

# STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KING'S BNANA MELALUI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI KABUPATEN JEMBER

**Ari Susanti, Septi Muktining Ayudyah**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Jember

ari.susanti@unmuhjember.ac.id

septiaydyh@gmail.com

## **Abstract**

*This thesis examines the marketing communication strategy of king's bnana through instagram in increasing customer loyalty in jember district. Instagram is one of the media that is currently ngehits for the world of online business where many students or entrepreneurs of goods including services also use social media to trade. The presence of instagram media can also help in promoting products to pursue sales targets while maintaining consumer loyalty. King's Bnana uses Instagram to market its products because millennials have started to use it a lot and in accordance with the target market of King's Bnana, consumers aged 17-35 years. Marketing strategy conducted by King's Bnana through instagram media include: paid promote, endorsement, giveaway and sales promotion. The marketing strategy can increase customer loyalty with good service so that consumers repeat orders, by pursuing discounts, as well as providing testimonials on products from King's Bnana. This thesis also examines the barriers of marketing communication King's Bnana through instagram, namely semantic barriers in the form of miss perception between king's bnana admin in serving consumers because the language structuring used is still very minimal. While the humane obstacles experienced by King's Bnana is the admin who handles social media is still not optimal in creating interesting content so it is still not appropriate.*

**Keywords :** *Marketing Communication Strategy, Instagram, Increase Customer Loyalty.*

## **Abstrak**

Skripsi ini mengkaji strategi komunikasi pemasaran king's bnana melalui instagram dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di kabupaten jember. Instagram salah satu media yang saat ini lagi ngehits untuk dunia bisnis online dimana banyak kalangan pelajar ataupun pengusaha barang termasuk jasa juga yang memakai media sosial tersebut untuk berniaga. Adanya media instagram juga dapat membantu dalam mempromosikan produk untuk mengejar target penjualan sekaligus menjaga loyalitas konsumen. King's Bnana menggunakan Instagram untuk memasarkan produknya karena generasi milenial sudah mulai banyak menggunakannya dan sesuai dengan target market dari King's Bnana yakni konsumen yang berusia 17-35 tahun. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh King's Bnana melalui media instagram antara lain : paid promote, endorsement, giveaway dan sales promotion. Strategi pemasaran tersebut dapat meningkatkan loyalitas konsumen dengan pelayanan yang baik sehingga konsumen melakukan repeat order, dengan mengejar diskon, serta memberikan testimoni terhadap produk dari King's Bnana. Skripsi ini juga mengkaji hambatan komunikasi pemasaran King's Bnana melalui instagram yakni hambatan semantik berupa miss persepsi

Strategi Komunikasi Pemasaran King's Bnana Melalui Instagram ..... 1

antara admin King's Bnana dalam melayani konsumen karena penataan bahasa yang digunakan masih sangat minim. Sedangkan hambatan manusiawi yang dialami oleh King's Bnana adalah admin yang handle media sosial masih belum optimal dalam membuat konten yang menarik sehingga masih belum sesuai.

**KataKunci** : *Strategi Komunikasi Pemasaran, Instagram, Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.*

## **Pendahuluan**

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini sangat pesat dengan berbagai macam jenis bisnis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin kompleks. Baik dari kebutuhan sandang, pangan dan papan serta kebutuhan lainnya. Saat ini bisnis yang juga populer di kalangan masyarakat adalah bisnis kuliner. Salah satu jenis olahan kuliner yang memiliki peluang dalam dunia bisnis adalah makanan yang berasal dari olahan pisang. Makanan ringan atau kudapan juga menjadi pilihan masyarakat untuk sekedar mengurangi rasa lapar jika tidak ingin untuk mengkonsumsi makanan berat. Hal ini yang akan mendorong pelaku bisnis untuk mendirikan usaha kuliner khususnya kudapan dari olahan pisang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Bisnis kuliner di Jember yang menjual kudapan dari olahan pisang adalah King's Bnana. King's Bnana adalah produsen berupa kuliner berbahan baku pisang berkualitas terbaik yang cukup dikenal di Jember.

