

# **PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK GULA AREN MINAHASA SELATAN**

**Hermanto Amala**

Polteknik Negeri Manado, Jl. Raya Politeknik Manado, (0431)-815212

Jurusan Administrasi Bisnis, Politenik Negeri Manado

Email : [hermantoamala13@gmail.com](mailto:hermantoamala13@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Perancangan media promosi untuk produk Gula Aren bertujuan sebagai media promosi Gula Aren yang selama ini belum banyak dikenal masyarakat luas, sehingga dengan adanya perancangan media promosi ini dapat mengenalkan tentang produk Gula Aren ini kepada masyarakat luas. Produk ini masih sangat membutuhkan promosi untuk meningkatkan awareness di masyarakat khususnya melalui perancangan media promosi. Proses perancangan melalui tahapan pengumpulan data, baik data verbal dan visual. Selanjutnya data diolah mejadi konsep perancangan media promosi sehingga membentuk kesastuan dalam desain dan kesimpulan dalam proses pembuatan media promosi. Hasil rancangan ini utamanya berupa perancangan media promosi dalam bentuk media digital antara lain blog dan media social ads sebagai solusi terhadap permasalahan produk ini. Perancangan promosi ini kiranya dapat membantu meningkatkan brand awareness produk Gula Aren.

**Kata kunci :** Perancangan, Media Sosial, Gula Aren

## **1. PENDAHULUAN**

Media sosial saat ini telah menjadi media yang sering sekali digunakan dalam komunikasi pemasaran. Media sosial tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi satu sama lain, tetapi dalam perkembangannya media sosial juga digunakan untuk memasarkan sebuah produk. Di era sekarang ini media sosial merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh untuk melakukan promosi. Pemasaran produk menggunakan media sosial mampu menjangkau target pasar yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk.

Promosi di media sosial sangat bermanfaat untuk menarik minat masyarakat, membantu menemukan konsumen dan mempeluas terget pemasaran, memudahkan mendapat feedback secara langsung, mengembangkan target pasar dan menyaingi kompetitor, dan tentunya dapat meningkatkan penjualan produk. Keberadaan promosi Gula Aren di media sosial secara umum di minahasa selatan masih belum efektif untuk bisa menjangkau sampai ke masyarakat luas, karena ketidaktahuan dalam menggunakan fitur – fitur terbaru dari facebook.

Dengan adanya internet, hampir semua produk yang di jual setidaknya menggunakan media sosial agar promosi dari produk itu berjalan dengan bagus dan tepat sasaran. Sedangkan promosi dari produk Gula Aren ini yang masih kurang efektif, membuat produk ini belum terlalu dikenal oleh masyarakat luas, maka sangat dibutuhkan untuk merancang media promosi yang menarik dan tepat sasaran untuk mempromosikan produk Gula Aren ini kepada masyarakat, serta membuat media promosi yang menarik dan sesuai penerapannya. Maka saya penulis berniat untuk melakukan perancangan promosi di media sosial untuk meningkatkan penjualan produk Gula Aren ini dapat lebih dikenal di masyarakat luas.

### **Tujuan penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk membuat konsep perancangan media promosi yang menarik untuk meningkatkan minat kepada calon konsumen Gula Aren dan untuk membuat berbagai jenis media atau bentuk media yang digunakan untuk mempromosikan Gula Aren

## **2. LANDASAN TEORI**

### **a. Pengertian Media Sosial**

Media sosial merupakan salah satu media instan yang saat ini memiliki berbagai fungsi dalam perannya. Media massa tidak hanya berperan sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana bagi pengguna untuk memanfaatkan berbagai informasi. Definisi jejaring sosial tidak serta merta merupakan gagasan tak berdasar yang diadvokasi oleh para ahli ini. Media sosial memainkan peran dan pengaruh dalam kehidupan masyarakat. Media sosial harus dirancang untuk mempertahankan fungsi dan tujuan dari media sosial itu sendiri dan bermanfaat bagi kehidupan setiap individu.

