

PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT PEMASARAN: DESAIN FEEDS DAN STORIES PADA SKLB (SEWA KAMERA Lensa BALI) DENPASAR

Rasya Alaina

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jl.

Nusa Indah, Sumerta, DenpasarTimur, KotaDenpasar, 80235, Indonesia.

Rasyaalaina02@gmail.com

Abstrak

Pengelolaan media sosial sebagai alat pemasaran merupakan komponen vital dalam strategi bisnis modern. Laporan ini membahas pengalaman magang di SKLB (Sewa Kamera Lensa Bali) yang berfokus pada perancangan desain feeds dan stories sebagai bagian dari strategi pemasaran digital. Latar belakang kegiatan ini adalah kebutuhan SKLB untuk memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, dalam meningkatkan visibilitas merek melalui konten visual yang menarik dan strategis. Dalam kegiatan ini mahasiswa belajar bagaimana manajemen kerja di SKLB, serta cara pengelolaan pembuatan konten media sosial yang efektif. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengajarkan strategi pemasaran digital, meningkatkan kreativitas dalam memproduksi konten, dan memahami perilaku audiens. Selain itu, mahasiswa mendapatkan wawasan praktis tentang pemasaran digital, analisis audiens, dan kolaborasi tim, yang memperkaya keterampilan dan mempersiapkan mereka untuk dunia kerja. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dengan metode kualitatif.

Kata Kunci: Media sosial, pemasaran digital, desain visual, feeds, stories, SKLB

Abstract

Managing social media as a marketing tool is a vital component of modern business strategy. This report discusses the internship experience at SKLB (Sewa Kamera Lensa Bali) which focuses on designing feeds and stories as part of a digital marketing strategy. The background of this activity is the need for SKLB to utilize social media, especially Instagram, to increase brand visibility through attractive and strategic visual content. In this activity, students learn how to manage work at SKLB, as well as how to manage effective social media content creation. The purpose of this activity is to teach digital marketing strategies, increase creativity in producing content, and understand audience behavior. In addition, students gain practical insights into digital marketing, audience analysis, and team collaboration, which enrich their skills and prepare them for the world of work. The data collection methods used include observation, interviews, documentation, with qualitative methods.

Keywords: Social media, digital marketing, visual design, feeds, stories, SKLB.

PENDAHULUAN

Pengelolaan media sosial sebagai alat pemasaran telah menjadi salah satu komponen vital dalam strategi bisnis modern, terutama dalam konteks bisnis yang berfokus pada produk visual seperti SKLB (Sewa Kamera Lensa Bali). Di era digital saat ini, di mana konsumen semakin bergantung pada platform media sosial seperti Instagram untuk menemukan informasi mengenai produk dan layanan, bisnis perlu memanfaatkan media sosial secara optimal untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik mereka.

Instagram, dengan desain feed dan stories-nya, menawarkan peluang besar bagi SKLB (Sewa Kamera Lensa Bali) untuk memperkenalkan layanan penyewaan kamera dan lensa secara visual. Konten yang menarik di media sosial, terutama melalui desain feed dan story yang dipersonalisasi, mampu memperkuat hubungan antara merek dan audiensnya. SKLB (Sewa Kamera Lensa Bali), pengelolaan media sosial menjadi kunci untuk membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan keterlibatan pengguna. Dengan memanfaatkan konten visual yang menarik dan terstruktur, seperti foto produk yang dipadukan dengan desain grafis yang kreatif, SKLB (Sewa Kamera Lensa Bali) mampu menarik perhatian calon pelanggan dan menciptakan kesan yang mendalam tentang kualitas dan kredibilitas layanan mereka.

Proses desain konten pada platform seperti Instagram dilakukan dengan sangat hati-hati dan strategis oleh tim kreatif SKLB (Sewa Kamera Lensa Bali), dengan tujuan tidak hanya untuk menampilkan produk tetapi juga untuk menyampaikan pesan yang relevan dan menggugah audiens. Desain feed yang konsisten dan cerita yang menggugah di Instagram memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman visual yang memikat bagi audiens. Dengan pendekatan yang berbasis pada analisis data audiens, SKLB (Sewa Kamera Lensa Bali) dapat merancang konten yang sesuai dengan preferensi dan perilaku audiensnya, sehingga dapat mendorong mereka untuk melakukan keputusan pembelian.