King's Bnana juga memiliki pesaing dengan produk sejenis di Kota Jember yang dapat menjadi kekhawatiran bagi King's Bnana untuk menghadapi persaingan tersebut. Berikut merupakan beberapa pesaing produk olahan pisang sejenis King's Bnana Jember :

**Tabel 1.1 Daftar Pesaing King's Bnana di Jember**

<b>Nama</b>	<b>Alamat</b>
Sang Pisang	Jalan Gajah Mada No.60
Iki wae	Pujasera Jalan Kalimantan
Monkey banana	Jalan Bangka Gang 7 No. 17
My Banana	Jalan Cempedak Gg. 15 No. 24
Miss Banana	Jalan Karimata 4 No.31

Sumber : Observasi, Januari 2021

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa banyak pesaing King's Bnana yang menjual produk dengan olahan pisang dan memungkinkan untuk bertambah jumlahnya. Maka, King's Bnana perlu menentukan strategi untuk kelangsungan usaha dengan menyesuaikan target pasar.

Segala strategi dilakukan pemilik bisnis untuk mendapatkan keuntungan serta dapat memuaskan pelanggan. Salah satu strategi yang dilakukan oleh pemilik bisnis adalah komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan sebuah usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen mengenai keberadaan suatu produk/jasa di pasar. Menurut Machfoedz (2010:16) menyatakan bahwa komunikasi pemasaran adalah istilah yang digunakan untuk menerangkan arus informasi tentang produk dari pemasar sampai kepada konsumen.

Saat ini promosi melalui situs website ataupun di media sosial mulai gencar dilakukan pelaku bisnis untuk mempromosikan produk mereka ke konsumen, dengan adanya media online pebisnis dimudahkan untuk memperkenalkan produknya ke konsumen tanpa perlu bertatap muka. Sosial media adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Instagram salah satu media yang saat ini lagi ngehits untuk dunia bisnis online dimana banyak kalangan pelajar ataupun pengusaha barang termasuk jasa juga yang memakai media sosial tersebut untuk berniaga. Berniaga di Instagram dilakukan oleh semua pelaku usaha bisnis dari usia remaja, hingga usia dewasa dengan fitur menarik seperti : Filter, stories, feed, highlight, IGTV, dan fitur lainnya.

Mayoritas pelaku usaha pasti setuju dengan pendapat bahwa dalam sebuah bisnis, hal yang paling utama bukanlah tentang meningkatkan penjualan atau mencapai target yang diinginkan tapi bisnis adalah tentang mendapatkan pelanggan dan juga menjaga loyalitas dari pelanggan yang dimiliki. Menjaga loyalitas jauh lebih berharga dibanding hanya berfokus pada seberapa banyak produk yang mampu dijual setiap harinya. Karena dengan menjaga loyalitas pelanggan, itu artinya kita sedang menjaga bisnis tersebut tetap berjalan sebagaimana mestinya.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Komunikasi Pemasaran**

Komunikasi Pemasaran adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk dan meningkatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual. Komunikasi pemasaran dapat diidentifikasi oleh Terence A. Shimp (2003: 4) "Komunikasi pemasaran adalah aspek penting dalam keseluruhan misi pemasaran serta penentu suksesnya pemasaran".

Komunikasi pemasaran mampu membentuk ekuitas merek dan penjualan produk. Memang dikatakan oleh Kotler & Keller, dalam perkembangan lingkungan komunikasi pemasaran yang perubahannya sangat promosi ide, barang atau jasa melalui sponsor yang jelas. Komunikasi pemasaran melalui iklan bukanlah satusatunya atau bahkan yang paling

Strategi Komunikasi Pemasaran King's Bnana Melalui Instagram ..... 3

penting dalam membentuk ekuitas merek dan mendorong penjualan, namun dengan melalui bauran komunikasi pemasaran yang dilaksanakan secara terintegrasi dapat meningkatkan ekuitas dan mendorong penjualan, bahkan dengan meluasnya komunikasi ini dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*) agar dapat mendorong efektifitas dan efisiensi komunikasi pemasaran terdiri dari delapan model komunikasi utama (Kotler & Keller, 2009), antara lain :

- 1) Iklan,
- 2) Promosi penjualan,
- 3) Penjualan personal,
- 4) Acara dan pengalaman,
- 5) Hubungan masyarakat dan publisitas,
- 6) Pemasaran langsung,
- 7) Pemasaran dari mulut ke mulut,
- 8) Pemasaran interaktif,

### **Loyalitas Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2004:110), “loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang”. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan pelanggan tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh pelanggan.

