bagi para konsumennya yang menjadikan kesadaran merek terhadap produk yang ditawarkan (Gunelius, 2011). Penyedia jasa paid promote biasanya akun instagram yang memiliki pengikut yang banyak, dan konsumennya dari pengikutnya itu sendiri dengan tujuan memasarkan produk yang dimilikinya kepada pengikut lain dari akun instagram tersebut (Fahmi, 2019). Salah satu akun yang menyediakan jasa paid promote ini yaitu akun instagram @info.barangbekaspekanbaru. Akun instagram @info.barangbekaspekanbaru memiliki jumlah pengikut sebanyak lebih dari 100.000 pengikut. Memiliki jumlah postingan sebanyak lebih dari 7.000 postingan dan dengan jumlah penonton instagram story rata-rata mencapai 10.000 penonton. Jumlah penonton video reel mencapai 5.000-10.000 penonton, serta rata-rata postingan disukai berjumlah 50 menyukai, dan komentar rata-rata berjumlah 3-10 komentar (E. Naldi, komunikasi pribadi, Mei 2023).

E-marketing (*Electronic Marketing*) adalah suatu proses terciptanya suatu aktifitas secara daring yang dapat memberikan kepuasan bagi perusahaan maupun bagi konsumen (Arifah & Mustikarini, 2016). E-marketing merupakan pengembangan kegiatan pemasaran dalam sebuah jaringan dengan memanfaatkan teknologi komunikasi yang terhubung dengan jaringan internet (Juni Priansa, 2017). Berdasarkan kutipan yang penulis lakukan melalui website Dreambox, terdapat 7 jenis e-marketing, yaitu; *Social media marketing, Reseller atau Dropshipper, Email marketing, Influencer marketing, Google ads, Search engine optimaxtion, dan Search engine marketing* (Jenis-Jenis Pemasaran Online, 2023).

Komunikasi pemasaran merupakan kegiatan pemasaran dengan menggunakan teknik komunikasi yang tujuannya memberikan informasi terhadap targetnya pasarnya (Juni Priansa, 2017). Komunikasi pemasaran memanfaatkan semua fasilitas yang menggunakan internet untuk memperluas sasaran pasarnya (Mkwizu, 2020). Tanpa adanya sebuah komunikasi maka keberadaan suatu produk tidak akan pernah diketahui oleh calon konsumen (Juni Priansa, 2017). Komunikasi pemasaran memiliki tujuan yang dapat memberikan efek kesadararan informasi (Kognitif), efek memberikan pengaruh (Afektif), efek pola pikiran untuk melakukan tindakan selanjutnya (Konotatif) (Juni Priansa, 2017). Agar dapat berjalan dengan lancar, aktifitas pemasaran perlu menggunakan alat yang disebut bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah seperangkat alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam memenuhi target pasarnya (Firmansyah, 2020). Bauran pemasaran juga merupakan kombinasi alat yang digunakan dengan produk berupa barang atau jasa, harga, tempat, dan penawaran yang digabungkan oleh pemasar untuk mendapatkan feedback yang diinginkan dari konsumen (Purbohastuti, 2021). Kotler dan Keller mengungkapkan terdapat 7 elemen dalam bauran pemasaran yang disebut dengan 7P yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence*, *process* (Kotler & Keller, 2016).

Pertama, bagian yang dikelola produk (*product*) tergolong kedalam bagian yang hendak dicapai atau tujuan serta proses produk barang atau jasa dengan mengolah untuk meningkatkan dan memungut tindakan dari berbagai macam produk (Kusmiati, 2021). Produk yang ideal adalah produk yang sederhana, harga terjangkau dan hemat dalam proses produksi serta distribusinya. Kotler dan Amstronng mengungkapkan 3 atribut yang dapat melengkapi produk yaitu kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk (Kotler & Amstronng, 2015). Kedua, harga (*price*) merupakan nilai yang ditukarkan konsumen untuk memiliki atau memakai produk yang diputuskan oleh pemilik produk untuk satu kesepakatan yang sama terhadap seluruh konsumen. Purbohastuti menjelaskan ada 4 metode penetapan harga yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan, metode penetapan harga berbasis biaya, metode penetapan berbasis laba dan metode penetapan harga berbasis persaingan (Purbohastuti, 2021). Ketiga, distribusi (*place*) merupakan perantara pemasaran untuk menjual produk yang dapat berupa sebuah saluran yang saling tergantung dalam keterlibatan dalam produksi dan pemakaian. Kusmiati menjelaskan ada 3 komponen dalam distribusi yaitu alat, cakupan dan lokasi (Kusmiati, 2021). Keempat, promosi (*promotion*) merupakan bagian pemasaran yang berupa aktifitas untuk mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk dan agar tetap menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan. Kotler dan Keller mengungkapkan 8 komponen dalam promosi yang disebut dengan *promotion mix* yaitu *advertising*, *sales promotion*, *event* dan *experience*, *public relation*, *direct marketing*, *social media marketing*, *mobile marketing*, dan *personal selling* (Kotler & Keller, 2016). Kelima, sumber daya manusia (*people*) merupakan semua pelaku yang berperan dalam penyajian produk atau jasa yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Bagian dari sumber daya manusia adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain. Keenam. Fasilitas fisik (*physical evidence*) merupakan sesuatu yang nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan. Bagian yang termasuk dari fasilitas fisik yaitu lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna, dan barang lainnya. Ketujuh, proses (*process*) merupakan prosedur dan mekanisme dalam menyampaikan produk atau jasa. Proses dalam penyampaian produk

atau jasa ini sebagai faktor utama dalam sebuah pemasaran yang melibatkan karyawan perusahaan dan konsumen.