Seperti yang dikemukakan oleh Henderi, bahwa pengertian media sosial adalah situs jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem (Henderi, 2007:3)

Sedangkan menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya (Kotler, Keller 2012: 568)

Teknologi-teknologi web baru memudahkan semua orang untuk membuat dan yang terpenting menyebarluaskan konten mereka sendiri. Post di Blog, Tweet, Instagram, Facebook,

atau video di Youtube yang dapat direproduksi dan dilihat oleh jutaan orang secara gratis. Pemasang iklan tidak harus membayar banyak uang kepada penerbit atau distributor untuk memasang iklannya. Sekarang pemasang iklan dapat membuat konten sendiri yang menarik dan dilihat banyak orang (Zarrella, 2010, h.2)

### **b. Fungsi media sosial**

Setelah kita memahami pengertian media sosial, pastinya kita juga perlu tahu apa saja fungsinya. Berikut ini merupakan beberapa fungsi media sosial secara umum :

- Memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan teknologi internet serta web.
- Menghasilkan komunikasi dialogis antara banyak audiens (many to many).
- Melaksanakan transformasi manusia yang tadinya pemakai isi pesan berganti jadi pesan itu sendiri.
- Membangun personal branding untuk para pengusaha maupun tokoh masyarakat.
- Sebagai media komunikasi antara pengusaha maupun tokoh masyarakat dengan para pengguna media sosial yang lain.

### **c. Karakteristik media sosial**

Kita dapat mengenali sebuah media sosial melalui ciri-ciri yang dimilikinya. Berikut merupakan sebagian ciri-ciri media sosial tersebut.

#### **• Partisipasi Pengguna**

Semua media sosial mengajak semua penggunanya untuk dapat berperan serta memberikan umpan balik terhadap sesuatu pesan ataupun konten di media sosial. Pesan yang dikirimkan bisa diterima ataupun dibaca oleh banyak orang.

#### **• Adanya Keterbukaan**

Sebagian besar media sosial membagikan kesempatan untuk penggunanya untuk membagikan komentar, melakukan voting, berbagi, dan lain-lain. Pengiriman pesan dapat dilakukan dengan bebas tanpa harus melalui Gatekeeper.

#### **• Adanya Perbincangan**

Mayoritas media sosial membolehkan adanya interaksi terhadap sesuatu konten, baik itu dalam wujud respon maupun pembicaraan antar penggunanya. Serta penerima pesan bebas menentukan kapan melaksanakan interaksi terhadap pesan tersebut.

#### **• Keterhubungan**

Lewat media sosial, para penggunanya bisa tersambung dengan pengguna yang lain lewat saran tautan (links) serta sumber data yang lain. Proses untuk pengiriman sebuah pesan ke suatu media sosial yang jauh lebih cepat dibandingkan dengan media yang lain membuat informasi banyak terhubung di dalam satu media sosial.

#### **d. Jenis-jenis media sosial**

Dengan semakin pesatnya perkembangan zaman saat ini ada banyak sekali jenis media sosial yang bisa kita temukan di internet, selain jenis platformnya yang berbeda-beda, jenis konten yang ada di dalam media sosial tersebut juga sangat kaya dan beragam. Berikut ini adalah beberapa jenis media sosial tersebut :

- **Social Networks**

Social Networks atau disebut dengan istilah jejaring sosial merupakan jenis media sosial yang paling umum banyak dikenal dan paling banyak digunakan saat ini, berikut beberapa social network yang paling banyak digunakan saat ini adalah Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, Google, Pinterest dan lain-lain.