### **Media Sosial**

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). Menurut Kotler dan Keller bahwa terdapat tiga macam platform yang utama untuk media sosial, yaitu :

1. Forum dan komunitas online
2. Blogs

Selain itu menurut Puntodi (2011: 34) bahwa terdapat beberapa macam jenis media sosial, yaitu sebagai berikut :

1. Bookmarking
2. Wiki
3. Flickr

4. Creating opinion

5. Jejaring sosial

Berikut beberapa contoh dari aplikasi media sosial tersebut :

- a. Facebook
- b. WhatsApp
- c. Line
- d. Youtube
- e. Twitter
- f. Instagram

### **Instagram**

Instagram merupakan salah satu bentuk hasil dari kemajuan internet dan tergolong salah satu media sosial yang cukup digandrungi oleh khalayak masa kini.

Berikut adalah fitur-fitur yang ada di instagram pada saat ini:

1. Pengikut (*Follower*) dan Mengikuti (*Following*)
2. Mengunggah Foto/Video dengan Caption (*Posting*)
3. Kamera
4. Efek (*Filter*)
5. Label foto (*Hashtag*)
6. Jejaringan
7. Tanda suka Instagram
8. Instastory
9. *Closefriend*
10. Siaran langsung
11. IG TV

### **Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian kualitatif dengan studi kasus pada ojek yang diteliti. Penelitian ini menggunakan tradisi fenomenologis, tradisi ini lebih memberi penekanan persoalan pengalaman pribadi, termasuk pengalaman pribadi yang dimiliki seseorang ketika berinteraksi dengan orang lain.

Sehubungan dengan masalah penelitian ini, penulis mencoba mendalami fenomena masalah strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh King's Bnana dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui sosial media instagram. Dimana peneliti tidak menjadi instrumen karena berada diluar kegiatan pemasaran yang dilakukan. Sedangkan hasil penelitian lebih menekankan pada makna yang dihasilkan oleh responden sebagai informan dalam penelitian ini.

Dalam penentuan sampel, penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu sampel diambil bukan tergantung pada populasi (keseluruhan subyek), melainkan sesuai dengan tujuan penelitian.

Penelitian ini menggunakan sampel yang terdiri atas pemilik atau owner King's Bnana, karyawan serta pelanggan yang membantu memberikan informasi berkaitan tentang strategi komunikasi pemasaran yang digunakan King's Bnana melalui instagram dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini disesuaikan dengan fokus dan tujuan penelitian, yaitu:

1. Wawancara
2. Observasi
3. Dokumentasi

Analisis data merupakan kegiatan menyusun data yang diperoleh melalui hasil wawancara, catatan lapangan dan temuan lainnya secara sistematis agar mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Dengan beberapa proses sebagai berikut:

1. Reduksi Data
2. Display Data
3. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan pada produksi King's Bnana yang terletak di Perumahan Kebonsari Indah blok W-17, Kebonsari, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari 2021.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Gambaran Umum Obyek Penelitian**

King's Bnana merupakan produsen kuliner berbahan baku pisang berkualitas dengan berbagai macam pilihan topping. Latar belakang berdirinya King's Bnana adalah berawal dari keinginan pemilik untuk mempunyai bisnis berupa kuliner seperti cemilan atau kudapan yang bisa disukai oleh berbagai kalangan mulai dari anak-anak hingga dewasa dan masih belum ditemui di Jember walaupun sebelumnya sudah memiliki bisnis berupa minuman yakni Mogem Drink. Akhirnya, pemilik memiliki ide untuk membuka usaha cemilan berbahan baku pisang yang digoreng lalu menambahkan topping dengan berbagai macam pilihan. Seiring berjalannya waktu, King's Bnana mulai mencari lapak di sekitar kampus agar konsumen dengan mudah berkunjung dan dikenal oleh konsumen baru. Usaha ini mulai mengalami peningkatan permintaan konsumen yang berdampak juga pada omset penjualan yang juga meningkat. Hal ini dikarenakan King's Bnana mampu menciptakan inovasi baru dalam dunia Strategi Komunikasi Pemasaran King's Bnana Melalui Instagram .....

kuliner yang mengikuti perkembangan jaman dengan harga terjangkau serta disukai oleh semua kalangan. Selain itu, King's Bnana juga turut membantu petani pisang khususnya di daerah Jember untuk memasarkannya yang juga berdampak pada perekonomian Kabupaten Jember. Setelah pemilik King's Bnana menikah, usaha ini akhirnya kembali dijadikan home industry agar dapat tetap berperan penting sebagai ibu rumah tangga namun sekaligus sebagai seorang wirausaha.