Dalam penelitian ini akun instagram @info.barangbekaspekanbaru memanfaatkan instagram sebagai platform yang digunakan untuk melakukan aktivitas e-marketing paid promote. Instagram sendiri merupakan aplikasi yang memungkinkan untuk melakukan kegiatan paid promote. Instagram adalah aplikasi untuk membagikan foto dan layanan jejaring sosial online. Instagram memiliki ciri tersendiri sebagai aplikasi jejaring sosial yang membagikan foto yakni dalam bentuk persegi (Kom, 2013). Interaksi yang dilakukan sesama pengguna dalam instagram dapat berupa mengirim pesan langsung, memberi tanda suka, mengomentari postingan, dan membagikan cerita dalam bentuk gambar dan video (Riyadi, 2022). Dikutip dari website Tentang Instagram peneliti menemukan 5 menu utama dalam instagram yaitu pertama, beranda yang merupakan tempat utama pengguna instagram untuk berbagi foto dan video, terhubung dengan komunitas, dan menjelajahi informasi yang penting bagi mereka. Bagi pelaku bisnis beranda adalah tempat untuk menceritakan tentang produk secara visual, dan menginspirasi orang untuk menerima penawaran yang dibuat. Kedua, reel adalah fitur untuk dapat membuat video dan melihat video pengguna lain. Reel adalah video menarik yang bisa digunakan untuk mengekspresikan kisah mereka pengguna secara kreatif, mengedukasi dan membantu bisnis lebih mudah ditemukan oleh orang-orang yang mungkin menyukainya. Orang-orang menggunakan reel untuk turut meramaikan tren, berkolaborasi, dan menemukan ide baru. Reel juga menyediakan fitur kreatif seperti efek music, stiker, dan filter agar video yang ditampilkan dapat dilihat lebih menarik. Ketiga, messenger adalah fitur yang digunakan oleh penggunanya untuk dapat saling berinteraksi melalui pesan teks, foto, video, audio rekaman, emoticon, dan avatar. Selain itu messenger juga memiliki fitur panggilan telepon dan panggilan video. Keempat, instagram story merupakan fitur yang digunakan oleh pengguna instagram untuk membagikan cerita berupa teks, foto, dan video dengan kurun waktu 24 jam. Instagram story dirancang untuk menampilkan konten dengan cepat, dan menyenangkan. Instagram story juga bisa membangun kesadaran untuk merek sebuah produk, meningkatkan trafik ke situs web, atau bahkan dapat menandai produk. Kelima, instagram shopping yaitu fitur yang memungkinkan orang untuk berbelanja dengan mudah lewat foto dan video merek di seluruh instagram. Pengguna dapat menyeleksi produk ke dalam tema seperti pendatang baru, tren musiman, dan lainnya. Dan yang keenam, yaitu fitur profil yang merupakan tempat menemukan pengguna instagram sebagai sebuah alamat yang memperlihatkan latar belakang dari pengguna instagram. Pada fitur profil pengguna dapat menemukan foto, video, bio, dan data lain dari postingan pengguna instagram lainnya (*About Instagram*, t.t.).

Kegiatan e-marketing yang dilakukan akun instagram @info.barangbekaspekanbaru dengan strategi paid promote di instagram menjadi satu dasar pemikiran peneliti untuk melakukan penelitian. Paid promote memiliki 5 manfaat sebagai bentuk pengiklanan produk berbayar yaitu meningkatkan kesadaran merek, pesan tersampaikan sesuai target audiens, meningkatkan engagement, media promosi efektif, dan menhemat biaya pemasaran. ("Paid Promote; Pengertian, Cara kerja, dan Manfaatnya," t.t.) Penelitian ini menggunakan konsep pemikiran dengan menguraikan kegiatan e-marketing yang dilakukan akun instagram @info.barangbekaspekanbaru dengan teori yang dikemukakan Kotler dan Keller (7P) untuk

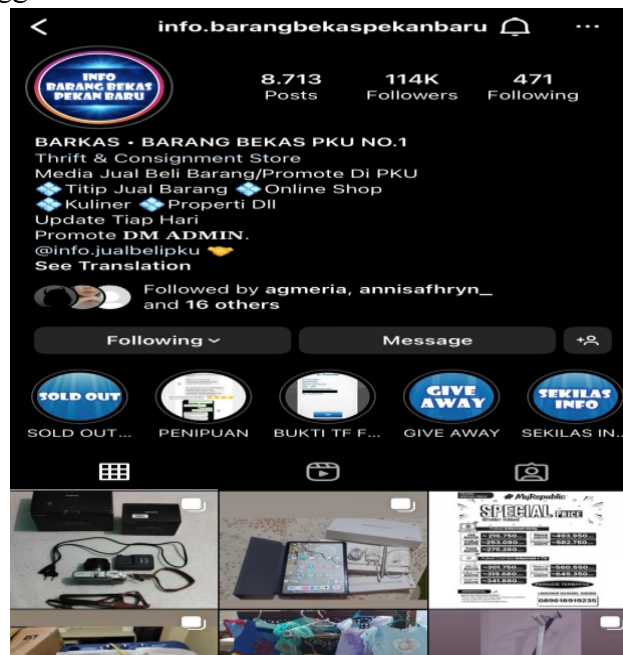
mencapai tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana e-marketing akun instagram @info.barangbekaspekanbaru sebagai platform paid promote barang bekas di Kota Pekanbaru.