- **Forum Komunitas Online**

Situs forum dan komunitas online umumnya dibangun oleh perorangan atau kelompok yang memiliki minat pada bidang tertentu. Para pengguna forum tersebut dapat juga melakukan diskusi ataupun chatting dan cara memposting tentang topik yang berkaitan dengan minat serta hobby mereka.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, definisi perancangan yaitu proses, cara, perbuatan merancang. Merancang yaitu mengatur segala sesuatu sebelum bertindak, mengerjakan, melakukan sesuatu ([www.kbbi.web.id/rancang](http://www.kbbi.web.id/rancang) -2; diakses tanggal 10 agustus 2021). Dalam bahasa Inggris Perancangan adalah salah satu arti dalam desain, bisa di jabarkan arti kata desain adalah ilmu yang berhubungan dengan suatu perencanaan atau perancangan. Biasanya berbentuk gambar yang nantinya di wujudkan dalam bentuk sebenarnya.

Media adalah sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks atau gambar foto (Pujiriyanto, 2001:15), secara garis besar media dapat dikelompokkan menjadi lima macam :

- a) Media cetak/visual (*printed material*), contohnya: poster (dalam dan luar), stiker, sampul buku, pembungkus, selipat (*folder*), selebaran (*leaflet*), amplop dan kop surat, tas belanja, katalog, iklan majalah dan surat kabar.

- b) Media luar ruangan (*outdoor*), contohnya: spanduk (*banner*), papan nama, umbul-umbul, *neon-box*, *neon-sign*, *billboard*, baliho, *mobile box*.
- c) Media elektronik (*electronic*), contohnya: radio, televisi, internet, film, program video, animasi komputer.
- d) Tempat pajang (*display*), contohnya: etalase (*window display*), *point of purchase*, desain gantung, *floor stand*.
- e) Barang-barang kenangan (*special offer*), contohnya: kaos, topi, payung, gelas, aneka *souvenir*, sajadah, tas dan sebagainya.

### **3. METODE PENELITIAN**

#### **a. Jenis dan metode penelitian**

Ada beberapa macam cara dalam memperoleh data tentang Gula aren. Dari semua data yang terkumpul, akan diolah dengan cara mengelompokkan data-data sesuai dengan bagiannya

#### **b. Pengumpulan data**

Ada beberapa huruf metode yang digunakan untuk mendapatkan data-data yang akurat. Maka, dalam perancangan ini dibutuhkan beberapa data yaitu primer dan sekunder. Data primer berupa adalah data yang diperoleh langsung dari hasil penelitian berupa wawancara, dan data sekunder adalah penulis mencari informasi tambahan dari sumber yang lain seperti studi Pustaka dan literatur dari internet.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **a. Tahap – tahap beriklan di Bussines Manager**

Poster yang digunakan untuk promosi di facebook, antara lain adalah :