### **Profil King's Bnana**

King's Bnana merupakan usaha kuliner olahan pisang nomor 1 di Jember yang kekinian atau mengikuti jaman dengan menambahkan pilihan topping yang bermacam-macam. Pisang sendiri merupakan buah yang disukai oleh berbagai kalangan serta mudah didapatkan di berbagai daerah. Usaha ini terletak di Perumahan Kebonsari Indah blok W-17, Kebonsari, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember. King's Bnana sudah berdiri sejak tahun 2017 oleh Nurvita Maretha Rianti. King's Bnana buka mulai pukul 09:00 WIB sampai dengan pukul 21:00 WIB dan tutup pada hari senin.

Berkat ketekunan sang pemilik, saat ini King's Bnana memiliki mitra kerja di berbagai daerah di Jember, seperti di Patrang, Sempusari, Karimata, Gajah Mada, Puger, Gebang, Kencong, Ambulu. Selain itu, mitra King's Bnana juga ada di luar kota yakni Bondowoso dan Situbondo.

### **Produk King's Bnana**

Buah pisang yang biasanya hanya digoreng dengan tepung, berbeda dengan King's Bnana yang mengolahnya dengan berbagai pilihan topping. Produk-produk dari King's Bnana diantaranya, Bnana Napi, Pisnyet, Lumpis Goreng, Stick Bnana, Bnana Sweetcorn Mozarella (Bascom), Lumpis Panggang, Kebab Pisang, dan Barisol.

Salah satu produk yang menjadi favorit konsumen adalah Kebab Pisang. Jika biasanya kebab berisi daging, King's Bnana membuat inovasi dengan mengganti isinya dengan pisang dan pilihan rasa sesuai keinginan konsumen. Selain produk yang bervariasi, desain kemasan yang dibuat oleh King's Bnana memiliki identitas tersendiri dengan warna kuning yang merupakan warna pokok pisang dan orange serta logo khas dari King's Bnana. Kemasan tersebut juga terdapat nomor urut teka-teki jika dikumpulkan dapat ditukar dengan 1 menu dari King's Bnana.

## **Profil Instagram King's Bnana**

Akun instagram King's Bnana bernama @kingsbnanajembernew yang diikuti oleh kurang lebih 4000 followers. Akun instagram tersebut berisi konten-konten yang menarik dengan berbagai macam informasi tentang King's Bnana . Terlihat pada biografi profil instagram @kingsbnanajembernew dengan judul "Olahan Pisang No. 1 Di Jember" dan terdapat informasi jam buka King's Bnana serta keterangan open kemitraan. Selain itu, untuk memudahkan konsumen terdapat link untuk memesan produk King's Bnana . Serta alamat toko King's Bnana yang terhubung langsung dengan aplikasi Google Maps.

Fitur instagram memiliki perkembangan yang pesat baik dari feed dan instagram story. Pada feed instagram King's Bnana berisi foto dan video konten mengenai produk, promo, serta kutipan-kutipan wirausaha sukses. Konten yang terdapat pada akun instagram King's Bnana mengikuti trend sedang banyak dibicarakan masyarakat. Hal ini dilakukan agar pengikut atau followers tidak merasa bosan dengan konten yang diberikan. Sedangkan pada instagram story King's Bnana disetiap highlight yang berbeda diantaranya, list orderan, testimoni, masing-masing produk King's Bnana, lokasi, harga, informasi kemitraan, serta promo yang sedang berlangsung.