Metode

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dan perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi didapat setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian (Moleong, 2007). Pendekatan deskriptif artinya data yang dikumpulkan berupa kata-kata, kalimat atau gambar yang memiliki makna dan mampu memicu timbulnya pemahaman yang lebih nyata dari pada sekedar angka atau frekuensi (Nugrahani, M.Hum., 2014). Sumber data penelitian ini terdiri dari sumber data primer yaitu 1 orang pemilik akun instagram @info.barangbekaspekanbaru dan 5 orang pengikut akun instagram @info.barangbekaspekanbaru. Sumber data penelitian sekunder yaitu data yang diambil dari buku, jurnal, majalah, dan sebagainya yang berkaitan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data penelitian ini melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi serta menganalisis data melalui 4 teknik analisis data yaitu pengumpulan data, reduksi data, data display, dan verifikasi.

Hasil dan Pembahasan

Akun instagram @info.barangbekaspekanbaru adalah salah satu akun media sosial yang menyediakan jasa paid promote bagi para pengikutnya. Memiliki pengikut yang banyak menjadi satu keuntungan sendiri bagi akun ini untuk memasarkan sebuah produk dalam menjalankan aktivitas e-marketing. Pengelola akun instagram @info.barangbekaspekanbaru terdiri dari 4 orang anggota.



Sumber: Instagram.com/

Gambar 1. Screenshot Akun Instagram @info.barangbekaspekanbaru

Akun instagram @info.barangbekaspekanbaru tidak hanya mempromosikan barang bekas, melainkan juga barang baru. Barang-barang yang dipromosikan bermacam-macam dapat berupa properti, pakaian, gadget, kuliner, hingga kendaraan dan rumah. Sebagaimana yang tercantum dalam bio instagram @info.barangbekaspekanbaru. Dengan adanya hal seperti ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menggunakan jasa paid promote yang ditawarkan akun instagram @info.barangbekaspekanbaru. Tercatat pada awal mula akun ini dibentuk yaitu pada tahun 2020 hingga sekarang, pengikut akun instagram @info.barangbekaspekanbaru mencapai +114.000 pengikut. Ini merupakan angka yang cukup besar untuk sebuah akun media sosial dengan pengikutnya yang selalu mengikuti perkembangan dan postingan dari akun ini. Hal ini juga membuktikan bahwa instagram memiliki pengguna yang banyak di Indonesia terkhusus lagi di Kota Pekanbaru.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller mengenai bauran pemasaran 7P sehingga hasil penelitian ini dibagi menjadi 7 bagian. Pertama, dalam bauran pemasaran produk segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk-produk yang ditawarkan meliputi barang fisik, jasa, tempat, properti, gagasan dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini produk yang ditawarkan akun instagram @info.barangbekaspekanbaru berupa jasa promosi berbayar (paid promote). Dalam bauran pemasaran produk terdapat atribut yang digunakan untuk melengkapi sebuah produk yang terdiri dari kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk. Untuk kualitas produk sendiri, akun instagram @info.barangbekaspekanbaru menawarkan jasa paid promote berupa barang bekas yang masih layak digunakan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Efri Naldi dalam wawancaranya sebagai informan utama yakni:

“Tujuan utama saya membuat akun instagram @info.barangbekaspekanbaru yaitu sebagai media untuk saya menjual barang yang sudah tidak saya pakai (layak digunakan) dan juga sebagai pemasukan bagi saya”. (E. Naldi, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Kemudian juga dalam fitur produk, akun instagram @info.barangbekaspekanbaru menghadirkan bentuk penyajian iklan yang dapat dijadikan pembeda dengan akun paid promote instagram lain. Sebagaimana yang dikatakan Efri Naldi dalam wawancaranya sebagai informan utama yaitu:

“Ada (perbedaan), yaitu dengan memberikan 2 postingan untuk 1 barang di story instagram, yang mana postingan ke-2 ini untuk mengarahkan pembeli ke postingan feed agar pembeli bisa melihat foto barang yang ingin dibelinya ini lebih spesifik”. (E. Naldi, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Dalam fitur gaya dan desain produk, akun instagram @info.barangbekaspekanbaru memberikan kebebasan dalam hal gaya dan desain kepada konsumennya dalam bentuk foto dan video serta memberikan template sebagai deskripsi mengenai produk yang akan dipromosikan. Sebagaimana yang diungkapkan Efri Naldi dalam wawancaranya sebagai informan utama yakni:

“Untuk sekarang ini kita tidak menyediakan jasa desain. Penyajian produk yang ditampilkan (postingan) di Instagram yaitu dengan cara kita memposting foto/video di feed dan story di Instagram dan diiringi dengan caption barang yang ingin dijual”. (E. Naldi, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Hal yang sama juga disampaikan oleh Wella Gustria Winda dalam wawancaranya sebagai informan tambahan yaitu:

