



Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Minuman Cocktail Arak Bali

I Ketut Rusdiarnata

Program Studi Manajemen Tata Hidang, Politeknik Pariwisata Bali, Indonesia
Jl. Kampial, Kuta Selatan, Badung, Bali

e-mail: ketutrusdiarnata@gmail.com

Received: March, 2023

Accepted: March, 2023

Published: March, 2023

Abstract

This study aims to determine the use of Instagram social media as a medium for promoting Balinese arak cocktails and its benefits are expected to contribute to the parties involved, both from academics and practitioners in the field, in this case the Balinese Arak Cocktail entrepreneur. The results of this study indicate that the Arak & Culture business expands its marketing reach and increases sales by utilizing social media Instagram. Promotion through Instagram generates trust for consumers and useful comments for users to find out more information from the images displayed. The marketing strategy carried out by Arak & Culture's efforts in promoting its business through uploading photos and videos on Instagram as well as utilizing existing features on Instagram helps Arak & Culture's efforts to make it easier to promote product variants at no cost. It is recommended that Arak & Culture entrepreneurs from a promotional perspective are expected to be developed so that sales can reach a wider target by using paid Instagram features that have not been tried such as Instagram ads so that the target market is more targeted so that the purpose of the promotion becomes more effective and efficient.

Keywords: promotion media, instagram, cocktail, arak bali

Abstrak

media promosi cocktail arak Bali dan manfaatnya diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pihak-pihak yang terlibat di dalamnya, baik dari akademisi maupun praktisi di lapangan dalam hal ini pengusaha Cocktail Arak Bali. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha Arak & Culture memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan sosial media instagram. Strategi pemasaran yang dilakukan usaha Arak & Culture dalam mempromosikan usahanya melalui unggahan foto dan video di instagram serta memanfaatkan fitur-fitur yang ada di instagram membantu usaha Arak & Culture untuk mempermudah dalam mempromosikan varian produk tanpa mengeluarkan biaya. Disarankan kepada pengusaha Arak & Culture dari segi promosi diharapkan untuk dikembangkan agar penjualan bisa merambah ke sasaran yang lebih luas dengan memanfaatkan fitur instagram berbayar yang belum dicoba

seperti *instagram ads* agar target pasar lebih tepat sasaran sehingga tujuan dari promosi menjadi lebih efektif dan efisien.

Kata Kunci: media promosi, *instagram*, *cocktail*, *arak bali*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat memberikan manfaat yang luar biasa bagi kemajuan kehidupan manusia. Saat ini teknologi menjadi hal yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia karena teknologi dianggap sudah menjadi salah satu kebutuhan pokok masyarakat modern saat ini. Teknologi komunikasi merupakan salah satu teknologi yang perkembangannya sangat cepat dan sekaligus mengubah cara berkomunikasi masyarakat. Pada era milenial saat ini hampir semua orang menggunakan atau setidaknya pernah mendengar media komunikasi online yang biasa disebut *sosmed* atau sosial media. Kehadiran media sosial sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat saat ini yang dapat memudahkan dalam mengakses informasi dan menyebarkannya ke setiap orang.

Sebelumnya dalam perkenalan selalu diiringi dengan pertukaran kartu nama atau nomor telepon untuk mempermudah komunikasi, namun saat ini orang-orang cenderung saling bertukar akun media sosial. Mengakses media sosial dapat dilakukan dimana saja sepanjang terdapat koneksi internet dengan menggunakan *smartphone*. Berdasarkan dari berita di Kompas.com menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 175,4 juta yang artinya dari jumlah populasi 272,1 juta penduduk Indonesia sebesar 64% telah menggunakan internet. Dari 175,4 juta pengakses internet tersebut, terdapat 160 juta penduduk aktif menggunakan sosial media. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat sering menggunakan media sosial. Penggunaan *instagram* dalam kaitannya dengan hal berbisnis, *instagram* memberikan kemudahan bagi para pelaku usaha untuk memasarkan dan mempromosikan produknya melalui internet. Kemudahan diberikan kepada kedua belah pihak baik itu produsen maupun konsumen. Bagi produsen, adanya *instagram* membantu mereka mempromosikan produk dengan jangkauan pasar yang lebih luas, selanjutnya bagi konsumen *instagram* bermanfaat untuk mencari referensi produk yang diinginkannya.