Gambar 1. Poster 1



Gambar 2. Poster 2

Keterangan

Nama media : Poster

Skala : 19 %

Format : Potrait

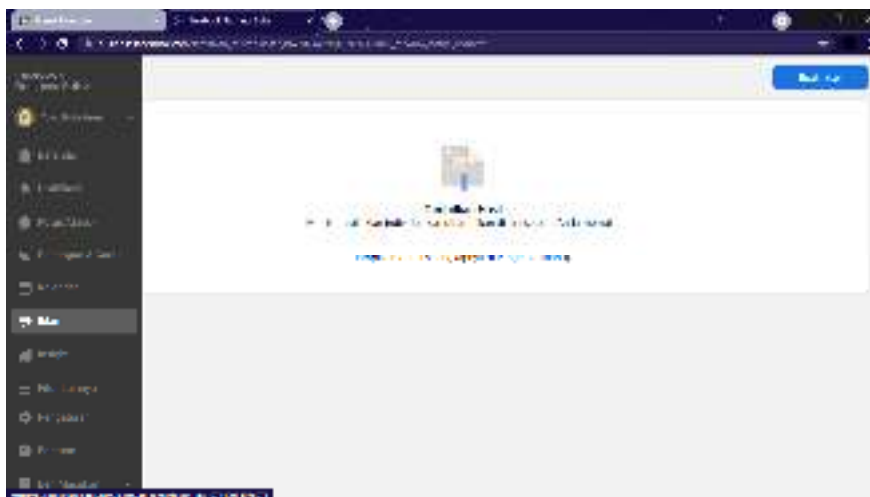
Keterangan

Nama media : Poster

Skala : 19 %

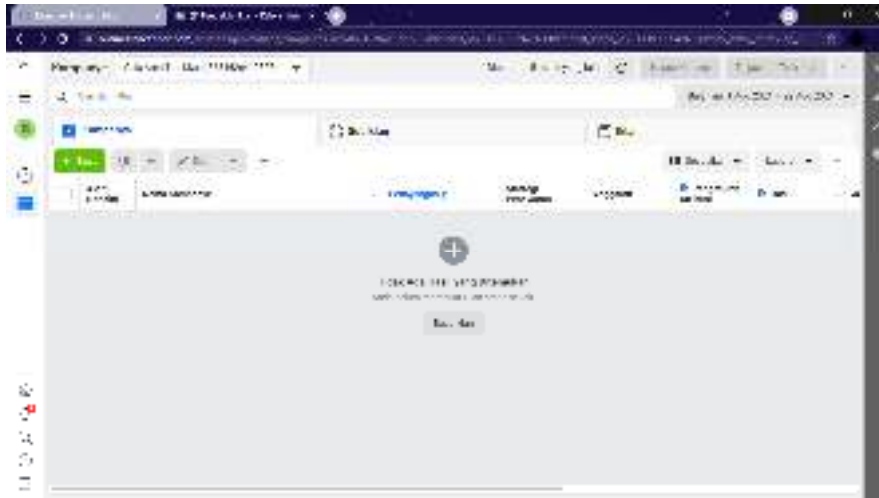
Format : Potrait

- Ketika kita sudah masuk di dashbord dari bisnis manager, klik iklan lalu klik pengelola iklan.



Gambar 3. Tampilan untuk pergi ke pengola iklan

- Ini adalah tampilan dasar dari pengelola iklan, pastikan akun bisnis sudah sesuai dengan akun bisnis yang kita buat sebelumnya. Lalu klik buat.