## **Strategi Komunikasi Pemasaran King's Bnana**

### **Komunikasi Pemasaran King's Bnana**

King's Bnana pada awalnya memasarkan produknya melalui media sosial yakni Facebook dan BlackBerry Messenger karena media sosial seperti Instagram masih belum terlalu dikenali oleh masyarakat. Namun, pada saat itu sosial media yang mulai dikenal oleh masyarakat adalah berupa WhatsApp. Setelah Instagram mulai banyak digunakan oleh masyarakat, akhirnya King's Bnana juga memasarkan produknya melalui platform tersebut. Berbekal database dari konsumen Mogem Drink memudahkan King's Bnana untuk mendapatkan pengikut atau followers. Selain itu, platform WhatsApp yang masih digunakan dengan fitur-fitur yang terus diperbarui seperti dapat memposting story apabila saling menyimpan nomor masing-masing. Hal ini juga membantu King's Bnana untuk membuat konten serta mempromosikan produknya serta mengenalkan akun Instagram dengan berisi konten-konten untuk menarik konsumen untuk membeli. Hal ini dikuatkan berdasarkan wawancara peneliti sebagai berikut :

"Usaha untuk mempromosikan itu saya kalau dulu itu memakai facebook mbak karena instagram belum terlalu viral dan pemakainya usernya masih sedikit setelah itu saya mulai merambah ke instagram karena sudah punya database juga dari customer mogem drink jadi

customer mogem drink itu juga otomatis dulu masih pake bbm nggak pake WA terus habis gitu beralih ke WA dengan sistem kalau kita nyimpen nomer itu baru bisa liat status akhirnya mulai banyak yang melihat pokok kita ini posting-posting tapi saya saat itu masih belum mempelajari tentang digital marketing pokok asal jualan gitu intinya jualan-jualan akhirnya saya kan memilih lagi platform promosi sosmed lewat instagram terus saya telateni dengan konten yang seenaknya asal posting gitu jadi cuma produk-produk aja asal di upload-upload nggak punya cara tersendiri nah jadi itu sudah hampir 4 tahunan memakai cara seperti itu tapi hampir 2 tahun terakhir ini saya ganti strateginya”

Alasan pemilik menggunakan platform Instagram untuk memasarkan produknya karena generasi milenial sudah mulai banyak menggunakannya. Di mana pengguna Instagram merupakan target market dari King’s Bnana yakni konsumen yang berusia 17-35 tahun dengan mayoritas konsumen wanita. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik King’s Bnana bahwa King’s Bnana juga menggunakan platform TikTok untuk menambahkan konten-konten yang menarik dan di posting ke Instagram. Hal ini juga dikuatkan oleh hasil wawancara peneliti sebagai berikut :

“ Saya memilih instagram dan sekarang sudah merambah tiktok. Memilih instagram tetap jadi platform terbesar kalau menurut saya mbak di jember pemakainya banyak dan pemakainya anak-anak milenial sesuai dengan target market saya ya mbak. Jadi memang instagram ini masih booming banget kalau menurut saya jadi saya mengikuti jaman yang ada”

### **Strategi Pemasaran**

Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh King’s Bnana dengan internet marketing. Internet marketing merupakan metode pemasaran yang dilakukan melalui internet karena ini menjadi hal yang tidak asing di kalangan masyarakat dan digemari oleh pebisnis. Teknik promosi secara online ini bisa dilakukan dengan beberapa cara, salah satunya adalah media sosial terutama instagram yang dijadikan media untuk memasarkan produk King’s Bnana. Promosi yang dilakukan King’s Bnana melalui media instagram antara lain :

#### **1. Paid Promote**

Paid promote yang dilakukan oleh King’s Bnana dengan mempromosikan produknya dengan jangkauan yang lebih luas. King’s Bnana harus mengirimkan materi promosi berupa foto atau video lengkap dengan copywritingnya. Lalu pihak yang diendorse atau influencer hanya akan mengunggah materi tersebut ke media sosialnya.

King’s Bnana sudah melakukan paid promote kepada akun-akun yang memiliki pengikut banyak salah satunya @jemberdelicious yang memiliki jumlah pengikut sebanyak kurang lebih 7000 pengikut. Pada paid promote tersebut, hanya perlu mempromosikan promo yang sedang berlangsung di King’s Bnana dengan caption yang menarik.