Bisnis yang bergerak dibidang makanan dan minuman saat ini juga tidak terlepas dari pemanfaatan *instagram*. Berbagai produk minuman yang dipasarkan secara online dikemas agar menarik minat konsumen. Ketatnya persaingan di bidang kuliner menuntut para pelaku usaha untuk menciptakan produk yang memiliki ciri dan cita rasa yang khas dan menarik perhatian konsumen. Tingkat keberhasilan bisnis di bidang kuliner dapat ditinjau dari beberapa aspek salah satunya yaitu strategi promosi. Promosi dan membangun *brand (branding)* tidak harus melalui media-media yang mahal. Promosi yang efektif dan efisien cukup membuat produk memiliki daya saing. Bisnis kuliner yang saat ini menjadi trend di Bali yaitu Cocktail Arak Bali. Para pelaku usaha Cocktail Arak Bali menawarkan berbagai varian rasa dengan harga yang bersaing untuk menarik minat konsumen.

Cocktail arak Bali merupakan minuman yang menggunakan arak yang diproduksi di Bali sebagai bahan utamanya. Arak Bali merupakan jenis minuman yang mengandung alkohol (etil alkohol) 37-60% yang terbuat dari tuak yang melalui proses fermentasi dan selanjutnya didestilasi atau disuling. Minuman beralkohol tradisional khas Bali ini tidak kalah dengan minuman beralkohol kategori *spirit* yang diproduksi di luar negeri. Hal ini terbukti dengan banyaknya wisatawan mancanegara yang menikmati minuman beralkohol khas Bali ini. Arak Bali sudah dilegalkan melalui peraturan Gubernur Bali Nomor 1 Tahun 2020.

Arak Bali saat ini mulai dimanfaatkan sebagai pengganti minuman beralkohol jenis *spirit* seperti vodka, Rum, Gin, Whisky untuk membuat minuman campuran yang mengandung alkohol (*Cocktail*). Minuman beralkohol jenis *spirit* impor yang harganya relatif mahal menjadikan arak Bali sebagai alternative untuk membuat *Cocktail*. *Cocktail* arak Bali saat ini menjadi produk yang siap dipasarkan di media sosial *Instagram*. Para pengusaha *Cocktail* arak Bali kini berlomba-lomba mempromosikan produk mereka dengan memanfaatkan media sosial *Instagram*. Berikut ini beberapa brand yang mempromosikan Cocktail Arak Bali di *Instagram* seperti *Arak And Culture*, Luh Jegeg Arak Bali, dan lainnya. Berkaitan dengan penggunaan *instagram* dalam

memasarkan produk, pemasaran Cocktail Arak Bali tidak lepas dari pemaafa Instagram sebagai media promosi.

2. METODE PENELITIAN

Populasi dari penelitian ini yaitu pemilik usaha cocktail arak bali yang memasarkan produk mereka di instagram. Sampel penelitian yang dipilih yaitu pemilik Arak & Culture, Hangover Cocktail Bali, dan Cheersup Local Spirit. Sedangkan untuk teknik sampling yang digunakan yaitu secara *Purposive* dan *Snowball sampling*, dimana peneliti tidak banyak mengetahui tentang populasi penelitian mengingat banyaknya jumlah pengusaha cocktail arak Bali yang memiliki akun instagram, namun peneliti mengetahui beberapa pemilik cocktail arak Bali yang memasarkan produk mereka di Instagram yang bisa dijadikan sampel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan yaitu transkrip hasil wawancara, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/ verifikasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui wawancara peneliti yang telah dilakukan kepada pemilik Arak & Culture I Wayan De Surya Winata pada tanggal 20 Januari 2021 maka diperoleh bahwa usaha Arak & Culture yang berdomisili di Denpasar tidak menggunakan iklan berbayar untuk kegiatan promosi. Salah satu cara yang digunakan untuk memasarkan produknya adalah melalui media sosial yaitu instagram. Beberapa strategi pemasaran yang dilakukan oleh pemilik usaha Arak & Culture dalam mempromosikan usahanya yaitu: Memberikan informasi mengenai promo produk beli 2 gratis 1. Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan Arak & Culture. Variasi produk yang beraneka ragam yang menarik dan menggugah selera. Dalam mempromosikan produk Arak & Culture mengunggah variasi produk yang dimilikinya untuk menarik minat calon konsumen. Postingan produk ditambahkan dengan *caption* yang menarik berisikan metode pembuatan, bahan yang digunakan dan karakteristik rasa minuman yang dipasarkan. Menyampaikan pesan dengan menggunakan bahasa yang sederhana, mudah dipahami dan realistis membuat *follower* atau pengguna instagram yang mengiktu akun @araknculture penasaran ingin mencoba cocktail yang diracik dengan menggunakan bahan lokal tersebut. Membuat kemasan produk yang elegan dan berkelas membuat pelanggan menjadi lebih tertarik terhadap produk dengan harga terjangkau namun tetap terlihat eksklusif dengan kemasan botol kaca dengan logo produk khas Arak & Culture.

