

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BERBASIS METODE SOSTAC (Analisis Akun Sosial Media Instagram @koppilojik)

ZAINUDIN

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

zainudin@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Pemasaran atau marketing menjadi hal penting bagi sebuah perusahaan. Untuk menarik pelanggan agar tertarik dengan produk yang dijual, diperlukan kreatifitas yang cukup tinggi. Pendekatan yang menarik akan membuat pelanggan merasa nyaman dengan pelaku usaha, sehingga muncul ketertarikan untuk membeli produk. Seiring perkembangan zaman, perkembangan teknologi juga melaju dengan pesat. Munculnya internet menjadi peluang besar untuk pelaku usaha dalam pemasaran. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba menganalisa bagaimana Kedai Kopi Lojik yang bertempat di Jakarta Selatan mengelola pemasarannya melalui sosial media Instagram, menggunakan metode SOSTAC. Tujuan penelitian yaitu Untuk mengetahui penggunaan Strategi Komunikasi Pemasaran E-Marketing Kopilojik dengan menggunakan media sosial Instagram dan yang kedua Untuk mengetahui Penerapan komunikasi pemasaran strategi SOSTAC pada akun Instagram @kopilojik selain itu. Hasil penelitian ini Penggunaan sosial media Instagram sebagai media dalam peningkatan strategi e-marketing Kopi Lojik cukup maksimal. Fitur Instagram seperti feeds, Instagram story, dan reels digunakan secara maksimal dengan unggahan yang cukup rutin dan konsisten dan untuk penerapan dari metode SOSTAC masih belum maksimal diterapkan, karena penggunaan media sosial kopilojik hanya berfokus pada satu platform yaitu Instagram, sedangkan yang menjadi rujukan di metode SOSTAC ini adalah pemanfaatan beberapa media lainnya yang diharapkan menjadi kombinasi yang kompleks berdasarkan *element-element* yang ada pada SOSTAC yang diharapkan hasil yang maksimal. Adapun penerapan metode SOSTAC oleh Kopi Lojik adalah Kopi Lojik menggunakan konsep minimalis yang digemari kalangan muda (*situation*), Kopi Lojik menerapkan metode 5S “*Sell, Serve, Speak, Save, dan Sizzle*” (*Objective*), memaksimalkan penggunaan sosial media Instagram (*Strategy*), menggunakan metode 7P “*Product, Price, Promotion, People, Process, dan Partnership*” (*Tactic*), menyiapkan manajemen resiko (*Action*), dan berlandaskan SOP dalam setiap kegiatan (*Control*).

Kata kunci: Digital Marketing, Model Sostac, Media Sosial, Kedai Kopi, Instagram

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BERBASIS METODE SOSTAC (Analisis Akun Sosial Media Instagram @kopi_lojik)

ZAINUDIN

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

zainudin@upnvj.ac.id

ABSTRACT

Marketing is an important thing for a company. To attract customers to be interested in the products being sold, a high level of creativity is required. An interesting approach will make customers feel comfortable with business actors, so that they will be interested in buying the product. As time goes by, technological developments are also advancing rapidly. The emergence of the internet has become a big opportunity for business people in marketing. In this research, researchers try to analyze how Kedai Kopi Lojik, located in South Jakarta, manages its marketing through social media Instagram. using the sostac method. The aim of the research is to find out the use of the Kopilojik E-Marketing Communication Strategy using Instagram social media and secondly to find out the application of the SOSTAC marketing communication strategy on the @kopilojik Instagram account besides that. The results of this research are that the use of Instagram social media as a medium for improving Kopi Lojik's e-marketing strategy is quite optimal. Instagram features such as feeds, Instagram stories, and reels are used optimally with fairly regular and consistent uploads and the implementation of the SOSTAC method is still not implemented optimally, because the use of Kopiplojik social media only focuses on one platform, namely Instagram, while that is the reference in the method. Sostac is the use of several other media which is expected to be a complex combination based on the elements contained in Sostac which is expected to produce maximum results. The application of the SOSTAC method by Kopi Lojik is that Kopi Lojik uses a minimalist concept which is popular with young people (situation), Kopi Lojik applies the 5S method "Sell, Serve, Speak, Save and Sizzle" (Objective), maximizes the use of Instagram social media (Strategy) , using the 7P method "Product, Price, Promotion, People, Process, and Partnership" (Tactic), preparing risk management (Action), and based on SOPs in every activity (Control).

Keywords: *Digital Marketing, Sostac Model, Social Media, Cofee Shop, Instagram*