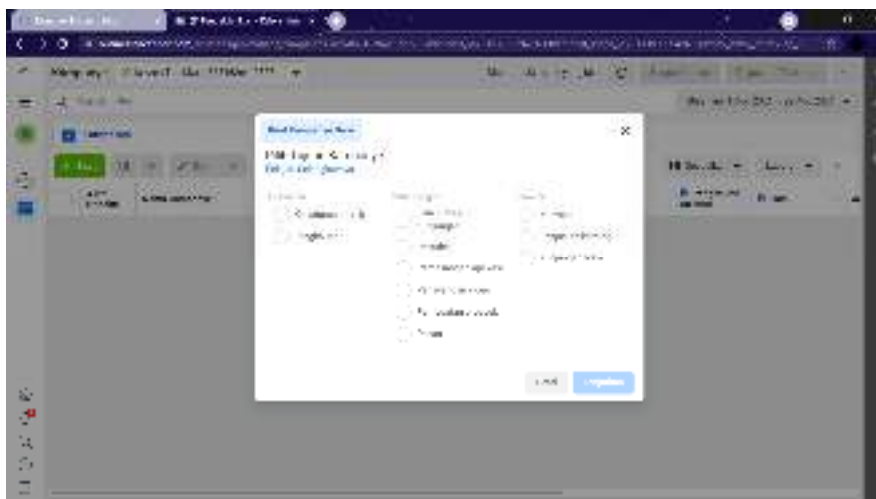


Gambar 4. Dashbord dari pengelola iklan

### Kampanye (campaign)

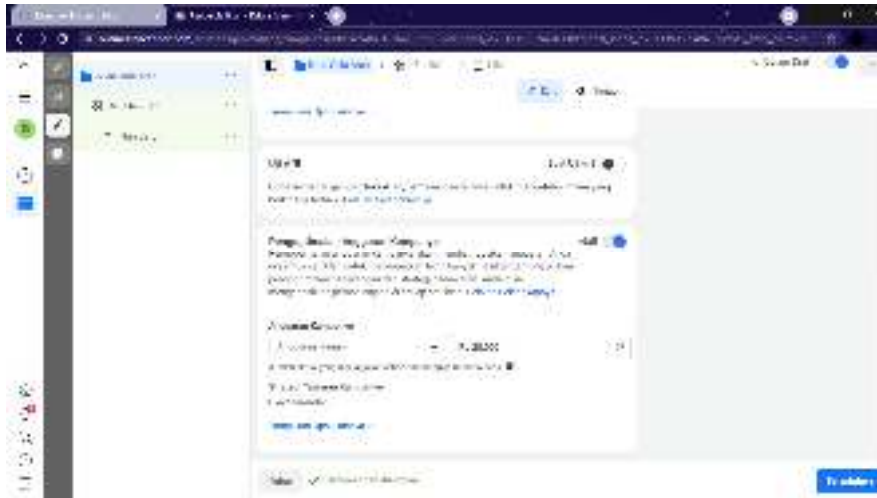
Kampanye (campaign) adalah bagian dari Facebook Ads yang berisi kumpulan dari beberapa adset. Pada campaign ini anda bisa memilih dan menentukan tujuan dari iklan yang sedang berjalan.

- Pilihlah tujuan dibuatnya sebuah kampanye. Pilihlah sesuai dengan tujuan anda lalu klik lanjutkan. Setelah itu isikan nama kampanye yang akan dibuat.



Gambar 5. Menu tujuan kampanye

- Aktifkan pengoptimalan anggaran kampanye yang tujuannya untuk memberikan kekuasaan kepada Facebook untuk mengelola uang kita dalam mendistribusikan ke semua set iklan. Lalu klik selanjutnya.

