

BAB IV

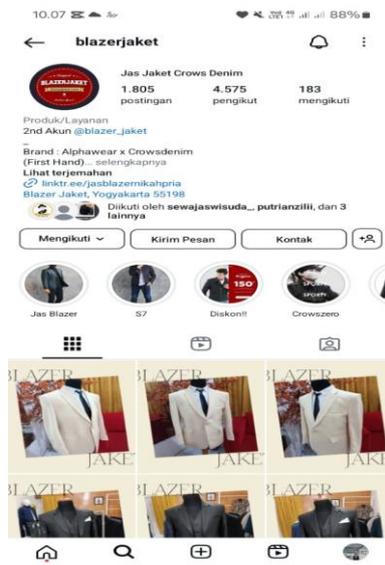
PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan *platform* Instagram *feeds*, *story*, dan *reels* dalam pemasaran jas dan blazer pada Seven inc Jogja.

Seven inc Jogja merupakan perusahaan produsen fashion jas dan blazer dengan brand *crows denim* yang terletak di Jl. Raya Janti, Gang Harjuna No 59, Karangjambe, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta. Dalam melakukan pelaksanaan kegiatan pemasarannya perusahaan Seven inc menggunakan sosial media Instagram untuk melakukan promosi dan mengenalkan produk-produk kepada calon pembeli. Popularitas Instagram menjadi salah satu hal strategis bagi para pebisnis untuk memasarkan produknya, caranya sangat mudah hanya *upload* foto di *feeds*, *upload* video di *reels*, dan *upload* foto di *story*. Dalam beberapa menit saja produk yang di *upload* dapat dilihat semua pengguna akun Instagram tanpa mengeluarkan biaya mahal. Berikut pelaksanaan fitur Instagram yang digunakan untuk pemasaran jas dan blazer di kantor Seven inc:

1. Instagram *feeds* dapat digunakan untuk membagikan berbagai jenis konten visual yang menarik seperti foto-foto, video produk jas dan blazer, dengan format Instagram yang menampilkan tiga konten dalam satu baris. Akun bisnis bisa merancang tampilan *feeds* yang estetik dan konsisten setiap hari. Akun Instagram blazerjaket menampilkan katalog produk di *feeds* yang berguna untuk mempromosikan produk serta bisa

untuk calon pelanggan melihat deskripsi produk misal blazer warna cream polos tersedia ukuran S, M, L dan XL. Jahitan rapi sehingga mutunya bagus, menerima pembuatan jas dan balzer dalam jumlah kecil atau besar, bisa menambahkan tulisan cara pemesanan dan cara pembayaran apakah ingin *cash* datang ke tempat atau transfer, selain itu juga perlu menambahkan *hashtag* atau tanda pagar (#) untuk mengelompokkan konten dengan topik yang sama. Manfaatnya yaitu memudahkan pengguna lain menemukan akun Instagram yang ingin di cari misal #blazerjaket, memudahkan target konsumen menemukan konten produk dengan cepat misal #jascream, #jaspria.



Gambar 4.1 Fitur *Feeds*

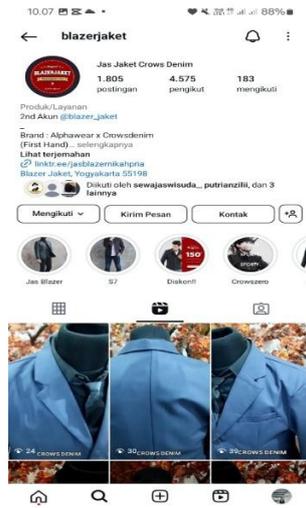
2. Instagram *story* dapat digunakan sebagai cara efektif untuk berbagi konten yang bersifat sementara namun menarik. Seperti testimoni pelanggan saat membeli jas mereka merasa puas, menawarkan jas

dengan warna atau motif yang berbeda, karena Instagram *story* hanya bertahan 24 jam ini memberikan rasa urgensi yang mendorong pelanggan untuk segera melihat atau membeli. Fitur ini sangat efektif untuk akun bisnis karena meningkatkan tingkat keterlibatan audiens. Konten pada *story* dinilai cenderung lebih interaktif dan menarik perhatian, selain itu melalui stiker link pengguna dapat menambahkan tautan langsung dalam *story* sehingga memudahkan audiens untuk mengakses situs web terkait.



Gambar 4.2 Fitur *Story*

3. Instagram video adalah konten video pendek yang ditayangkan melalui fitur *reels*, biasanya mendapatkan jangkauan yang luas dibanding konten berupa foto. *Reels* merupakan salah satu pilihan ideal bagi pengguna yang ingin meningkatkan jangkauan orang yang melihat produk tersebut. Misal *upload* video jas di *reels* beberapa menit kemudian sudah terlihat berapa orang yang melihat postingan tersebut.



