

STRATEGI MARKETING INSTAGRAM DI KALA *SOCIAL DISTANCING*

Saat ini masyarakat lebih dekat dan familiar dengan keberadaan media sosial sebagai pelengkap sarana berinteraksi dan memperoleh informasi ketimbang media lainnya di internet. Terlebih, masyarakat sedang melakukan *social distancing* dan melakukan karantina mereka sendiri di rumah masing-masing. Kini saatnya bagi para pemilik bisnis untuk mulai melakukan strategi *marketing secara digital* saat masyarakat melakukan *social distancing*. Salah satunya melalui Instagram, Instagram yang muncul sebagai *platform* visualisasi dan informasi dan menjadi salah satu media sosial yang paling banyak diminati.

Dengan adanya kecenderungan ini, mau tidak mau, Instagram ikut menciptakan tren dan peluang bagi perusahaan untuk ikut melakukan strategi pemasaran di dalamnya. Namun, walaupun Instagram sudah menjadi salah satu tempat pemasaran yang efektif dan memiliki banyak *audience*, bukan berarti Anda akan memperoleh pembelian dengan mudah. Anda tetap butuh strategi *marketing* yang tepat, agar iklan atau promosi yang Anda lakukan menjadi tepat sasaran dan mendatangkan pembelian.

1. Gunakan *Hashtags* yang Tepat

Meskipun Instagram adalah media sosial yang mengutamakan visual, ada elemen non-visual yang perlu Anda tambahkan ke *brand* Instagram Anda, seperti misalnya gaya *caption*. Salah satu teknik *caption* yang populer adalah pemberian *hashtags*. Pemberian *hashtags* ini tidak hanya terbatas pada penggunaan nama perusahaan namun juga bisa membuat *hashtag* yang merepresentasikan merek maupun tren yang berkaitan dengan produk tersebut.

Hal tersebut dapat mendorong pengikut untuk berbagi foto yang sesuai dengan *hashtag*. Misalnya Anda menjual produk tas. Maka Anda dapat menggunakan *hashtags* seperti #TasOnlineMurah #Tasmurahberkualitas #Tasbranded dan sebagainya sesuai dengan target pasar yang Anda inginkan.

2. Berikan Promosi Khusus untuk Menarik Minat

Tidak ada cara terbaik dalam berpromosi selain dengan memberikan penawaran yang menarik untuk *followers* Instagram. Ingatlah, *followers* merupakan calon *customer*. Untuk itu, Anda perlu memberikan penawaran-penawaran yang membuat *followers* Instagram Anda merasa tertarik.

Misalnya, dengan memberikan promosi khusus berupa potongan harga atau bahkan gratis untuk produk tertentu setelah memilih produk utama. Jangan lupa untuk meminta *customer* Anda berbagi foto produk bisnis Anda menggunakan *hashtag* untuk memenuhi persyaratan setiap promosi tersebut sehingga secara tidak langsung telah menghasilkan pemasaran gratis untuk bisnis Anda.

3. Perhatikan *Caption*

Instagram mungkin berisi konten visual yang memikat, namun jangan mengabaikan *caption* yang menyertai setiap foto. *Caption* memberikan peluang besar bagi bisnis Anda untuk menceritakan sebuah kisah. Keterangan Instagram memungkinkan Anda untuk memperluas informasi, dan memperjelas keterangan dari gambar yang Anda tampilkan.

4. Gunakan Visual yang Konsisten

Sebuah penelitian dari WebDam mengenai visual di media sosial menemukan bahwa 60% dari brand terkenal di Instagram menggunakan filter atau tema yang sama pada setiap *post*.

Dengan menggunakan filter yang sama di semua foto, akun Instagram bisnis Anda akan memiliki sebuah *style* yang mudah dikenali oleh follower Anda. Semakin foto Anda mudah dikenali, semakin besar kemungkinan *followers* Anda akan memberikan *like* dan meninggalkan komentar di foto tersebut.

5. Sertakan Profil Instagram Anda di Jejaring Sosial Lain

Berbeda dengan beberapa media sosial lain, pencarian profil dalam Instagram tidak begitu baik. Oleh sebab itu, jika akun Anda kurang dikenal dan populer, maka tidak akan mudah untuk mendapatkan *followers* baru. Hal ini menyebabkan sebuah akun Instagram terkadang hanya memiliki sangat sedikit proses interaksi dengan pengguna lainnya.

Untuk mengatasi kelemahan ini, hubungkan profil Anda secara otomatis ke media sosial lainnya semacam Facebook, Twitter, dan Google Plus. Dengan begitu, pengikut Anda di situs tersebut dapat dengan mudah menemukan profil Instagram Anda.

6. Perhatikan Waktu *Posting*

Salah satu hal yang harus dilakukan berkaitan dengan waktu *posting* adalah memiliki konsistensi atau rutinitas tanpa mengganggu *followers* dengan *update* yang berlebihan. Salah satu cara yang bisa Anda lakukan untuk memilih jadwal adalah dengan melakukan test di waktu yang berbeda dan melihat hasilnya.

Posting-an yang memiliki *engagement* (atau keterlibatan pelanggan – biasa dalam rupa *likes* dan komentar) paling tinggi adalah postingan pada waktu yang tepat untuk dijadikan patokan. Setelah Anda melihat mana waktu yang paling tepat, masukkan waktu tersebut di *content calendar* atau kalender editorial untuk menjadwalkan waktu posting Instagram Anda.