Arak & Culture memilih menggunakan instagram karena mereka sudah mencoba untuk memposting foto yang sama di media sosial lain seperti *facebook*, instagram, dan twitter, namun respon yang lebih banyak didapatkan dari pengguna instagram. Buktinya adalah jumlah likes dan komentar pada foto dan video yang diunggah akun @araknculture bahwa jumlah likes paling sedikit 31 likes dan paling banyak 351 views dalam hitungan menit. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial instagram sedang populer dikalangan masyarakat dan lebih efektif digunakan sebagai media promosi. Sehingga memang benar pernyataan bahwa jumlah *audience* yang lebih aktif berada di media sosial instagram dibandingkan dengan media sosial lainnya.

Adapun strategi pemasaran yang dilakukan pada usaha Cocktail Arak & Culture yaitu:

1. Produk
 - a. Meningkatkan dan mempertahankan mutu produk.
 - b. Mempertahankan kualitas produk dan menambah variasi produk.
 - c. Melakukan inovasi produk dan kemasan.
2. Harga yaitu meningkatkan harga jual dengan melihat perkembangan kondisi pasar dan kenaikan harga bahan dasar namun tetap menyesuaikan dengan target pasar.
3. Tempat yaitu memperluas jangkauan daerah pemasaran.
4. Promosi
 - a. Membuat media yang efektif dan efisien agar promosi dapat mengena dan menarik target *audience*.
 - b. Membangun hubungan baik dengan konsumen atau pelanggan Arak & Culture dengan memberikan *reward* khusus bagi pelanggan setia.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti usaha arak Bali yaitu Arak & Culture, dapat disimpulkan sebagai berikut: Promosi melalui instagram menimbulkan kepercayaan bagi konsumennya dan komentar-komentar yang bermanfaat bagi pengguna untuk mengetahui informasi lebih dari gambar-gambar yang ditampilkan. Strategi pemasaran yang dilakukan usaha Arak & Culture dalam mempromosikan usahanya melalui unggahan foto dan video di instagram menentukan strategi marketing yang digunakan Arak & Culture sudah melakukan komunikasi pemasaran dengan sosial media dengan memikirkan serta menentukan bauran pemasaran yang mereka pilih bahwa sudah melaksanakan komunikasi pemasaran melalui strategi yang dilakukan yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Fitur-fitur yang ada di instagram membantu usaha Arak & Culture untuk mempermudah dalam mempromosikan varian produk tanpa mengeluarkan biaya. Fitur yang sering dimanfaatkan yaitu unggahan Foto dan Video yang disertai dengan penjelasan produk (*caption*), *direct message* untuk merespon cepat tanggapan calon konsumen, dan *instastory* untuk live streaming proses pembuatan maupun mempromosikan produk baru.

5. SARAN

Penjualan produk cocktail Arak & Culture mengalami peningkatan dengan memanfaatkan media sosial instagram untuk promosi. Kedepannya diharapkan untuk dikembangkan agar penjualan bisa merambah ke sasaran yang lebih luas dengan memanfaatkan fitur instagram berbayar yang belum dicoba seperti *instagram ads* agar target pasar lebih tepat sasaran sehingga tujuan dari promosi menjadi lebih efektif dan efisien. Selanjutnya diharapkan dalam memanfaatkan media sosial instagram dalam mempromosikan Arak & Culture agar lebih kreatif lagi dan lebih menarik mengingat setiap media memiliki karakter tersendiri sebagai media promosi. Seperti halnya instagram yang memiliki karakter menarik dalam penyampaian foto dan *captionnya*, maka dari itu pemilihan foto produk dan penjelasan produk sangat mempengaruhi tingkat keinginan calon konsumen untuk melihat produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aris Jatmika Diyatma. 2017. *Pengaruh Promosi melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Distro & Bar*. Jurnal Universitas Telkom.
- Bambang, Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta.
- Denim McQuail. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Deru R. Indika dan Cindi Jovita. 2017. Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan Universitas Padjadjaran*. Vol 01. No 1. Hal 22
- Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Fandy, Tjiptono. 2002. *Startegi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Kotler, Philip. 2015. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2015. *Manajemen Pemasaran Jilid II*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kurtz, David L. 2008. *Principles of Contemporary Marketing*. South – Western: Thomson
- Gumgum Gumilar. 2015. Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi Universitas Padjadjaran*. Vol V. No 2. Hal 77
- Wikipedia, Instagram. 2021. (<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>). Pukul 20.15
- Wiryanto. 2012. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo