

**Perancangan Strategi Periklanan dengan Konten *Social Media Marketing*  
Menggunakan Instagram @asyraaf\_official pada UMKM Asyraaf Official Store  
Tahun 2023**

**Muhammad Farel Zoehirfan<sup>1</sup>, Astri Wulandari<sup>2</sup>**

Universitas Telkom Bandung

farelzoehirfan2001@gmail.com, astriwulandari@telkomuniversity.ac.id

**ABSTRACT**

*Advertising is a way to promote products or services to the public in various ways according to the provisions contained therein. Using advertising in the form of product promotion will make it easier for sellers to market their products. Advertising is a strategy to promote a product or service that is being sold, with an advertisement provided by a company, will make it easier for the audience to find out about the product being sold. The purpose of this design is how to design content design for Muslim fashion products uploaded via the Instagram platform. This is made as a form of information to the public that wearing Muslim clothing is not something to be ashamed of and can still look stylish. Research in this design uses qualitative methods and uses data analysis methods from the results of interviews and then developed into a hypothesis. The results of the design given are in the form of photos and designs in the form of an Instagram feed whose function is to make people from all walks of life more interested in wearing Muslim clothing.*

**Keywords:** Advertising, Content Marketing, Instagram, Social Media

**ABSTRAK**

Periklanan merupakan sebuah cara untuk mempromosikan produk atau jasa kepada masyarakat dengan berbagai cara yang sesuai dengan ketentuan yang ada di dalamnya. Dengan menggunakan iklan dalam suatu bentuk promosi produk akan mempermudah penjual memasarkan produknya. Periklanan adalah sebuah strategi untuk mempromosikan suatu produk atau jasa yang dijual, dengan adanya iklan yang diberikan oleh sebuah Perusahaan akan memudahkan audiens mengetahui produk yang dijual. Tujuan dari perancangan ini adalah bagaimana merancang sebuah desain konten dari produk busana muslim yang diunggah melalui *platform* Instagram. Hal ini dibuat sebagai bentuk informasi kepada masyarakat bahwasanya menggunakan busana muslim bukanlah sesuatu yang memalukan dan masih dapat terlihat *stylish*. Penelitian dalam perancangan ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan metode analisis data dari hasil wawancara lalu dikembangkan menjadi sebuah hipotesis. Hasil dari perancangan yang diberikan yaitu berupa foto dan desain dalam bentuk *feed* Instagram yang fungsinya untuk membuat masyarakat dari setiap kalangan semakin tertarik dengan pemakaian busana muslim.

**Kata Kunci:** Periklanan, Konten *Marketing*, Instagram, Media Sosial

## PENDAHULUAN

Periklanan merupakan sebuah cara untuk mempromosikan produk atau jasa kepada masyarakat dengan berbagai cara yang sesuai dengan ketentuan yang ada di dalamnya. Dengan menggunakan iklan dalam suatu bentuk promosi produk akan mempermudah penjual memasarkan produknya. Selain itu periklanan adalah komunikasi komersial dan nonpersonal yang berkaitan dengan sebuah organisasi yang produknya ditransaksikan ke target khalayak, lewat media bersifat masal, seperti televisi, radio, koran, majalah, *direct mail*, reklame luar ruangan, serta kendaraan umum. Tujuan diadakannya perancangan periklanan pada media sosial Instagram yaitu untuk mempromosikan produk kepada calon konsumen, dan mendorong agar mereka membeli produk tersebut.

Menurut beberapa artikel yang ada periklanan menggunakan media sosial merupakan salah satu strategi periklanan yang banyak digunakan saat ini. Dengan adanya media sosial, informasi yang didapat masyarakat semakin cepat sampai. Perkembangan *fashion* di Indonesia pun semakin pesat dan cepat dengan adanya media sosial saat ini, penggunaan media sosial dalam bisnis *fashion* menjadi pacuan tinggi dalam pemasaran dan perkembangan pada *fashion* di dunia. Media Sosial yang memiliki ragam strategi untuk penjualan atau pemasaran produk nya yaitu pada Instagram, karena Instagram memiliki ruang untuk memberikan kejelasan produk yang dijual.