Selain itu, kemampuan untuk menganalisis kinerja setiap konten yang diposting di media sosial memungkinkan SKLB (Sewa Kamera Lensa Bali) untuk mengevaluasi efektivitas kampanye mereka. Dengan menggunakan alat analitik yang disediakan oleh Instagram, tim pemasaran dapat melacak performa konten, menentukan waktu terbaik untuk posting, serta memodifikasi strategi berdasarkan feedback dari audiens. Hal ini menjadikan pengelolaan media sosial sebagai strategi pemasaran yang sangat dinamis dan terus berkembang, membantu SKLB (Sewa Kamera Lensa Bali) tetap relevan dan kompetitif di pasar.

Secara keseluruhan, pengelolaan media sosial yang baik melalui desain feed dan story bukan hanya soal membuat konten yang estetik, tetapi juga tentang menciptakan pengalaman yang mengundang

interaksi, memperkuat citra merek, dan mengarahkan audiens untuk mengambil tindakan, seperti menyewa kamera dan lensa di SKLB (Sewa Kamera Lensa Bali). Penggunaan media sosial secara efektif akan memastikan SKLB (Sewa Kamera Lensa Bali) terus berkembang dan mencapai tujuan pemasaran mereka dalam dunia yang semakin terhubung secara digital.

METODE

Metode pelaksanaan dalam program ini dirancang untuk memberikan pengalaman yang optimal melalui pendekatan yang sistematis, yang melibatkan berbagai tahap yang berfokus pada eksplorasi, improvisasi, dan pembuatan. Pendekatan ini mengarah pada pembuatan konten visual dan tulisan untuk platform media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta memberikan pemahaman mendalam mengenai berbagai divisi dalam perusahaan. Proses ini tidak hanya memungkinkan pengembangan keterampilan yang relevan, tetapi juga memberikan pengalaman langsung di industri sewa kamera dan lensa. Seluruh kegiatan dilakukan dengan fleksibilitas tinggi, memungkinkan pekerja untuk berkontribusi secara remote dengan pengawasan dan komunikasi yang tetap terjaga melalui platform digital.

Tahapan perencanaan dalam sebuah program atau proyek merupakan langkah awal yang sangat penting, karena di sinilah pondasi dari keseluruhan proses pengembangan dibentuk. Dalam konteks perencanaan untuk memasarkan produk atau layanan, tahapan ini dimulai dengan pemahaman mendalam mengenai kebutuhan pasar, tren industri, serta perilaku konsumen yang relevan. Tahapan perencanaan ini dapat dibagi menjadi beberapa langkah yang saling berkaitan, yang dimulai dengan riset pasar yang komprehensif.

Langkah pertama dalam perencanaan adalah menganalisis kebutuhan pasar. Hal ini dilakukan untuk memahami apa yang saat ini dibutuhkan atau diinginkan oleh konsumen dalam industri sewa kamera lensa. Pasar sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal seperti perkembangan teknologi, tren baru, serta perubahan preferensi konsumen. Oleh karena itu, riset pasar yang dilakukan harus mampu menggali informasi tentang kebutuhan spesifik dari konsumen, serta potensi kebutuhan yang mungkin muncul di masa mendatang. Dalam hal ini, riset pasar tidak hanya bertujuan untuk mengetahui apa yang konsumen inginkan, tetapi juga untuk memprediksi perubahan yang mungkin terjadi di masa depan, sehingga bisnis dapat lebih siap dalam menghadapi perubahan tersebut.

Analisis tren di industri merupakan langkah selanjutnya yang sangat penting. Tren industri

membantu perusahaan untuk lebih memahami arah perkembangan sektor yang mereka geluti. Dalam konteks industri sewa kamera lensa, tren ini bisa melibatkan kemajuan teknologi dalam bidang fotografi, munculnya kamera baru dengan fitur-fitur canggih, atau pergeseran kebutuhan pasar yang mengarah pada kamera dengan kualitas tinggi namun dengan harga sewa yang lebih terjangkau. Pemantauan tren industri ini tidak hanya penting bagi perkembangan produk atau layanan, tetapi juga untuk menciptakan strategi pemasaran yang relevan dan tepat sasaran. Dengan menganalisis tren industri, perusahaan dapat mengantisipasi pergerakan pasar dan memastikan bahwa mereka tidak tertinggal dalam inovasi.