## **2. Endorsement**

King's Bnana melakukan promosi endorsement melalui feed instagram dan instagram story. Salah satu selebgram di Jember bernama @cipcupsilvi dengan jumlah pengikut sebanyak 28000 followers. Selebgram tersebut perlu mempromosikan produk King's Bnana yang sudah dikirim sebelumnya lalu mereview melalui video dan foto yang dilengkapi dengan caption menarik. Metode promosi berupa endorsement tersebut membantu menaikkan traffic instagram dari King's Bnana yang juga berdampak pada meningkatnya penjualan.

## **3. Giveaway**

Kegiatan giveaway yang dilakukan oleh King's Bnana terdiri atas beberapa persyaratan tertentu, seperti challenge bagi-bagi bnana kebab untuk 5 orang pemenang. Dalam giveaway ini peserta diberi persyaratan khusus seperti wajib follow akun instagram King's Bnana, lalu menyukai postingan serta memberikan komentar pada postingan tersebut. Giveaway yang lain yakni dengan melakukan tebakan receh. Dimana peserta diharuskan menjawab pertanyaan berupa pertanyaan yang tidak masuk akal atau receh. Pada giveaway tersebut King's Bnana juga memberikan persyaratan dengan wajib follow akun instagram King's Bnana serta mengajak teman-teman untuk ikut bergabung mengikuti kegiatan giveaway tersebut. Kegiatan giveaway ini dapat membantu mengenalkan King's Bnana kepada pengikut baru serta menarik banyak konsumen tanpa perlu mengeluarkan biaya promosi yang mahal.

## **4. Sales Promotion**

Sales promotion juga dilakukan oleh King's Bnana dengan memberikan promo yang menarik dan bervariasi. Promo yang diberikan seperti beli 3 bayar 2 yakni konsumen yang membeli 3 varian produk hanya perlu membayar 2 varian saja. Selain itu King's Bnana juga memberikan diskon atau potongan harga sebesar 35% sampai dengan 50% dengan semua varian produk King's Bnana. Promo buy one get one juga diberikan oleh King's Bnana bahwa konsumen hanya perlu membayar satu produk namun mendapatkan dua produk King's Bnana. Sales promotion yang dilakukan oleh King's Bnana ini memiliki peluang untuk menarik perhatian konsumen untuk kembali membeli produknya.

## **5. Pencitraan**

Pencitraan juga dapat dilakukan pada sosial media seseorang atau perusahaan yang digunakan untuk menarik konsumen agar tertarik untuk membeli produknya. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan membuat caption yang menarik konsumen. Hal ini juga dilakukan oleh King's Bnana untuk menarik konsumen melalui instagram dengan membuat caption yang menarik dengan gaya bahasa yang lebih-lebihkan.

## 6. Event

Pengenalan produk dalam event biasanya juga dikenal dengan bazar. Bazar merupakan suatu cara yang diselenggarakan oleh suatu komunitas atau perusahaan dalam selang waktu tertentu yang biasanya diramaikan dengan para booth yang menjual produk mereka masing-masing. King's Bnana juga pernah mengikuti bazar di salah satu bank swasta Jember pada tahun 2017 untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat Jember.

### **Meningkatkan Loyalitas Pelanggan King's Bnana**

Loyalitas dianggap sebagai faktor utama yang menentukan tingkat penjualan. Tidak sedikit perusahaan yang menjadikan hal tersebut sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Loyalitas akan menggerakkan konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang. Untuk dapat mencapai loyalitas tersebut perusahaan perlu melakukan berbagai upaya dan bahkan memakan waktu, tenaga dan biaya. Loyalitas dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen termasuk dalam melakukan pembelian antar lini. Konsumen lebih terbuka untuk mencoba dan membeli berbagai macam produk sebuah perusahaan karena telah mempercayai kualitasnya.

King's Bnana memiliki seorang admin untuk menghandle permintaan konsumen baik dari produksi dan pelayanan karena pemilik merupakan seorang ibu rumah tangga yang memiliki seorang bayi, sehingga pemilik mempercayakannya kepada admin tersebut. Namun, pemilik merasa pelayanan yang diberikan masih belum optimal seperti cara membalas chat konsumen yang belum tertata dalam melayani akhirnya pemilik King's Bnana sendiri yang menghandle pelayanan tersebut.