Pada tahun 2021 hingga saat ini Perusahaan telah menggunakan dan menerapkan strategi periklanan melalui media sosial di *platform* Instagram. Dengan itu penelitian ini menemukan permasalahan yang terjadi dalam perusahaan di antaranya yaitu, bagaimana cara mengelola media sosial Instagram @asyraaf\_officialstore dengan benar, rancangan apa yang akan diterapkan dalam Instagram ke depannya, dan penyelesaian apa yang harus dilakukan perusahaan ketika penjualan *online* menurun.

Dengan adanya permasalahan yang ada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara pengelolaan media sosial bisnis Instagram dalam pemasaran Asyraaf Official Store, serta mengetahui rencana yang akan diterapkan ke depannya dalam pengembangan konten *marketing* pada Instagram @asyraaf\_officialstore. Hingga mencari cara untuk menyelesaikan permasalahan penurunan penjualan *online* yang terjadi dalam perusahaan.

## METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2019:2), secara umum metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif untuk menggambarkan data yang ada di dalamnya serta mengevaluasi untuk di analisis. Penelitian deskriptif kualitatif deskriptif merupakan suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam. Dikutip dari jBogdan dan Taylor yang dikutip oleh Lexy J. Moleong menyatakan bahwa pendekatan kualitatif adalah

"suatu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati". pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

### **Teknik Sampling**

Menurut Sugiyono (2019:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* dengan Teknik *purposive sampling*. Serta menurut Sugiyono (2019:133) mengemukakan bahwa Teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan yaitu berupa sampel yang diambil dari pemilik dan beberapa *staff* yang ada di Asyraaf Official Store. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan yaitu pemilik usaha sebagai narasumber pertama dan *staff* dari Perusahaan Asyraaf Official Store sebagai narasumber kedua dengan Teknik sampling yang dilakukan menggunakan olah data melalui proses wawancara.

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih tujuh bulan terhitung sejak bulan Januari hingga bulan Juli tahun 2023 yang bertempat di salah satu tempat usaha bernama Asyraaf Official Store di daerah Jakarta Timur.

### **Teknik Analisis Data**

Penulis menggunakan dua metodologi yang berbeda untuk pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan, sebagaimana dirujuk dari Sugiyono (2020: 173), yaitu observasi yang dilakukan untuk melihat bagaimana perancangan strategi periklanan konten pada media sosial Instagram *@asyraaf\_officialstore*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan uraian deskriptif di atas teknik yang digunakan dalam wawancara pada penelitian ini menggunakan jenis wawancara semi terstruktur, karena pertanyaan yang diajukan kepada narasumber sesuai dengan rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini. Selama melakukan wawancara terhadap kedua narasumber dari UMKM Asyraaf Official Store di atas, penulis mendapatkan jawaban yang sesuai dengan pertanyaan yang telah diajukan saat wawancara berlangsung. Ditemukan beberapa hal yang berhubungan dengan penelitian di atas, yaitu:

Terkait dengan temuan yang pertama yaitu narasumber pertama menyatakan bahwa cara mengelola media sosial di produk ini yaitu dengan ikut serta berdiskusi bersama tim media sosial dan *marketing* dalam pembuatan konten yang akan dibuat untuk *posting*-an di media sosial Instagram *@asyraaf\_officialstore*, kemudian penerapan dalam pembuatan konten saat ini belum bisa di realisasikan secara menyeluruh dikarenakan kendala yang ada dalam perusahaan yaitu masih

kurangnya pemahaman untuk merancang konten pada media sosial Instagram, Adapun penyelesaian yang dilakukan perusahaan dalam menyelesaikan permasalahan penurunan penjualan *online* yaitu mengadakan evaluasi dengan tim *marketing* perusahaan untuk mengetahui letak kesalahan dan mencari jalan keluar untuk hal seperti ini, jalan keluar yang biasa dilakukan salah satunya yaitu memberikan harga miring atau harga lebih murah dari biasanya terhadap beberapa produk yang dikeluarkan dan memberikan *giveaway* di setiap bulannya.