Setelah melakukan riset pasar dan analisis tren industri, langkah selanjutnya adalah memantau aktivitas pesaing. Pemahaman mengenai apa yang dilakukan oleh pesaing merupakan langkah penting dalam perencanaan strategi. Dengan memantau kompetitor, perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka, serta mencari tahu apa yang membuat pesaing sukses atau kurang berhasil di pasar. Hal ini juga memberikan informasi mengenai jenis-jenis konten yang mereka gunakan di media sosial, bagaimana mereka berinteraksi dengan pelanggan, serta strategi pemasaran yang diterapkan. Dalam konteks sewa kamera lensa, pesaing mungkin juga memanfaatkan platform media sosial untuk promosi, seperti Instagram atau TikTok, dengan menampilkan produk-produk mereka dalam bentuk foto atau video yang menarik. Oleh karena itu, memahami apa yang pesaing lakukan di media sosial dapat memberikan wawasan yang berharga dalam merancang konten dan strategi promosi yang lebih efektif.

Langkah berikutnya adalah mengetahui apa yang sering digunakan oleh konsumen dalam memilih layanan sewa kamera lensa. Dalam hal ini, penting untuk menggali lebih dalam mengenai preferensi konsumen, terutama dalam hal kualitas produk atau layanan yang mereka pilih. Konsumen biasanya lebih tertarik pada produk atau layanan yang tidak hanya memiliki kualitas baik, tetapi juga mudah diakses, terjangkau, dan memberikan pengalaman pengguna yang baik. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai hal ini dapat membantu perusahaan dalam merancang layanan yang lebih sesuai dengan keinginan pasar. Aspek kualitas menjadi faktor utama yang sering digunakan oleh konsumen dalam memilih penyedia layanan sewa kamera lensa, di mana mereka cenderung memilih penyedia yang dapat memberikan produk dengan kualitas terbaik yang sesuai dengan kebutuhan mereka, baik untuk penggunaan profesional maupun pribadi.

Selain itu, penting untuk memperhatikan target pasar dari layanan yang disediakan. Setiap segmen pasar memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga

strategi pemasaran dan jenis layanan yang ditawarkan harus disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi masing-masing segmen. Misalnya, bagi konsumen yang lebih muda atau profesional yang membutuhkan peralatan untuk proyek kreatif, mereka mungkin mencari layanan dengan peralatan terkini, lengkap, dan mudah diakses. Di sisi lain, konsumen yang lebih tua atau yang lebih memilih penyewaan jangka panjang mungkin mencari layanan yang menawarkan harga sewa yang lebih kompetitif atau memberikan penawaran menarik untuk sewa dalam waktu yang lebih lama.

Dengan melalui tahapan perencanaan yang matang, yang mencakup riset pasar, analisis tren, pemantauan pesaing, serta pemahaman mendalam mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen, perusahaan dapat merancang strategi yang lebih tepat dan efektif dalam menjawab tantangan di pasar sewa kamera lensa. Selain itu, tahapan ini akan menjadi dasar yang kokoh bagi pengembangan strategi pemasaran dan pengelolaan bisnis ke depannya, agar produk atau layanan yang ditawarkan dapat diterima dengan baik oleh target pasar dan memberikan nilai lebih bagi konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program di SKLB (Sewa Kamera Lensa Bali) memberikan banyak wawasan baru dalam bidang fotografi, animasi, dan videografi, dengan fokus pada produksi konten visual yang efektif untuk media sosial. Pengetahuan yang diperoleh oleh peserta sangat berharga dalam mengembangkan keterampilan teknis dan kreativitas, baik dalam penggunaan peralatan kamera maupun perangkat lunak yang relevan. Dalam bidang fotografi, peserta mengaplikasikan teknik komposisi, pencahayaan, dan penggunaan peralatan kamera yang telah dipelajari di kampus, untuk menghasilkan foto berkualitas tinggi yang sesuai dengan kebutuhan platform media sosial.