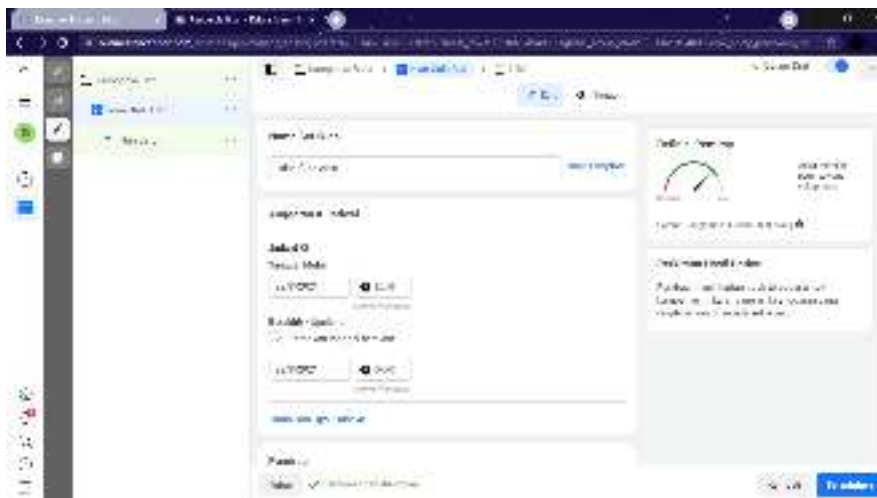


Gambar 6. Pengelolaan anggaran kampanye

### Set Iklan (ad set)

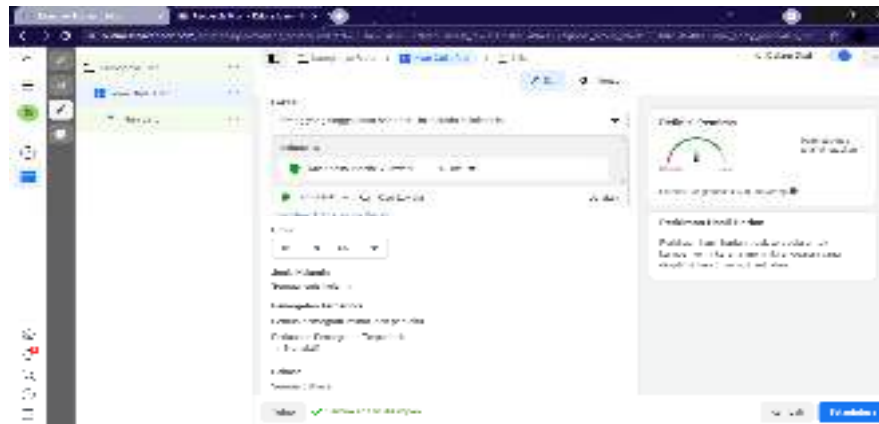
Adset adalah kumpulan dari beberapa ad. Dalam adset ini anda bisa melakukan penargetan, penjadwalan, penawaran, anggaran, dan peletakana iklan.

- Tampilan awal menu Set Iklan, lalu isikan nama dari set iklan itu anda.



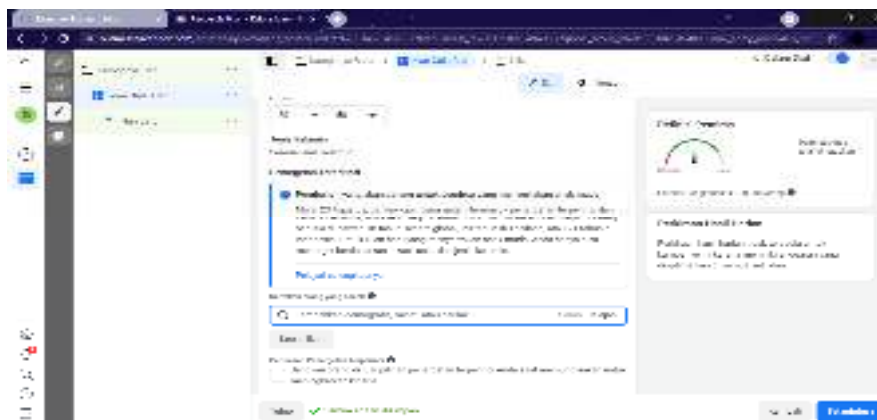
Gambar 7. Tampilan awal Set Iklan

- Setel lokasi yang akan menjadi target dari sebuah produk.



Gambar 8. Setelan lokasi

- Masukkan jenis kelamin, umur, dan targetan terperinci, serta jangan centang kotak tentang perluasan penargetan terperinci.



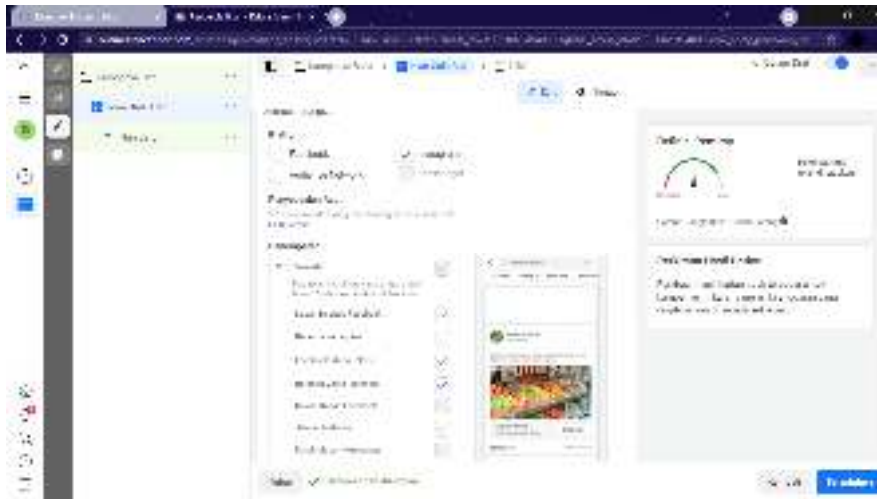
Gambar 9. Setelan untuk targetan terperinci.