Terkait dengan temuan yang kedua yaitu narasumber kedua menyatakan bahwa cara mengelola media sosial Instagram *@asyraaf\_officialstore*, *staff marketing* dan media sosial berdiskusi bersama pemilik perusahaan mengenai strategi *marketing* dan konten yang akan dibuat untuk Instagram *@asyraaf\_officialstore*, kemudian untuk saat ini semua strategi *marketing* sudah di diskusikan bersama *owner*, namun yang masih menjadi kendala adalah kurangnya pemahaman dalam perancangan periklanan mengenai penentuan jenis konten dan penjadwalan dalam meng-*upload* konten di media sosial Instagram *@asyraaf\_officialstore*. Penyelesaian yang dilakukan dalam menangani penurunan penjualan *online* yaitu berdiskusi untuk evaluasi bersama *owner* dan mencari jalan keluar Bersama untuk memecahkan dan menyelesaikan permasalahan yang sedang terjadi.

Dengan adanya hasil dari proses wawancara di atas maka penulis mengetahui permasalahan yang ada dalam perusahaan tersebut, hasil dari wawancara bersama pemilik usaha dan *staff* Perusahaan tersebut yaitu sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh penulis dalam penelitian ini. Semua pertanyaan yang diajukan oleh penulis serta jawaban yang di berikan oleh narasumber telah menjawab rumusan masalah yang dibuat oleh penulis sehingga dapat dikelola lebih lanjut untuk penelitian yang sedang dilakukan. Berikut beberapa implementasi yang telah di buat dalam perancangan strategi periklanan, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1. Jadwal Konten Instagram**

Sumber: Data Olahan Penulis 2023

Jadwal Konten Instagram									
NO	Tipe Konten	Topik	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
1.	Awareness	Memberi informasi berupa edukasi dengan dibarengi promosi produk kepada konsumen.	✓						
2.	Appeal	Pendekatan yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen.		✓					
3.	Ask	Memberikan pertanyaan untuk berinteraksi kepada konsumen.				✓			
4.	Act	Give Away					✓		
5.	Advocate	Testimoni Customer						✓	
6.	Entertainment	Live Instagram			✓				
7.	Konten Visual	Quote							✓
8.	Memperingati Hari Besar	Memperingati 1 Muharram, etc	Menyesuaikan dengan Tanggal di Kalender						

Menurut tabel diatas dijelaskan mengenai penjadwalan unggahan konten Instagram di setiap hari dalam kurun waktu satu minggu secara berkala. Terdapat beberapa tipe konten di dalam nya meliputi *Awareness*, *Appeal*, *Ask*, *Act*, *Advocate*, *Entertainment*, Konten Visual, dan Memperingati Hari Besar. Dengan topik yang beragam disetiap tipe konten yang ada dengan penyesuaian yang telah ditentukan.



**Gambar 1. Tipe Konten Awareness**

Sumber: Data Olahan Penulis 2023

Pada hari Senin menampilkan tipe *Awareness* yang di dalamnya menjelaskan mengenai kelebihan penggunaan bahan dari kain katun madina, yang akan ditampilkan pada *feeds* instagram.



**Gambar 2. Tipe Konten Ask**  
Sumber: Data Olahan Penulis 2023

Pada hari kamis menampilkan tipe konten *Ask* yang di dalamnya berupa konten interaksi dengan konsumen yaitu memberikan pertanyaan produk Asyraaf Official Store yang diharapkan oleh konsumen, yang akan ditampilkan pada *feeds* Instagram.



**Gambar 3. Tipe Konten Appeal**  
Sumber: Data Olahan Penulis 2023

Pada hari Selasa menampilkan tipe konten *Appeal* yang didalamnya berupa konten ajakan kepada konsumen untuk membeli produk Asyraaf Official dengan memberikan potongan harga pada produk yang ditawarkan, yang akan ditampilkan pada *feeds* Instagram.



**Gambar 4. Tipe Konten *Advocate***

Sumber: Data Olahan Penulis 2023

Pada hari Sabtu menampilkan tipe konten *Advocate* yang di dalamnya berisi konten tentang testimoni pembelian produk dari konsumen yang telah membeli produk Asyraaf Official Store, yang hanya ditampilkan di cerita Instagram saja dan nantinya bisa ditampilkan pada *highlight* Instagram.



