

ANALISIS KONTEN MEDIA INSTAGRAM LAPIS KUKUS PAHLAWAN SURABAYA

Nissa Zahralilalamin¹, Yenny²

^{1,2}Universitas Dr. Soetomo, Surabaya-Indoensia
nissazahra48@gmail.com

ABSTRACT

Marketing communication is very important for all businesses so that the business runs smoothly, not least in a company. It is important for companies to build good communication with audiences or consumers in order to create good relationships so that the products being marketed are selling well. Marketing communication is the main key to the success of a company in marketing its products in order to achieve the target. The trend of marketing products on social media is very effective and interesting, especially through Instagram. The purpose of this study is to find out how marketing communications through Instagram media that exist between companies and consumers are going well or not. The method used in this research is descriptive qualitative using data collection, data reduction, performance data, and interesting conclusions. The data from this research were obtained by observing Instagram social media accounts from Lapis Kukus Pahlawan Surabaya. Based on the results of the analysis of the data obtained, it can be concluded that Media Content Analysis for Instagram Lapis Kukus Pahlawan Surabaya has been running effectively.

Keywords: *Media Content Analysis of Lapis Kukus Pahlawan Surabaya Instagram Media*

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran sangat penting bagi semua usaha supaya bisnis berjalan dengan lancar, tak terkecuali di dalam suatu perusahaan. Penting bagi perusahaan menjalin komunikasi yang baik dengan audiens atau konsumen agar tercipta hubungan baik sehingga produk yang dipasarkan laris terjual. Komunikasi pemasaran menjadi kunci utama keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya supaya mencapai target. Trend memasarkan produk di media sosial sangat efektif dan menarik terutama melalui media Instagram. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran melalui media Instagram yang terjalin antara perusahaan dan konsumen berjalan dengan baik atau tidak. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penampilan data, dan menarik kesimpulan. Data hasil penelitian ini diperoleh dengan mengamati akun media sosial Instagram dari Lapis Kukus Pahlawan Surabaya.

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa Analisis Konten Media Instagram Lapis Kukus Pahlawan Surabaya sudah berjalan dengan efektif.

Kata Kunci: *Analisis Konten Media Instagram Lapis Kukus Pahlawan Surabaya*

PENDAHULUAN

Perkembangan komunikasi pemasaran saat ini tidak hanya bersifat tradisional. Pemasar kini juga menggunakan media baru seperti internet sebagai alternatif untuk menghadapi pelanggan potensial. Keberadaan internet menawarkan lingkungan virtual baru untuk praktik pemasaran. Kehadiran media sosial dalam pemasaran di era digital saat ini dapat dilihat dari dua sisi, yaitu pengiklan atau pemasar dan pengguna media sosial. Bagi pemasar dan pengiklan, media sosial menawarkan berbagai macam konten. Konten diimpor tidak hanya dalam format teks, tetapi juga dalam format audio dan video. Penggunaan media sosial juga lebih murah. Selain itu, tujuan calon pelanggan juga dapat ditentukan berdasarkan fungsionalitas perangkat media sosial.

Perubahan gaya hidup masyarakat membuat pemasar merasa perlu cepat beradaptasi dengan tren pemasaran online atau hal-hal baru. (Prasetya et al., 2024) Salah satu kue lapis lokal buatan Surabaya yang menggunakan jejaring sosial Instagram sebagai alat komunikasi pemasarannya adalah perusahaan kue Lapis Kukus Pahlawan. Sejak Juli 2016, mereka gencar menggunakan Instagram sebagai media pemasaran. (Khoiridah et al., 2020)

Pemasaran melalui Instagram memang sangat populer di kalangan pebisnis Indonesia. Banyaknya akun Instagram yang memasarkan segala hal mulai dari barang, jasa hingga kuliner menjadi bukti bahwa social media marketing menjadi pilihan para pebisnis untuk memasarkan dan menggaet calon konsumen. Dengan fitur-fitur yang ditawarkan Instagram, pemasar dapat dengan mudah mengelola akun sesuai keinginan mereka. Mereka mempromosikan produk mereka melalui akun Instagram mereka. (Pertiwi et al., 2019)

Lapis Kukus Pahlawan melihat peluang yang baik untuk menggunakan Instagram sebagai alat komunikasi pemasaran dan memilih jalur ini untuk membantu memasarkan produknya dan menarik konsumen karena proses penyebaran informasi yang sangat cepat.