“Saya mengirimkan foto dan video serta caption barang bekas yang ingin saya jual”.(W. Gustria Winda, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Berdasarkan penyampaian dari informan-informan di atas, produk memiliki 3 atribut untuk melengkapi produk tersebut dalam sebuah pemasaran yaitu, kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk itu sendiri

Kedua, dalam bauran pemasaran harga merupakan bagian yang penting dalam pemasaran. Harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan kepemilikan terhadap produk atau jasa. Dalam hal ini pemilik akun instagram @info.barangbekaspekanbaru Efri Naldi menggunakan metode penetapan harga paid promote yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono tentang 4 metode penetapan harga dalam jurnal yang (E. Naldi, komunikasi pribadi, Mei 2023) ditulis oleh Arum Wahyuni yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan, berbasis biaya, berbasis laba, dan berbasis persaingan. Dalam metode penetapan harga berbasis permintaan menekankan beberapa faktor yang akan mempengaruhi selera dan referensi pelanggan. Dalam hal ini pemilik akun instagram @info.barangbekaspekanbaru menetapkan harga berdasarkan jenis barang yang akan dijual oleh pemilik barang tersebut. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Efri Naldi dalam wawancaranya sebagai informan utama yaitu:

“Kita menentukan harga paid promote ini dilihat dari harga barang yang ingin dijual oleh si penjual ini dan untuk kategori usaha, makanan, jasa dan lain-lain itu ada harga tertentu nya”.(E. Naldi, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Pada penetapan harga berbasis biaya, faktor penentu keputusan harga pada metode ini yang paling utama yaitu aspek penawaran maupun biaya. Tidak hanya aspek permintaan, harga ditentukan berdasarkan pada biaya produksi dan pemasaran yang ditambahkan dengan jumlah tertentu sehingga mampu menutupi biaya-biaya langsung, biaya tidak terduga dan laba. Efri Naldi menjelaskan dalam wawancaranya sebagai informan utama yaitu:

“Untuk harga barang dibawah 100k fee-nya 5rb/brg, untuk harga barang 100rb-10jt fee-nya 10rb/brg, untuk barang 10jt lebih fee-nya 15/brg, paket usaha fee-nya 25rb”.(E. Naldi, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Kemudian penetapan harga berbasis laba yaitu usaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Metode ini dilakukan berdasarkan laba spesifik dalam bentuk persentase terhadap penetapan harga. Dalam hal ini akun instagram @infobarangbekaspekanbaru belum dapat menentukan penetapan harga berbasis laba. Selanjutnya pada penetapan harga berbasis persaingan, penetapan harga dilakukan berdasarkan apa yang dilakukan oleh pesaing. Dalam hal ini akun instagram @info.barangbekaspekanbaru tidak menggunakan metode ini sebagai penetapan harga paid promotenya. Namun dalam kondisi lain akun instagram @info.barangbekaspekanbaru menyediakan keistimewaan harga bagi konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa paid promotenya. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Efri Naldi dalam wawancaranya sebagai informan utama yaitu:

“Kita menyediakan harga potongan untuk followers yang ingin menjualkan barangnya yang lebih dari 3 macam barang”.(E. Naldi, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Selain dari pada itu, akun instagram @info.barangbekaspekanbaru memberikan kemudahan pembayaran kepada konsumennya. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Efri Naldi selaku informan utama dalam penelitian ini:

“Yaa, kita memberikan kemudahan pembayaran bagi pelanggan kami, yaitu kami menyediakan pembayaran melalui pulsa bagi pelanggan yang tidak mempunyai rekening bank ataupun dompet digital”.(E. Naldi, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Hal demikian juga diungkapkan oleh beberapa informan tambahan terkait kemudahan pembayaran dan penetapan harga paid promote akun instagram @info.barangbekaspekanbaru yang cukup terjangkau dalam wawancara yang telah dilakukan yaitu:

“Terjangkau karna hanya 10 ribu rupiah”.(M. F. Ramadhan, komunikasi pribadi, Mei 2023) *“Sangat Terjangkau”*.(W. Gustria Winda, komunikasi pribadi, Mei 2023) *“Terjangkau kak, dari 5 ribu sampe 10 ribu untuk barang yang mau di jualkan kak”*.(W. Indra Gunawan, komunikasi pribadi, Mei 2023) *“Cukup terjangkau”*.(Y. Prayoga, komunikasi pribadi, Mei 2023) *“Sangat terjangkau, makanya saya tertarik untuk menggunakan jasanya.”*(A. Akbar, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Dari penjelasan informan utama dan dilengkapi dengan informan tambahan dapat diketahui penentuan harga yang dilakukan oleh akun instagram @info.barangbekaspekanbaru memiliki jenis dan kategorinya masing-masing dan berpengaruh terhadap konsumen.