Sementara itu, dalam animasi, peserta memanfaatkan prinsip-prinsip dasar yang dipelajari untuk menciptakan animasi yang menarik dan informatif. Dengan menggunakan perangkat lunak seperti Procreate, mereka dapat menghasilkan karya yang memenuhi standar profesional. Di sisi videografi, keterampilan dalam pengambilan gambar dan proses editing diterapkan untuk menciptakan video yang menarik dan berkualitas tinggi, serta sesuai dengan tuntutan media sosial yang selalu berkembang.

Pengalaman langsung dalam produksi konten visual membantu peserta memperdalam keterampilan dalam mengoptimalkan penggunaan kamera dan peralatan terkait. Selain itu, mereka belajar bagaimana cara membuat konten yang relevan dan

informatif untuk audiens target, serta bagaimana menyesuaikan karya untuk berbagai platform media sosial. Pengetahuan yang diberikan juga membantu peserta untuk memahami bagaimana merancang konten yang strategis untuk meningkatkan brand awareness dan penjualan produk, dengan memperhatikan tren yang ada.

Selama program ini, peserta juga mempelajari berbagai aspek penting dalam pemasaran digital, seperti strategi konten, manajemen komunitas, dan analisis kinerja. Mereka mempraktikkan cara menggunakan alat analisis untuk melacak hasil kampanye dan menyesuaikan strategi berdasarkan data yang diperoleh. Dalam hal ini, mereka terlibat dalam pengelolaan komunitas online, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menangani umpan balik, yang penting dalam menciptakan hubungan yang kuat dengan audiens dan membangun komunitas yang loyal. Selain itu, peserta diberi kesempatan untuk terlibat dalam kampanye kolaborasi dengan influencer, yang memberikan wawasan berharga tentang cara memilih mitra yang tepat untuk audiens target dan menjalankan kampanye secara efektif. Mereka juga belajar mengelola pemasaran berbayar, seperti iklan di Facebook dan Instagram, yang melibatkan penargetan audiens, pengelolaan anggaran, dan analisis hasil kampanye. Semua pengetahuan yang diperoleh dalam program ini tidak hanya mendukung pemasaran bisnis penyewaan kamera dan lensa, tetapi juga meningkatkan keterampilan peserta dalam dunia kerja, khususnya di bidang pemasaran digital dan produksi konten visual. Pengalaman ini mempersiapkan mereka untuk menjadi individu yang kompeten, siap menghadapi tantangan industri kreatif yang dinamis dan terus berkembang.

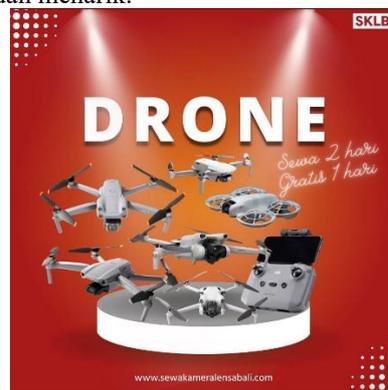
2. Eksplorasi Elemen Visual

Di SKLB (Sewa Kamera Lensa Bali), mahasiswa tidak hanya terlibat dalam pembuatan konten fotografi dan videografi, tetapi juga dalam pengembangan berbagai teknik desain grafis yang diperlukan untuk memperkuat pesan visual dari materi promosi. Salah satu keterampilan yang diajarkan adalah *layouting*, yang memungkinkan mahasiswa untuk menyusun elemen-elemen visual dalam sebuah desain secara menarik dan efektif. Melalui *layouting*, mahasiswa dapat memastikan bahwa setiap elemen dalam desain memiliki ruang yang tepat untuk menciptakan kesan visual yang seimbang dan mudah dipahami. Selain itu, mahasiswa juga belajar tentang teknik kolase dan cut-out, di mana mereka menggabungkan berbagai elemen visual untuk menciptakan gambar baru yang kreatif dan menarik. Teknik ini sangat berguna untuk membuat desain yang lebih dinamis dan memikat perhatian audiens.

