

OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING MIE GACOAN MELALUI KONTEN KREATIF COPYWRITING PADA AKUN INSTAGRAM @mie.gacoan

Julyanto Ekantoro¹, Fitria Widiyani Roosinda², Fikriyah Afi Nabilah³
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bhayangkara Surabaya¹²³
Email : fikriyahafi2006@gmail.com³

Abstract

Copywriting is an important part of marketing through digital marketing. So, gacoan noodles also apply creative content in their marketing through copywriting. In creating creative content on his Instagram account, creativity is needed. This study aims to examine how to optimize digital marketing of mie gacoan through creative copywriting content on the @mie.gacoan account.

This study used qualitative descriptive research methods and interview techniques with the Maintenance & Repair Manager who is also the Operational Incharge Handle at the Wiyung Surabaya branch of mie gacoan, as well as making observations on the @mie.gacoan account related to optimizing the digital marketing of mie gacoan through creative copywriting content on the @mie.gacoan account.

The results show that the optimization of digital marketing of creative copywriting content to increase consumer buying interest has run optimally, because consumers feel more aware about the products and brands of gacoan noodles. And when the copywriting content related to the change of menu name and the issuance of a statement that gacoan noodles have obtained halal certification from MUI, making sales turnover and customers of gacoan noodles increase.

Keywords : *Digital Marketing, Instagram, Copywriting*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, teknologi telah mengalami perkembangan yang sangat besar atau cepat. Teknologi di era ini juga memiliki peran yang sangat penting yang dijalankan oleh perusahaan ataupun instansi dalam rangka untuk memasarkan suatu jasa, produk, maupun merk melalui pemanfaatan digital teknologi yang ada saat ini. Banyak teknologi informasi digital di era ini seperti media elektronik, maupun media yang berbasis internet. *Digital Marketing* ini juga menjadi kewajiban untuk sebuah pelaku usaha di zaman sekarang. Karena kemampuan baru konsumen zaman sekarang yaitu mengikuti arus digitalisasi.

Kemajuan teknologi informasi banyak mempengaruhi berbagai kegiatan, seperti pada bidang usaha *food & baverage*. Sehingga

sebuah bisnis atau usaha menjadi lebih mudah, efektif dan efisien dalam mempromosikan produknya. Di era globalisasi yang berpengaruh pada kemajuan teknologi, juga mempengaruhi terhadap kegiatan promosi pada suatu produk, salah satunya melalui online atau secara *digital marketing*.

Digital marketing sendiri memiliki beberapa fungsi diantaranya, untuk memasarkan sebuah produk, menciptakan layanan yang baik untuk konsumen, membentuk mekanisme untuk menghasilkan permintaan dari konsumen atau calon konsumen untuk perusahaan, membuat konsumen percaya dan juga memutuskan untuk tindakan pembelian, serta terdapat fungsi lain periklanan secara digital. Di era globalisasi seperti saat ini, pemasaran melalui digital sangatlah penting, apalagi melalui sosial media

mampu memberikan beberapa keuntungan dalam citra perusahaan. (Adella, 2021)

Dalam hal penggunaan internet menunjukkan bahwa pertumbuhan digital seperti pemasaran media sosial melalui platform media digital seperti Instagram dapat menciptakan keunggulan kompetitif dalam dunia bisnis dan perusahaan.

Salah satu *platform* media sosial yang paling populer di seluruh dunia dan tentunya memiliki banyak pengguna saat ini yakni Instagram. Yang mana kita mampu mengetahui segala informasi yang sedang tren saat ini. Selain itu, pengguna instagram juga dapat melakukan pengambilan foto atau video yang terdapat pada aplikasi tersebut. Tidak hanya untuk pengambilan foto, melainkan Instagram juga memiliki berbagai fitur menarik didalamnya, kita dapat menambahkan foto atau video ke dalam *feed*, *story* bahkan *reels*. Sehingga mampu menjangkau audiens untuk melihat profile kita di Instagram tersebut. Didalam instagram juga tidak terdapat adanya batas dan privasi, maka apapun yang kita bagikan dan orang lain bagikan dapat kita lihat secara leluasa. (Lestariolita, 2022)