**Gambar 5. Tipe Konten Memperingati Hari Besar**

Sumber: Data Olahan Penulis 2023

Pada beberapa tanggal besar dalam kalender menampilkan tipe konten memperingati hari besar yang hanya ditampilkan di cerita Instagram saja dan nantinya bisa ditampilkan pada *highlight* Instagram.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan adanya pembahasan di atas maka dapat diambil beberapa kesimpulan yang diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Cara yang dilakukan dalam mengelola sosial media bisnis pada *Instagram @asyraaf\_officialstore* yakni dengan mengelola sosial media di produk ini, dengan cara ikut serta berdiskusi bersama tim sosial media dan *marketing* dalam merencanakan konten yang akan dibuat untuk postingan di sosial media Instagram.
2. Rencana yang akan diterapkan ke depannya dalam mengembangkan konten *marketing* pada Instagram *@asyraaf\_officialstore* yaitu membuat penjadwalan untuk pembuatan dan publikasi konten, agar *social media* yang dimiliki Perusahaan dapat lebih aktif, terstruktur dan konsisten dalam mengunggah konten yang telah dibuat.
3. Penyelesaian yang dilakukan Perusahaan dalam menangani penurunan penjualan secara *online* yaitu mengadakan evaluasi tim bersama dengan pemilik usaha dan mencari jalan keluar untuk permasalahan yang terjadi. Jalan keluar yang telah diterapkan oleh perusahaan di antaranya yaitu memberikan potongan harga spesial untuk pelanggan pada hari-hari tertentu dan mengadakan *giveaway* di setiap satu bulan sekali berupa produk dari Asyraaf Official Store dan mengunggah testimoni pelanggan yang merasa puas setelah membeli produk dari Asyraaf Official Store. Dengan adanya penerapan konten dan aksi seperti ini diharapkan dapat menjadi jalan keluar yang sangat berpengaruh terhadap penurunan penjualan *online* dalam perusahaan ini.

Berdasarkan kesimpulan yang telah disimpulkan di atas dalam pembahasan mengenai Perancangan Strategi Periklanan dengan Konten *Social Media Marketing* Menggunakan Instagram *@asyraaf\_officialstore* pada UMKM Asyraaf Official Tahun 2023 maka penulis mengajukan beberapa saran yang bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, sebagai berikut :

1. Membuat perancangan konten yang lebih matang dan mampu untuk direalisasikan dalam kurun waktu kurang lebih dalam dua bulan.
2. Menetapkan hasil perancangan yang telah dirancang bersama.
3. Mempertahankan hal yang telah dilakukan dan berdampak baik untuk kemajuan perusahaan, seperti menjalin hubungan baik dengan konsumen dan konsisten dalam menerapkan perancangan yang sudah dibuat.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Ali, R. (2017). Efektifitas metode qiroati dalam meningkatkan kemampuan membaca alquran siswa SDIT Bunayya Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 2(1), 179-186.
- Asnawi, M., & Simanjuntak, M. U. (2019). Pengaruh pemberian bonus dan insentif terhadap prestasi atlet pada komite olahraga nasional Indonesia (KONI) Sumatera Utara. *Jurnal Bisnis Corporate*, 4(2).
- Dayati, G. (2022). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Di Perusahaan PD. Pasifik Semarang (Doctoral dissertation).
- Hermansyah, R., & Asbari, M. (2023). Hiduplah dengan Seimbang: Sebuah Kajian Filosofis Singkat. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 2(1), 19-24.
- jBogdan dan Taylor yang dikutip oleh Lexy J. Moleong, (Metode Penelitian).
- Putri, A. A. M. S., & Patria, A. S. (2022). Perancangan Referensi Gaya Berpakaian Thrifting Melalui Feed Instagram. *BARIK*, 3(2), 125-137.
- Rabiulyfani, T., & Salma, A. N. (2022). Strategi Digital Branding Smb Telkom University Melalui Media Sosial Instagram. *eProceedings of Management*, 9(3).
- Safitri, I., & DWIJAYANTI, R. (2021). ANALISIS RASIO PROFITABILITAS PT. ASTRA INTERNASIONAL TBK (Doctoral dissertation, Universitas Sangga Buana YPKP).
- Steven, S., & Wibowo, T. (2020, November). Perancangan Konten Instagram Pada Indoraya Furniture. In *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology* (Vol. 1, No. 1, pp. 385-390).
- Sugiyono (2019 : 2), Metode Penelitian Bisnis.