- Atur tentang penempatan sebuah iklan, bisa manual atau otomatis



Gambar 10. Setelan penempatan sebuah iklan

- Kita bisa memilih dimana saja yang akan kita lakukan promosi, seperti beranda facebook, beranda instagram dan lain-lain. Lalu klik selanjutnya.

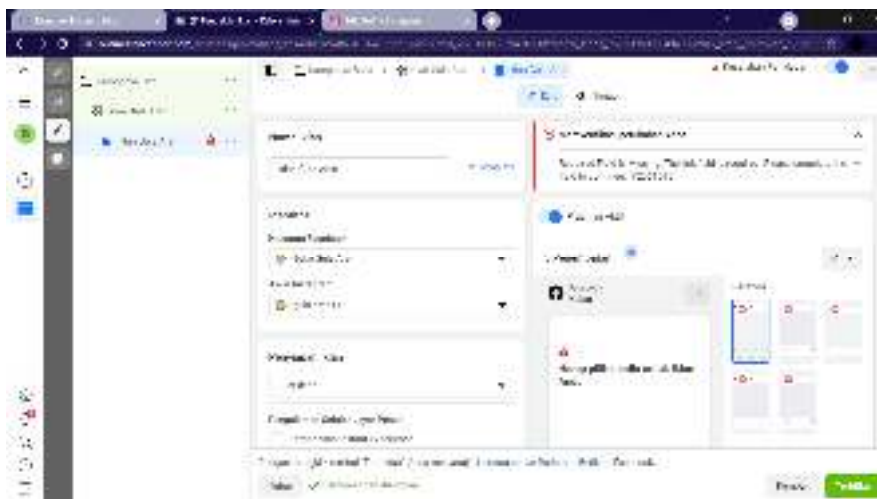


Gambar 11. Setelan penempatan sebuah iklan

### Iklan (ad)

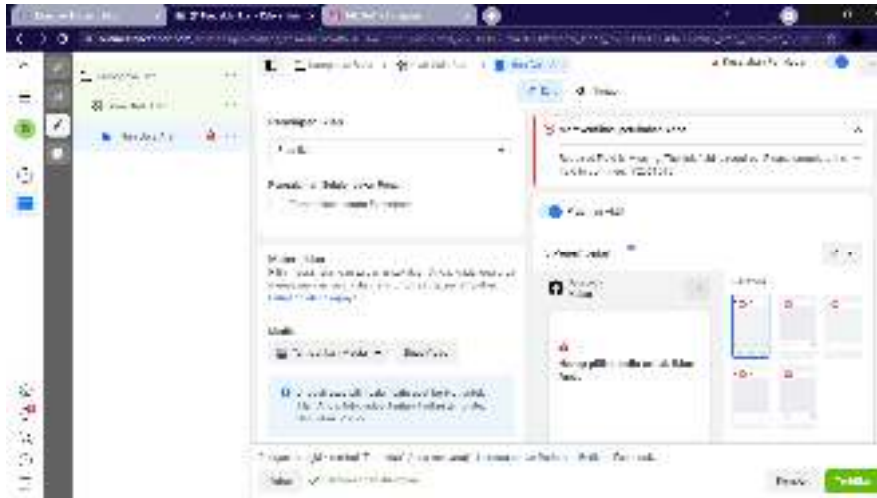
Ad adalah materi iklan yang akan dipromosikan kepada target market, biasanya ada banyak materi iklan yang dibuat seperti dalam bentuk video dan foto.

- Isi nama dari sebuah iklan. Kaitkan iklan dengan sebuah halaman dan instagram.