Ketiga, dalam bauran pemasaran distribusi akun instagram @info.barangbekaspekanbaru menggunakan 3 strategi dalam mengembangkan bisnis melalui bauran pemasaran distribusi yaitu alat, cakupan, dan lokasi. Alat merupakan bentuk strategi produsen agar produk mudah diterima oleh konsumen. Dalam hal ini akun instagram @info.barangbekaspekanbaru menggunakan instagram lah sebagai alat dalam bauran pemasaran distribusi. Kemudian cakupan dalam distribusi merupakan suatu hal yang penting. Cakupan dapat mempengaruhi penjualan produk dalam sebuah pemasaran. Dalam hal ini akun instagram @info.barangbekaspekanbaru memiliki cakupan yang luas dengan jumlah pengikut melebihi 100.000 pengikut di instagram. Untuk dapat memiliki pengikut yang banyak seperti saat ini, akun instagram @info.barangbekaspekanbaru memiliki strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan pengikut sebagai cakupannya. Sebagaimana yang dijelaskan Efri Naldi dalam wawancaranya yaitu:

“Cara saya meningkatkan followers yaitu dengan cara melakukan promosi di followersnya besar khususnya akun yang berada di Pekanbaru”.(E. Naldi, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Hal ini juga menjadi alasan bagi konsumen untuk menggunakan jasa paid promote pada akun instagram @info.barangbekaspekanbaru. Sebagaimana yang dikatakan M. Firdaus Ramadhan dalam wawancaranya sebagai informan tambahan yaitu:

“Karna akun tersebut memiliki jangkauan yang cukup luas sehingga sangat mudah mencari pembeli yang membutuhkan barang yang kita jual”.(M. F. Ramadhan, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Lokasi menjadi bagian yang penting pula dalam bauran pemasaran distribusi. Lokasi menentukan keberadaan sebuah produk dalam pemasaran yang dapat memudahkan calon konsumen untuk membeli produk tersebut. Dalam hal ini akun instagram @info.barangbekaspekanbaru menjadi lokasi dalam kegiatan e-marketing paid promote yang

dilakukan. Sementara itu alamat dari produk yang dicantumkan oleh konsumen juga menjadi lokasi yang dapat ditemukan untuk memudahkan calon pembeli untuk mengetahui keberadaan dari produk yang ditawarkan tersebut.

Keempat, promosi merupakan bagian dari pemasaran yang merupakan aktivitas untuk mempengaruhi pelanggan atau calon tertentu untuk membeli produk atau agar pelanggan tetap menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. Dalam bauran pemasaran promosi dibagi menjadi 8 kegiatan promosi yaitu periklanan, promosi penjualan, acara, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, pemasaran media sosial, pemasaran mobile, dan pemasaran personal. Namun dalam hal ini akun instagram @info.barangbekaspekanbaru tidak memunahi semua kegiatan promosi dalam bauran promosi. Promosi yang dilakukan akun instagram @info.barangbekaspekanbaru dalam kegiatan paid promote ini memanfaatkan fitur instagram untuk menampilkan foto, video, dan penjelasan mengenai detail barang yang akan dijual. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Efri Naldi dalam wawancaranya sebagai informan utama yaitu:

“Fitur yang saya gunakan yaitu fitur DM (direct message) dan fitur story, reel, dan postingan menampilkan foto/video barang serta dengan penjelasan barang”. (E. Naldi, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Dalam menjaga dan meningkatkan ketertarikan konsumen untuk menggunakan jasa paid promote akun instagram @info.barangbekaspekanbaru Efri Naldi juga memiliki strateginya sendiri yaitu dengan memberikan tanda barang sudah laku terjual dalam postingan dan juga story instagram. Sebagaimana jawaban atas pertanyaan yang dilakukan penulis dalam wawancara terhadap informan utama Efri Naldi yaitu:

“Setiap barang yang sudah terjual kita membuat Tanda Terjual dan kita posting di Story Instagram.” (E. Naldi, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Tidak hanya menggunakan instagram dalam menjalankan paid promotenya, Efri Naldi selaku pemilik akun instagram @info.barangbekaspekanbaru juga melakukan promosi melalui mulut ke mulut (word of mouth). Sebagaimana jawaban yang Efri Naldi katakan dalam wawancaranya yakni:

“iya, kita masih menggunakan iklan mulut ke mulut.” (E. Naldi, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Dan juga promosi yang ditawarkan dalam paid promote akun instagram @info.barangbekaspekanbaru memiliki perbedaan dengan akun instagram lainnya. Sebagaimana penjelasan dari Efri Naldi selaku informan utama dalam wawancaranya yakni:

“Ada, yaitu dengan memberikan 2 postingan untuk 1 barang di story instagram, yang mana postingan ke 2 ini untuk mengarahkan pembeli ke postingan feed agar pembeli bisa melihat foto barang yang ingin dibelinya ini lebih spesifik.” (E. Naldi, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Dari penjelasan informan utama di atas, dapat diketahui bahwa akun instagram @info.barangbekaspekanbaru memiliki perbedaan iklan yang ditawarkan dalam paid promotenya dengan akun instagram lainnya. Mereka menyediakan dua postingan story instagram untuk satu barang yang ingin dijual. Dan pada postingan kedua mengarahkan calon pembeli untuk melihat postingan detail barang yang dijual pada postingan feed instagram.