King's Bnana dengan pelayanan tersebut berdampak positif pada penjualan, diantaranya :

#### **1. Repeat Order**

King's Bnana dengan memberikan pelayanan yang baik, rasa yang lezat serta harga yang terjangkau membuat konsumen melakukan pembelian ulang. Hal ini dapat dilihat pada beberapa instagram story King's Bnana dengan berbagai macam testimony konsumen yang melakukan pembelian ulang.

#### **2. Mengejar diskon**

Salah satu promo yang diberikan oleh King's Bnana adalah memberikan diskon. Pemberian diskon tersebut juga membantu dalam meningkatkan loyalitas pelanggan King's Bnana. Banyak konsumen dari King's Bnana yang membeli produk karena adanya diskon yang diberikan. Hal ini tentunya akan berdampak pada peningkatan penjualan serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

### 3. Testimoni

Testimoni King's Bnana berupa hasil screen capture obrolan dengan konsumen melalui WhatsApp dan DM Instagram. Pada hasil obrolan tersebut berisi respon konsumen mengenai produk dari King's Bnana baik dari segi rasa serta pelayanannya. Kumpulan testimoni atau bukti obrolan dengan konsumen King's Bnana terdapat pada highlight instagram yang tertata rapi. Testimoni tersebut bermanfaat untuk meningkatkan rasa kepercayaan konsumen baru, media pemasaran gratis, sebagai bahan materi iklan, sebagai bahan evaluasi, bentuk apresiasi kepada konsumen dari King's Bnana.

#### **Hambatan Komunikasi Pemasaran King's Bnana melalui Instagram dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan**

1. Hambatan semantik merupakan hambatan yang terjadi dalam proses penyampaian informasi dari pengirim kepada si penerima.  
Hambatan ini yang terjadi pada King's Bnana. Khususnya saat admin sedang membalas chat dari konsumen melalui media sosial Instagram atau WhatsApp. Admin King's Bnana masih belum optimal dalam melayani konsumen karena penataan bahasa yang digunakan masih sangat minim. Namun, saat ini pemilik King's Bnana juga turut handle dan mengawasi agar bahasa yang digunakan dalam membalas chat konsumen lebih mudah diterima dan dipahami yang juga akan meningkatkan kepuasan konsumen dalam membeli produk King's Bnana yang juga berdampak pada rasa loyalitas konsumen.
2. Hambatan manusiawi ini juga dialami oleh King's Bnana. Dimana menurut pemilik King's Bnana merasa admin yang handle media sosial masih belum optimal dalam pembuatan konten yang menarik sehingga konten yang diharapkan oleh pemilik masih belum sesuai. Oleh karena itu, pemilik King's Bnana masih handle sendiri dalam pembuatan konten untuk mengisi feed dan story Instagram tanpa mendelegasikannya kepada orang lain. Hal ini juga menjadi tantangan bagi pemilik King's Bnana dimana perannya sebagai ibu rumah tangga harus mengurus rumah tangga dan bisnis yang dijalankan. Sehingga pemilik King's Bnana perlu memiliki tabungan atau cadangan konten untuk di posting di media sosial King's Bnana. Sedangkan untuk admin media sosial dikhususkan untuk membalas direct message Instagram agar dapat memaksimalkan traffic sehingga rasa ingin tahu konsumen atau followers mengenai produk King's Bnana tetap mengalami peningkatan.