Gambar 4.3 Fitur *Reels*

B. Masalah dan solusi yang terjadi di Seven inc Jogja untuk mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai alat pemasaran yang efektif.

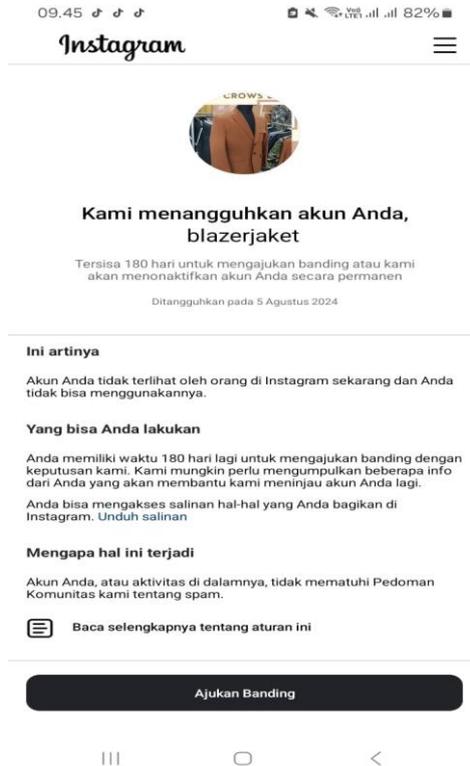
Salah satu permasalahan yang terjadi di perusahaan Seven inc dalam melakukan pemasaran produk menggunakan Instagram bisnis adalah akun tersebut terkena *suspend* atau penghentian sementara secara mendadak. Terdapat beberapa penyebab umum yang dapat menyebabkan akun Instagram ditangguhkan secara tiba-tiba yaitu:

1. Melanggar kebijakan atau ketentuan dari komunitas Instagram yang harus dipatuhi oleh penggunanya. Jika melanggar salah satu kebijakan tersebut, misalnya membagikan konten yang mengandung kekerasan akun tersebut berpotensi ditangguhkan.
2. Aktivitas mencurigakan atau spam Instagram memantau aktivitas penggunanya untuk mencegah penyebaran spam. Jika akun tersebut melakukan tindakan seperti penggunaan *hashtag* secara berlebihan atau

tidak relevan, *upload* foto produk tidak sesuai ketentuan, *likes*, serta komen terlalu berlebihan maka akun dianggap sebagai spam dan kena *suspend*.

3. Membeli *followers* dan *likes* aturan Instagram melarang tindakan yang tidak etis seperti membeli pengikut. Jika akun bisnis melakukannya, akun dapat di *suspend*.

Akun Instagram perusahaan Seven inc blazerjaket pernah mengalami masalah yaitu akun ke *suspend* dikarenakan saat *upload* foto produk, dan menggunakan *hashtag* dilakukan secara berlebihan tidak ada jeda waktu maka pihak dari Instagram membacanya seperti akun spam dan langsung terkena *suspend*. Berikut gambar akun yang terkena *suspend*:



Gambar 4.4 Akun Terkena *Suspend*

Solusi yang dilakukan agar akun tidak terkena *suspend* yaitu perusahaan perlu memastikan bahwa seluruh aktivitas yang dilakukan di Instagram harus mematuhi pedoman komunitas. Langkah yang dapat digunakan antara lain:

1. Tidak melakukan aktivitas spam seperti *like*, *follow*, dan menambah *hashtag* secara berlebihan dalam waktu bersamaan.
2. Tidak mengunggah konten yang melanggar hak cipta atau mengandung unsur negatif.
3. Patuh terhadap kebijakan *platform* Instagram dan menerapkan praktik penggunaan yang sesuai dengan aturan, maka akun Instagram

dapat terhindar dari *suspend* dan berfungsi maksimal sebagai media promosi dan komunikasi dengan pelanggan.

Cara mengembalikan akun Instagram yang terkena *suspend*:

1. Ajukan banding apabila pengguna yakin bahwa akun ke *suspend* karena kesalahan, maka pengguna bisa mengajukan banding langsung melalui aplikasi Instagram.
2. Pihak Instagram meminta pengguna untuk mengisi formulir permohonan pemulihan akun yang memerlukan informasi seperti nama pengguna, alamat email, dan *password* yang pertama kali dibuat untuk login kembali.
3. Menunggu tanggapan, setelah mengajukan banding perlu menunggu tanggapan dari Instagram. Jika banding diterima, akun bisnis akan dipulihkan. Proses ini bisa memakan waktu sehari, beberapa hari, hingga satu minggu (Fachri, 2024).