Kelima, sumber daya manusia dalam bauran pemasaran merupakan semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Dimana bagian dari sumber daya manusia antara lain pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain. Dalam hal ini akun instagram @info.barangbekaspekanbaru dikelola oleh beberapa orang untuk dapat memaksimalkan layanan dalam kegiatan paid promote yang mereka lakukan. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan utama Efri Naldi:

“Saya tidak melakukannya sendiri. Selain saya sendiri ada 3 teman saya yang mengelola akun ini. Ada bidang marketing 1 orang, admin 2 orang, dan desain 1 orang (rangkap jadi admin)kak.”(E. Naldi, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Dari penjelasan informan utama di atas, dapat diketahui bahwa akun instagram @info.barangbekaspekanbaru memiliki sumber daya manusia nya untuk memenuhi kegiatan paid promote yang dilakukan. Terdapat tiga orang lainnya dalam mengelola akun tersebut, diantaranya sebagai marketing, admin, dan desain. Selain itu konsumen juga berperan dalam bauran pemasaran sumber daya manusia ini, karena konsumen juga terlibat dalam kegiatan paid promote yang berlangsung.

Keenam, dalam bauran pemasaran fasilitas fisik akun instagram @info.barangbekaspekanbaru memiliki beberapa fasilitas fisik yang dapat menunjang kegiatan e-marketing paid promote yang mereka lakukan. Sebagaimana yang dijelaskan Efri Naldi selaku informan utama penelitian ini dalam wawancara yang telah dilakukan sebelumnya:

“Kita tidak memiliki kantor, yang utama yaitu smarphone dan alat pendukung lainnya yaitu laptop.”(E. Naldi, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Dari jawaban informan utama Efri Naldi di atas, dapat diketahui bahwa akun instagram @info.barangbekaspekanbaru tidak memiliki kantor atau tempat tertentu dalam mengelola akun instagram @info.barangbekaspekanbaru. Namun disisi lain mereka memanfaatkan smarphone dan laptop sebagai alat penunjang dalam melakukan e-marketing paid promote. Komunikasi yang dilakukan dalam bentuk online antara satu pengelola dan pengelola lainnya, dan antara admin dan konsumennya.

Ketujuh, bauran pemasaran proses yang dilakukan oleh akun instagram @info.barangbekaspekanbaru dalam melakukan paid promotenya cukup sederhana. Sebagaimana yang diungkapkan oleh informan utama Efri Naldi dalam wawancaranya yaitu:

“Kita dalam mengelola akun kita tidak ada menentukan harus mengikuti urutan, yang terpenting foto/video dan caption sudah dikirimkan ke DM kita dan beserta biaya paid promotenya. Setelah itu dilakukan maka kita akan langsung memposting barang yang ingin dijual tersebut.”(E. Naldi, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Dari jawaban informan utama di atas, dapat diketahui bahwa akun instagram @info.barangbekaspekanbaru memudahkan proses e-marketing paid promote yang mereka lakukan. Proses yang dilakukan hanya dengan konsumen mengirimkan foto atau video dari barang yang ingin dijual serta caption guna memperjelas deskripsi dari barang tersebut. Hal ini juga disampaikan oleh informan tambahan dalam wawancara yang telah dilakukan terhadap M. Firdaus Ramadhan:

“Admin fast respon dan memberikan prosedur dan tata cara yang sangat jelas.” (M. F. Ramadhan, komunikasi pribadi, Mei 2023)

Dari jawaban kedua informan di atas, dapat diketahui bahwa akun instagram @info.barangbekaspekanbaru memiliki proses pemasaran dengan prosedur yang jelas serta dengan komunikasi yang baik antara admin akun instagram @info.barangbekaspekanbaru dengan konsumennya.

Pada penelitian ini, penulis mengangkat judul e-marketing akun instagram @info.barangbekaspekanbaru sebagai platform paid promote barang bekas di Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi dikaitkan dengan teori bauran komunikasi pemasaran. Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif artinya data yang dikumpulkan berupa kata-kata, kalimat atau gambar yang memiliki makna dan mampu memacu timbulnya pemahaman yang lebih nyata daripada sekedar angka dan frekuensi. Data dan informasi penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam (in-dept interview) dengan para informan yaitu pemilik/admin akun dan lima orang pengikut atau konsumen akun instagram @info.barangbekaspekanbaru. Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara sebagai panduan dalam mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan objek penelitian yaitu e-marketing akun instagram @info.barangbekaspekanbaru sebagai platform paid promote barang bekas di Kota Pekanbaru, namun tetap dikondisikan sebagaimana kondisi perkembangan dan situasi wawancara. Selain itu observasi juga dilakukan terhadap perkembangan akun instagram @info.barangbekaspekanbaru untuk mencatat hal, peningkatan followers, postingan paid promote perhari, dan lain sebagainya pada saat proses penelitian.

E-marketing merupakan bentuk perkembangan teknologi dari komunikasi pemasaran melalui jaringan internet. Komunikasi pemasaran adalah suatu usaha yang mempresentasikan gabungan semua unsur dalam bauran pemasaran yang memfasilitasi terjadinya pertukaran dengan menciptakan suatu arti yang disebarluaskan kepada pelanggan atau konsumennya. Bauran pemasaran yang dimaksud adalah seperangkat alat yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam memenuhi target pasarnya. Bauran pemasaran terdiri dari tujuh elemen yang memaksimalkan pelayanan yang ditujukan kepada konsumen. Yang mana tujuh elemen tersebut adalah product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process.