## **Kesimpulan dan Saran**

### **Kesimpulan**

Komunikasi pemasaran merupakan hal yang perlu menjadi bahan perhatian bagi sebuah perusahaan. Komunikasi pemasaran juga dapat mengubah pola pikir dan tingkah laku konsumen dimana itu semua tergantung pada bagaimana bentuk komunikasi yang disampaikan oleh perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan King's Bnana melalui Instagram menggunakan beberapa metode. Selain mempromosikan produknya melalui feed dan story Instagram, King's Bnana juga menggunakan metode paid promote, endorsement, giveaway dan sales promotion. Media Instagram juga digunakan untuk memberikan informasi mengenai promo atau potongan harga yang diberikan oleh King's Bnana agar konsumen tertarik untuk membeli produknya. Tidak hanya itu, King's Bnana juga memberikan garansi kepada konsumen yang komplain apabila kurang puas dengan pelayanan yang diberikan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan loyalitas konsumen dalam membeli produk dari King's Bnana dengan bukti berupa testimoni bahwa konsumen pernah melakukan repeat order serta mengejar diskon atau potongan harga.
2. Hambatan yang terjadi di King's Bnana yakni terdiri atas hambatan semantik dan hambatan manusiawi. Hambatan semantik yang dialami oleh King's Bnana saat admin sedang membalas chat dari konsumen melalui media sosial Instagram atau WhatsApp. Admin King's Bnana masih belum optimal dalam melayani konsumen karena penataan bahasa yang digunakan masih sangat minim. Sedangkan hambatan manusiawi yang dialami King's Bnana adalah Dimana menurut pemilik King's Bnana merasa admin yang handle media sosial masih belum optimal dalam pembuatan konten yang menarik sehingga konten yang diharapkan oleh pemilik masih belum sesuai. Oleh karena itu, pemilik King's Bnana masih handle sendiri dalam pembuatan konten untuk mengisi feed dan story Instagram tanpa mendelegasikannya kepada orang lain. Hal ini juga menjadi tantangan bagi pemilik King's Bnana dimana perannya sebagai ibu rumah tangga harus mengurus rumah tangga dan bisnis yang dijalankan. Sehingga pemilik King's Bnana perlu memiliki tabungan atau cadangan konten untuk di posting di media sosial King's Bnana .

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan diatas, peneliti merekomendasikan beberapa hal untuk mengembangkan King's Bnana dimasa yang akan Strategi Komunikasi Pemasaran King's Bnana Melalui Instagram ..... 13

datang, King's Bnana perlu menerapkan standar dalam komunikasi. Alur komunikasi antar divisi seperti pemilik, admin dan bagian produksi sebaiknya dibuat dengan jelas dan runut untuk menghindari kesalahpahaman. Kebiasaan dalam komunikasi yang efektif dan efisien ini perlu dibangun untuk kemajuan perusahaan. Selain itu, King's Bnana perlu melakukan pelatihan untuk para tenaga kerja sesuai dengan divisi masing-masing agar dapat membangun kerja sama tim yang baik untuk kelancaran usaha dari King's Bnana itu sendiri.

## Daftar Pustaka

- A, Shimp, Terence. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I ( edisi 5)*, Erlangga: Jakarta, 2003
- Afrilia, Ascharisa Mettasatya. Digital Marketing sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*. Vol 1 No 1 2018: 145-157
- Aprilya, Tyas. Strategi. Komunikasi Pemasaran Nadyafashop Melalui Instagram dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer di Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 5 No 1 2017: 13-23
- Basu, Swastha dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty: Yogyakarta, 2003
- Dharmmesta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi II*, Liberty: Yogyakarta, 2000
- Fandy, Tjiptono. *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*, Andi Offset: Yogyakarta, 2004
- Hasan, M. Iqbal, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia: Bogor, 2002
- Hamzah, Radja Erland dkk. Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 1 No 1 2020: 53-59
- Henderi, *Analysis and Design System with Unified Modeling Language (UML)*. Tangerang, 2007
- Kotler, Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Keduabelas, Jilid 1*. Erlangga: Jakarta, 2000
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*, Erlangga: Jakarta, 2009.
- Kotler, P. & Keller, K.L. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*, Erlangga: Jakarta, 2012
- Machfoedz, Mahmud. *Komunikasi Pemasaran Modern*, Cakra Ilmu: Yogyakarta, 2010
- Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, PT Rineka Cipta: Jakarta, 2004

- Moleong, L.J. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, PT. Remaja Rosdakarya: Bandung, 2011
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Cetakan ke 18*, PT. Remaja Rosdakarya : Bandung, 2014
- Puntoadi, Danis. *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*, PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta, 2011
- Rangkuti, Freddy. *Measuring Customer Satisfaction*, PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta, 2002
- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran Cetakan Ketiga*, PT. Remaja Rosdakarya: Bandung, 2003
- Wursanto. *Etika Komunikasi Kantor. Edisi Ketiga Belas*, PT. Kanisius: Yogyakarta, 2001