METODE

Metode penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Subyek penelitian adalah Subjek dalam penelitian ini adalah Instagram dari Lapis Kukus Pahlawan Surabaya. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi, wawancara bertahap dan mendalam, serta diskusi terfokus (FGD). Pengolahan data menggunakan analisis kualitatif. Hasil studi akan diterapkan untuk memberikan rekomendasi dalam pembuatan keputusan.

DISKUSI

Untuk username akun Instagram nya adalah @lkspahlawan yang merupakan singkatan nama dari Lapis Kukus Pahlawan. Untuk Foto Profil akun Instagram nya yaitu Logo khas dari produk Lapis Kukus Pahlawan sendiri.

Jam Operasional & Jam Pemesanan Lapis Kukus Surabaya

Untuk Jam Operasional & Jam Pemesanan Lapis Kukus Pahlawan sudah dicantumkan di Profil akun Instagram nya. Untuk Jam Operasional dimulai pukul 06.00 – 21.00 WIB dan Jam Pemesanan dimulai pukul 07.00 – 19.00 WIB.

Alamat Store Lapis Kukus Surabaya

Untuk Lokasi Toko Lapis Kukus Pahlawan sudah dicantumkan di Profil akun Instagram nya. Lokasi Toko Lapis Kukus Pahlawan ada di Jl.

Form Pemesanan Lapis Kukus Surabaya

Untuk Form Pemesanan Lapis Kukus Pahlawan sudah dicantumkan di Profil akun Instagram nya. Form Pemesanan Lapis Kukus Pahlawan berupa Link yang langsung terhubung ke metode pemesanan yang tersedia dari Lapis Kukus Pahlawan.

Jumlah Feed Agustus 2022 – Januari 2023

Dari tabel diatas dapat kita perhatikan pada bulan Agustus 2022 akun Instagram Lapis Kukus Pahlawan telah update Feed sebanyak 13 kali. Pada bulan September 2022 akun Instagram Lapis Kukus Pahlawan telah update Feed sebanyak 11 kali. Pada bulan Oktober 2022 akun Instagram Lapis Kukus Pahlawan telah update Feed sebanyak 13 kali.

Tanggal Update Feed Agustus 2022 – Januari 2023

Pada bulan Agustus 2022 akun Instagram Lapis Kukus Pahlawan hanya update pada tanggal 1,2,4,8,14,15,16,17,18,19,20, 24, dan 28 Agustus 2022 masing-masing sebanyak satu kali update saja. Pada bulan September 2022 akun Instagram Lapis Kukus Pahlawan hanya update pada tanggal 1,2,4,6,9,14,19,24,27, dan 28 September 2022. Pada bulan Oktober 2022 akun Instagram Lapis Kukus Pahlawan hanya update pada tanggal 3,4,5,6,7,8,13, 16,21,24,26, dan 28 Oktober 2022.

Contoh Feed

Lapis Kukus Pahlawan sendiri kurang rajin memposting foto guna mempromosikan produknya di instagram. Fitur ini terbukti kurang dimanfaatkan dengan baik dengan total postingan hanya 2.193 hingga saat ini. Menurut hasil pengamatan peneliti dari Instagram Lapis Kukus Pahlawan Surabaya, tidak setiap hari akun ini memposting foto, terkadang 2 hari sekali, bahkan seminggu sekali. Tergantung kondisi apabila sedang ada event, promo, atau varian baru biasanya akun ini akan memposting foto.

Jumlah Reels Agustus 2022 – Januari 2023

Dari tabel diatas dapat kita perhatikan pada bulan Agustus 2022 akun Instagram Lapis Kukus Pahlawan telah update Reels sebanyak 10 kali. Pada bulan September 2022 akun Instagram Lapis Kukus Pahlawan telah update Reels sebanyak 3 kali. Pada bulan Oktober 2022 akun Instagram Lapis Kukus Pahlawan telah update Reels sebanyak 8 kali.

Tanggal Update Reels Agustus 2022 – Januari 2023

Dari tabel diatas dapat kita perhatikan pada bulan Agustus 2022 akun Instagram Lapis Kukus Pahlawan hanya update Reels pada tanggal 9,15,20,21,23, dan 30 Agustus 2022. Pada bulan September 2022 akun Instagram Lapis Kukus Pahlawan hanya update pada tanggal 5, dan 11 September 2022. Pada bulan Oktober 2022 akun Instagram Lapis Kukus Pahlawan hanya update pada tanggal 8,27,29,30, dan 31 Oktober 2022.