Pertama, dalam bauran produk (product) terdapat 3 atribut untuk melengkapi produk yaitu kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk. Dalam hal ini kualitas dari produk yang digunakan dalam kegiatan paid promote akun instagram @info.barangbekaspekanbaru adalah barang bekas yang masih layak digunakan. Namun tidak menutup kemungkinan untuk produk baru, produk usaha, produk makanan, produk jasa, dan lain sebagainya. Fitur produk yang digunakan akun instagram @info.barangbekaspekanbaru dalam menjalankan paid promote tidak ada bedanya dengan fitur produk (barang bekas) lainnya. Hanya saja perbedaan produk terdapat dalam penyajian iklan yang ditawarkan. Gaya dan desain produk dari paid promote akun instagram @info.barangbekaspekanbaru tidak memiliki batasan atau lebih mengarahkan kepada konsumen yang ingin menjual produknya untuk dapat mendesain produknya dengan gayanya sendiri sesuai dengan kreativitas yang konsumen inginkan melalui foto dan video.

Kedua, dalam bauran harga (price) terdapat 4 metode yang digunakan akun instagram @info.barangbekaspekanbaru dalam menetapkan harga paid promote mereka yaitu metode

penetapan harga berbasis permintaan, metode penetapan harga berbasis biaya, metode penetapan harga berbasis laba, dan metode penetapan harga berbasis persaingan. Dalam metode penetapan harga berbasis permintaan akun instagram @info.barangbekaspekanbaru mengelompokkan penetapan harga berdasarkan jenis barang seperti kategori usaha, makanan, jasa dan lain sebagainya. Untuk penetapan harga berbasis biaya akun instagram @info.barangbekaspekanbaru menetapkan harga paid promote dengan menjadi 4 kategori yaitu; untuk harga barang yang dijual kurang dari Rp 100.000 dikenakan biaya Rp 5.000/barang, untuk harga barang yang dijual mulai dari Rp 100.000 sampai dengan Rp 10.000.000 dikenakan biaya Rp 10.000/barang, untuk harga barang yang dijual mulai dari Rp 10.000.000 sampai dengan seterusnya dikenakan biaya Rp 15.000.000/barang, dan untuk harga paket usaha yang dijual dikenakan biaya Rp 25.000. Untuk metode penetapan harga berbasis laba dalam hal ini akun instagram @info.barangbekaspekanbaru sampai sejauh ini belum dilakukan. Untuk metode penetapan harga berbasis persaingan akun instagram @info.barangbekaspekanbaru juga tidak melakukannya. Namun potongan harga diadakan bagi pelanggan yang sudah menggunakan paid promote mereka lebih dari tiga kali. Hal ini dilakukan untuk menjaga pelanggan dari persaingan akun paid promote instagram lain.

Ketiga, dalam bauran tempat terdapat 3 atribut yang melengkapi tempat untuk melakukan kegiatan pemasaran yaitu alat, cakupan, dan lokasi. Perihal sebuah alat akun instgaram @info.barangbekaspekanbaru menjadikan instagram sebagai alat penunjang tempat untuk melakukan kegiatan paid promote. Terdapat +100.000 lebih pengikut yang menjadi konsumen dalam instagram @info.barangbekaspekanbaru. Lokasi yang dari barang yang dijual tertera pada deskripsi pada setiap barang, hal ini dapat memudahkan calon pembeli untuk mengetahui dari lokasi barang tersebut.

Keempat, akun instagram @info.barangbekaspekanbaru melakukan promosi dengan memanfaatkan instagram sebagai media. Promosi yang dilakukan pada instagram dengan cara memposting barang yang dijual oleh konsumen dengan menggunakan beberapa fitur yang ada pada instagram. Fitur tersebut adalah instagram feed, instagram story, instagram reel, dan direct message. Selain itu promosi yang dilakukan dengan cara promosi langsung melalui mulut ke mulut dan memiliki perbedaan dengan promosi yang ditawarkan dari instagram lain. Kelima, sumber daya manusia (people) pada akun instagram @info.barangbekaspekanbaru terdiri dari pengelola sebanyak 4 orang yaitu pemilik, admin, marketing, dan desain. Dan sumber daya manusia lainnya adalah konsumen dan pengikut akun instagram itu sendiri. Selanjutnya keenam, fasilitas fisik yang digunakan akun instagram @info.barangbekaspekanbaru dalam menjalankan paid promote adalah berupa gadget seperti smarthphone dan laptop. Dan yang terakhir yaitu bauran proses yang dilakukan akun instagram @info.barangbekaspekanbaru dalam melakukan paid promote cukup sederhana yaitu dengan cara konsumen hanya mengirimkan foto/video dari barang yang akan mereka jual serta caption guna memperjelas dari deskripsi barang tersebut. Kemudian admin merespon melalui direct message instgaram serta menunggu kosumen melakukan pembayaran. Setelah melakukan pembayaran admin langsung memposting barang yang akan dijual di dalam akunnya.

Dari 7 elemen bauran pemasaran yang penulis uraikan di atas mengenai produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia, fasilitas fisik, dan proses sesuai dengan penelitian yang penulis angkat. Yang mana E-marketing yang dilakukan akun instagram

@info.barangbekaspekanbaru dalam melakukan paid promote barang bekas mengacu kepada teori yang digunakan. Sehingga komunikasi pemasaran yang terjadi antara pengelola akun dan konsumen selama proses paid promote terjadi dapat berjalan dengan lancar.