Selain itu, mahasiswa juga dikenalkan dengan teknik halftone, yang merupakan salah satu cara

untuk memberi efek tekstur atau detail tertentu pada gambar, yang bisa meningkatkan daya tarik visual dari materi promosi. Dalam dunia fotografi dan desain grafis, kemampuan untuk memanipulasi gambar dengan berbagai teknik tersebut menjadi sangat penting untuk menghasilkan karya yang lebih unik dan menonjol di media sosial.

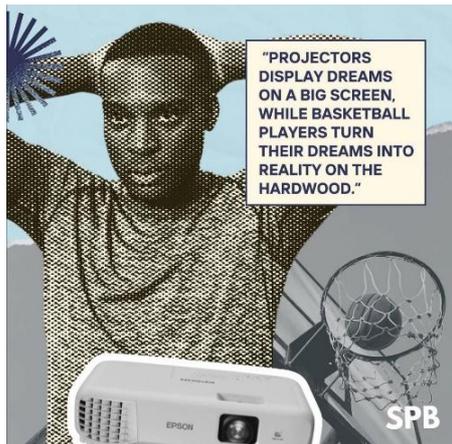
Di sisi lain, mahasiswa juga dilatih untuk mengedit foto dan video secara profesional. Mereka belajar cara menggunakan perangkat lunak pengeditan foto untuk memperbaiki pencahayaan, kontras, dan saturasi, serta teknik-teknik pengeditan lainnya yang diperlukan untuk menghasilkan gambar yang tampak lebih estetik dan menarik.



Gambar 1 Postingan Feeds Sewa Kamera Lensa Bali
Sumber : Rasya Alaina, 2024

menggunakan berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn memberikan mahasiswa wawasan tentang bagaimana memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan bisnis sewa kamera lensa, berinteraksi dengan pelanggan potensial, dan membangun kehadiran merek yang kuat di dunia maya. Selain itu, mahasiswa juga diberikan pengetahuan tentang cara memanfaatkan fitur-fitur platform ini untuk menarik perhatian audiens, seperti dengan menggunakan hashtags yang relevan, membuat konten visual yang menarik, dan menjalin kemitraan dengan influencer atau content creator.

Selain itu, mahasiswa dilatih untuk terbiasa menggunakan alat pengeditan foto dan video seperti Adobe Photoshop, Canva, Lightroom, Procreate, CapCut, dan Premiere Pro. Alat-alat ini memungkinkan mahasiswa untuk mengedit gambar dan video promosi dengan kreativitas, sehingga konten yang dihasilkan lebih menarik dan dapat menonjolkan keunggulan produk lensa kamera yang disewakan oleh SKLB (Sewa Kamera Lensa Bali). Di media sosial seperti Instagram dan TikTok, konten visual yang kreatif dan menarik dapat membantu meningkatkan daya tarik audiens dan memperkuat brand awareness.



Gambar 2 Hasil Design Menggunakan Canva dan Procreate
 Sumber : Rasya Alaina, 2024



Gambar 3 Hasil Design Menggunakan Canva dan Procreate
 Sumber : Rasya Alaina, 2024

Logo Jinny's Garden dirancang dengan desain minimalis namun tetap mencerminkan karakteristik ikonik dan modern yang sesuai dengan identitas restoran. Desain ini menggabungkan elemen tipografi dan logogram yang mencerminkan konsep "industrial green building", suasana cozy, dan fun yang menjadi ciri khas brand.

Pelaksanaan program ini memberikan kesempatan untuk mempelajari berbagai hal baru dan mendapatkan pengalaman langsung dalam dunia kerja, terutama dalam pemasaran produk melalui media sosial. Hal ini sangat berperan dalam mengasah dan mengembangkan kemampuan profesional, serta memberikan kesempatan untuk berkontribusi secara langsung dalam tim kerja. Pengalaman ini juga membantu dalam memperluas jaringan profesional melalui interaksi dengan berbagai pihak yang bekerja menuju tujuan yang sama.

Bekerja di divisi konten memberikan pengalaman praktis yang sangat berharga dalam menciptakan, mengedit, dan mendistribusikan berbagai jenis konten, termasuk tulisan, gambar, dan video. Proses ini melibatkan analisis kinerja konten, identifikasi tren, dan pengukuran dampak konten terhadap tujuan bisnis. Penggunaan alat analisis untuk melaporkan temuan kepada manajemen juga menjadi bagian dari proses, yang memungkinkan untuk memantau hasil dan efektivitas strategi yang diterapkan.