Contoh Reels

Reels yang paling banyak memiliki jumlah like atau suka biasanya reels dari selebgram atau konten kreator. Tujuan dari pembuatan konten ini agar terhubung dan dapat mempromosikan suatu produk kepada audiens melalui media sosial mereka yang sudah memiliki cukup banyak followers. Biasanya pengikut konten creator tersebut akan melihat postingan yang di upload di sosial medianya, sehingga pengikutnya akan tergoda lalu membeli produk tersebut.

Contoh Stories

Lapis Kukus Pahlawan sangat rutin memposting Instagram stories setiap hari guna tetap mempromosikan produknya. Hal ini sangatlah berguna untuk tetap eksis di media sosial.

Instagram Stories Agustus 2022 – Januari 2023

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Instagram Lapis Kukus Pahlawan setiap harinya selalu update dengan rata-rata setiap harinya sekitar 4 atau 5 Instagram Stories. Untuk jumlah terbanyak ada pada bulan Agustus 2022 dan Desember 2022 yaitu sekitar 131 kali.

LIVE

Namun peneliti tidak dapat menemukan video saat Lapis Kukus Pahlawan live instagram, dikarenakan video live instagram tidak dapat disimpan ataupun di upload kembali.

Instagram Live Agustus 2022 – Januari 2023

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Instagram Lapis Kukus Pahlawan tidak setiap hari melakukan Instagram Live. Rata-rata setiap bulannya sekitar 2 atau 3 kali melakukan Instagram Live. Untuk jumlah terbanyak ada pada bulan Agustus 2022 yaitu sekitar 4 kali.

Hashtag pada Feed Agustus 2022 – Januari 2023

Disimpulkan bahwa hashtag yang paling banyak digunakan adalah #LapisnyaArekSuroboyo, #Lapisnyadikukus, #Lapisnyajadilembut, dan #LapisnyaSuroboyo yaitu sebanyak 74 kali.

Hashtag pada Reels Agustus 2022 – Januari 2023

Dapat disimpulkan bahwa hashtag yang paling banyak digunakan adalah #LapisnyaArekSuroboyo, #Lapisnyadikukus, #Lapisnyajadilembut, dan #LapisnyaSuroboyo yaitu sebanyak 61 kali. Hashtag #oleholehSuroboyo hanya 24 kali digunakan. Hashtag #kulinersurabaya hanya 40 kali digunakan.

- Highlight dengan kategori «Marketplace» berisi kumpulan Story berbagai macam marketplace seperti Tokopedia dan Shopee.

- Highlight dengan kategori «Lapis Keliling» yaitu kumpulan story berisi info mengenai penjualan secara keliling melewati daerah yang sudah ditentukan.

Highlight Pertama Kategori (Lapis Keliling)

Dari gambar Highlight pertama kategori «Lapis Keliling» melihat bahwa gambar tersebut sangat menarik dari warna kuning yang merupakan warna khas Lapis Kukus Pahlawan. Gambar mobil yang sesuai dengan informasi Lapis Keliling yang menjajakan kue dengan mobil keliling.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, Geby Citra. 2019. Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja terhadap Promosi Pegawai pada Perguruan Panca Budi Medan. *Jurnal Manajemen*. 2 (1) 103
- Ardhoyo, T.E. 2013. Peran dan Strategi Public Relation dalam Mempromosikan Produk perusahaan. *Jurnal Komunika Bisnis*. 1(1) 16-16
- Belch, G.E. 2012. *Advertising An Promotion: An Integrated Marketing Communication Persepective*. New York; Mc Graw Hill.
- Khoiridah, S., Ferriswara, D., & Augustinah, F. (2020). *Merdeka berpikir: Catatan harian pandemi covid-19*. Unitomo Press.
- Pertiwi, A., Jusnita, R. A. E., & Maella, N. F. S. (2019). Ramadan dan Promosional: Strategi Komunikasi Pemasaran PT Unilever Indonesia Tbk. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(1).
- Prasetya, R. I., Jusnita, R. A. E., Christantyawati, N., Maella, N. F. S., & Zulaikha, Z. (2024). Pengaruh Terpaan Iklan Shopee di Televisi Terhadap Minat Beli Remaja di Desa Tariwin. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 10404–10413.