Uraian di atas merupakan hasil wawancara mendalam dengan para informan, serta observasi dan dokumentasi yang dilakukan pada objek penelitian.

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai E-marketing Akun Instagram @info.barangbekaspekanbaru Sebagai Platform Paid Promote Barang Bekas di Kota Pekanbaru dapat diambil kesimpulan yaitu akun instagram @info.barangbekaspekanbaru menggunakan paid promote sebagai e-marketing dengan Instagram menjadi platform e-marketing yang dilakukan dengan menggunakan beberapa fitur untuk mempromosikan barang bekas dalam bentuk postingan foto dan video. Melalui paid promote, akun instagram @info.barangbekaspekanbaru dapat memudahkan pengikutnya untuk mempromosikan produk yang dijual kepada masyarakat luas. Sehingga dengan adanya kegiatan paid promote ini menjalankan fungsi dari e-marketing yaitu kesadaran merek terhadap akun instagram @info.barangbekaspekanbaru sebagai platform paid promote barang bekas di Kota Pekanbaru dan mampu menumbuhkan minat serta meningkatkan potensi konsumen dalam aspek komunikasi pemasaran yang dilakukan. Sebagai pengelola akun, instagram @info.barangbekaspekanbaru menjalankan perannya sebagai platform yang memasarkan produk secara online. Paid promote berperan sebagai jembatan komunikasi yang dapat menciptakan kesadaran merek dan menumbuhkan minat konsumen.

Referensi

- About Instagram. (t.t.).2022, <https://about.instagram.com/features/reels>
- Akbar, A. (2023, Mei). *Wawancara Informan Tambahan* [Komunikasi pribadi].
- Arifah, N. P., & Mustikarini, C. N. (2016). Paid promote sebagai media promosi produk Delicy dalam meningkatkan konsumen potensial. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(3), 307–313.
- Fahmi, M. N. (2019). Endorse dan paid promote Instagram dalam perspektif hukum Islam. *An-Nawa: Jurnal Studi Islam*, 1(1), 1–27.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Gunelius, S. (2011). *Content Marketing For Dummies*. John Wiley & Sons.
- Gustria Winda, W. (2023, Mei). *Wawancara Informan Tambahan* [Komunikasi pribadi].
- Indra Gunawan, W. (2023, Mei). *Wawancara Informan Tambahan* [Komunikasi pribadi].
- Jenis-Jenis Pemasaran Online. (2023). *Dreambox*. <https://www.dreambox.id/blog/digital-marketing/pelajari-jenis-jenis-pemasaran-online-untuk-merintis-usaha/>
- Juni Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV Pustaka Setia.
- Kemp, S. (2022, Februari 15). *Digital 2022: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Kom, S. S. S. (2013). *Buku Pintar Gadget Android untuk Pemula: Untuk pemula*. Lembar Langit Indonesia.
- Kotler, P., & Armstrong. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall*. Pearson Education.
- Kurniawan, S. C., & Riyanto, S. (t.t.). *Implementasi Aplikasi Pengelolaan Penjualan Barang Bekas Online Berbasis Android Pada Tian Shop-Madiun*. 7.

- Kusmiati, M. (2021). *Komunikasi Pemasaran Instagram @7islami_news Sebagai Media paid Promote Dalam Meningkatkan Konsumen Potensial*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Mkwizu, K. H. (2020). Digital marketing and tourism: Opportunities for Africa. *International Hospitality Riview*, 34.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi penelitian kualitatif edisi revisi*. Remaja Rosdakarya.
- Naldi, E. (2023, Mei). *Wawancara Informan Utama* [Komunikasi pribadi].
- Nugrahani, M.Hum., Dr. F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Peneltian Pendidikan Bahasa*. Cakra Books.
- Paid Promote; Pengertian, Cara kerja, dan Manfaatnya. (t.t.). *Kumparan*. Diambil 20 Januari 2023, dari <https://kumparan.com/berita-bisnis/paid-promote-pengertian-cara-kerja-dan-manfaatnya-1zDeptUGStI/full>
- Philip, K., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* (15 ed.). Pearson Education.
- Prayoga, Y. (2023, Mei). *Wawancara Informan Tambahan* [Komunikasi pribadi].
- Purbohastuti, A. W. (2021). *Efektivitas Bauran Pemasaran Pada keputusan Pembelian Konsumen Indomaret*. 7(1).
- Rahmadani, N. (2021). *Digital Marketing Selebgram @hannanadya Dalam Melakukan Endorse dan Paid Promote Pada Olshop Havefunstore*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ramadhan, M. F. (2023, Mei). *Wawancara Informan Tambahan* [Komunikasi pribadi].
- Riyadi, H. (2022). *Pengertian Instagram Beserta Sejarah dan Fungsi Instagram yang Wajib Diketahui Pengguna Internet*. <https://www.nesabamedia.com/pengertian-instagram/>
- Santoso, A. P., Baihaqi, I., & Hakim, J. A. R. (2017). *Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita*. 6(1), 5.
- Yulianita, N., & Karim, I. Y. (2021). Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2), 120–129. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i2.418>