Selain itu, program ini mengajarkan pentingnya tanggung jawab terhadap pekerjaan yang diberikan, serta sikap sopan santun dan tepat waktu. Hal ini tidak hanya membantu membentuk karakter profesional, tetapi juga menanamkan rasa disiplin yang sangat dibutuhkan dalam dunia kerja. Keberhasilan dalam menyelesaikan tugas dengan tepat waktu dan sesuai standar akan membentuk sikap kerja yang positif dan siap menghadapi tantangan industri yang dinamis.

Salah satu aspek penting dalam pelaksanaan program ini adalah pemasaran produk melalui Instagram, di mana fokus utamanya adalah menciptakan konten visual yang menarik serta memahami strategi optimasi media sosial untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Gambar-gambar yang dihasilkan, seperti tangkapan layar dari feed atau stories Instagram, menampilkan desain kreatif yang mengedepankan elemen-elemen visual seperti tata letak, penggunaan warna, dan teks promosi. Interaksi pengguna seperti jumlah likes, komentar, atau shares juga menjadi indikator penting dalam mengukur keberhasilan konten yang diproduksi.

Melalui pemasaran produk di Instagram, program ini memperlihatkan bagaimana kreativitas dan strategi pemasaran digital bekerja bersama untuk memperkuat daya tarik dan jangkauan merek di pasar. Dengan memanfaatkan platform media sosial, hasil-hasil yang tercapai menunjukkan bagaimana konten yang baik dapat meningkatkan visibilitas merek dan memberikan dampak positif terhadap tujuan bisnis.



Gambar 4 Hasil Design Menggunakan Canva dan Procreate

Sumber : Rasya Alaina, 2024

KESIMPULAN

Program ini memberikan kesempatan untuk mempelajari hal baru dan memperoleh pengalaman langsung dalam dunia kerja, khususnya dalam pemasaran produk melalui media sosial. Pengalaman ini tidak hanya mengasah kemampuan profesional, tetapi juga memperluas jaringan dengan berkolaborasi dalam tim menuju tujuan bersama.

Bekerja di divisi konten menawarkan pengalaman berharga dalam menciptakan, mengedit, dan mendistribusikan konten seperti tulisan, gambar, dan video. Proses ini mencakup analisis kinerja konten, identifikasi tren, serta pengukuran dampak konten terhadap tujuan bisnis. Penggunaan alat analisis untuk melaporkan hasil kepada manajemen memungkinkan pemantauan efektivitas strategi yang diterapkan.

Program ini juga menekankan pentingnya tanggung jawab, disiplin, dan sikap profesional dalam menyelesaikan tugas tepat waktu. Ini membantu membentuk karakter yang siap menghadapi tantangan dunia kerja.

Salah satu fokus utama adalah pemasaran produk melalui Instagram, dengan menciptakan konten visual yang menarik dan memahami strategi optimasi media sosial untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Gambar-gambar seperti feed dan stories Instagram yang diproduksi, menampilkan desain kreatif dengan elemen visual seperti tata letak, warna, dan teks promosi, serta interaksi pengguna seperti likes, komentar, atau shares sebagai indikator keberhasilan.

Melalui pemasaran di Instagram, program ini menunjukkan bagaimana kreativitas dan strategi pemasaran digital bekerja bersama untuk memperkuat daya tarik dan jangkauan merek, sekaligus meningkatkan visibilitas dan dampak positif terhadap tujuan bisnis.

DAFTAR RUJUKAN

Cross, N. (2001). Designerly Ways of Knowing: Design Discipline Versus Design Science. *Design Studies*, 17(3), 49–55.

Hananto, B. A. (2019, February). Identitas Visual Digital Brand Dalam Sosial Media: Sebuah Evaluasi Konsistensi Image dan Type Karya Mahasiswa dalam Mendesain Feed Instagram. In *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi)* (Vol. 2, pp. 56-61).

Jiwantono, J., Natadjaja, L., & SALAMOON, D. K. (2021). Perancangan Desain Konten Sosial Media tentang Sepak Bola melalui Instagram dengan berbasis Microblog. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(18), 10.