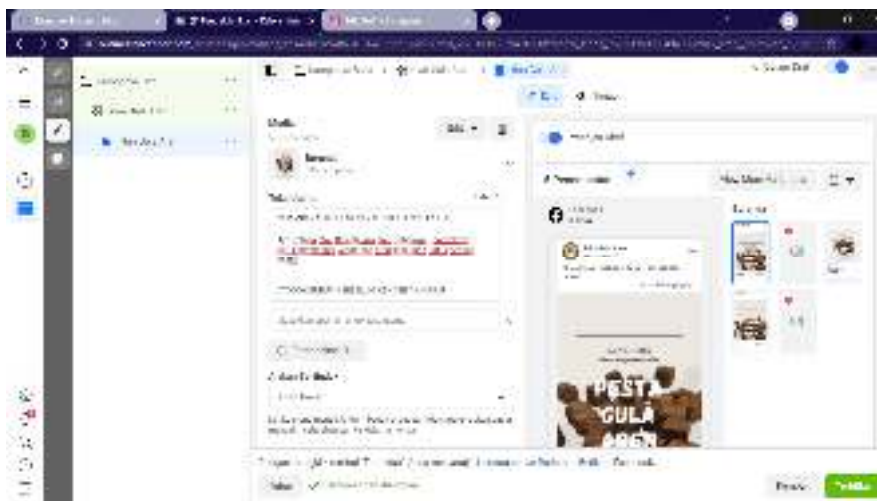
Gambar 12. Pengaitan halaman dan sebuah instagram

- Ketika kita akan menggunakan postingan yang baru, maka kita klik buat iklan dan klik tambahkan media.



Gambar 13. Pemilihan foto yang akan di jadikan iklan

- Isikan teks utama yang akan menjadi kata kata yang membuat orang orang berminat tentang produk kita. Kita juga bisa mengatur tampilan nanti ketika diposting akan seperti apa. Setelah selesai klik terbitkan.



Gambar 14. Menu preview iklan

Gambar 14 menunjukkan tampilan iklan yang sudah selesai dan siap untuk digunakan.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### a. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil oleh penulis dari hasil rancangan media promosi ini adalah dengan dibuatnya perancangan ini dapat meningkatkan promosi terhadap Gula Aren di minahasa selatan sekaligus bisa meningkatkan penjualan untuk produk Gula Aren ini lewat media

sosial., jenis perancangan ini menggunakan fitur yang bagus dari facebook yaitu business manager, yang membuat kita tidak perlu ribet untuk mempromosikan Gula Aren di media sosial.

#### **b. Saran**

Keberhasilan suatu usaha dan pemasaran merupakan hasil dari ketelitian dalam memilih media yang tepat dan efektif. Akan tetapi, sebagai usaha yang bergerak di bidang produk nusantara maka penulis memberikan beberapa saran untuk jangka panjangnya bila promosi melalui Media Sosial merupakan sarana yang efektif untuk melakukan promosi, hendaklah dilakukan secara berkelanjutan agar produk gula aren ini bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas dan informasi yang diberikan dapat semakin menyebar secara otomatis

### DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, Abdullah. 2021. "Perancangan Desain Konten Media Sosial Instagram ESBEEYEE sebagai Media Promosi. <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/5621/1/17420100010-2021-UNIVERSITASDINAMIKA.pdf>, diakses pada tanggal 10 agustus 2021
- Hakim, Aziz Adisurianto. Rahman, Yanuar. 2017. Perancangan media promosi perusahaan Arnis Wigati (AW)
- Ibrahim, Adzikra. "Pengertian Literatur dan jenis – jenisnya". <https://pengertiandefinisi.com/pengertian-literatur-dan-jenis-jenisnya/>, diakses pada tanggal 13 agustus 2021
- Saputra, Aditya Tri. 2011. Perancangan media promosi Kedai Nusantara Jangongan Melalui media Komunikasi Visual
- Saputra, Ardiyan Indra. 2013. Perancangan media promosi Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta
- Yulianto, Alice Patricia Chiquita. Nugroho, Adjie. 2014. Perancangan komunikasi pemasaran untuk memperluas pasar produk kaos asli semarang