Di era saat ini, banyak pebisnis serta pengguna media sosial Instagram mulai dari anak remaja hingga orang dewasa. Dengan kemajuan teknologi yang ada saat ini, instagram menjadi salah satu platform yang memiliki nilai plus bagi masyarakat dalam memasarkan sebuah produk mereka. Dengan dibantu oleh model, artis, dan *influencer* yang ada dan juga disertai dengan konten yang menarik, teknik pemasaran ini mampu menunjang peningkatan penjualan sebuah produk atau jasa. Dapat dinilai pemasaran melalui sosial media Instagram salah satu cara yang sangat efektif, karena semua masyarakat bahkan seluruh Indonesia bahkan dunia mampu melihat atau membeli produk yang telah kita pasarkan.

Banyak dijumpai berbagai media yang ikut serta dalam *Copywriting* seperti, bentuk sebuah tulisan, melalui visual gambar serta dalam bentuk video. Komunikasi pemasaran

biasanya digunakan sebagai perantara seni *Copywriting*. *Copywriting* sangat erat kaitannya dengan promosi, karena sebagian dari *branding* serta memiliki pesan yang disampaikan melalui *Copywriting* merupakan suatu jembatan dari sebuah produk atau *brand* menuju konsumen supaya produk yang dijual mampu menampilkan karakter yang berbeda dibandingkan dengan kompetitornya.

Copywriting juga diperlukannya kreatifitas yang tinggi, karena terdapat beberapa hal yang penting dalam penerapan *Copywriting*. Seperti adanya pengaturan dan juga penempatan komposisi yang digunakan seperti huruf, garis, gambar. Gunanya untuk mempermudah penyampaiannya dalam sebuah proses penerapan *Copywriting* secara baik dan benar. Serta dapat melakukan pendekatan yang dihasilkan dengan cara kerja keras melalui perencanaan dan kerjasama dengan klien, staf legal, *account executive*, peneliti, dan juga direktur seni. (Intan et al., 2019)

Dalam penerapan *copywriting* dalam pemasaran melalui *digital marketing*. Mie gacoan juga menerapkan konten kreatif dalam pemasarannya melalui *copywriting*. Dalam pembuatan konten kreatif yaitu diperlukannya sebuah kreativitas. Dimana hal tersebut merupakan kunci utama dalam pembuatan konten, ketika satu konten kreatif yang disukai serta telah menarik perhatian banyak orang. Konten yang kreatif biasanya akan lebih banyak mendapatkan respon positif dari audiens. Maka dari itu mie gacoan juga menerapkan konten kreatif melalui *copywriting* dalam sebuah pemasarannya melalui instagram. (Wahyudi, 2022)

Konten kreatif menjadi peran yang tak kalah penting bagi sebuah perusahaan, terlebih lagi untuk mempromosikan suatu produk atau jasa yang terdapat

didalamnya. Konten kreatif dibidang penting karena dengan adanya konten kreatif mampu menjadi indikator topik yang tinggi disebut website. Konten kreatif juga banyak ditemui melalui platform sosial media seperti Instagram. Dengan menggunakan konten kreatif beberapa orang dapat menghasilkan pendapatan yang begitu besar, begitu juga mie gacoan menerapkan konten kreatif melalui *copywriting* perusahaan terutama mie gacoan.

Iklan berbentuk *Copywriting* merupakan salah satu bentuk promosi yang sangat praktis, ekonomis serta menjanjikan ekspektasi yang tinggi untuk membentuk *benchmarking* produk kuliner di mata konsumen. Konten berupa testimoni diperlukan supaya meningkatkan kepercayaan calon konsumen. Dan juga diperlukan untuk meningkatkan kepercayaan calon konsumen. (Madyowati et al., 2023)

Dengan cara mengidentifikasi apa yang diinginkan dan juga dibutuhkan para konsumen, sebuah perusahaan menyusun suatu konten promosi yang menarik, inovatif dan juga kreatif dengan berfokus pada minat para konsumen. Dalam kaitan ini, *copywriting* dapat memberikan nilai atau makna yang lebih mendalam pada media komunikasi visual suatu brand, dan juga menciptakan relevansi terhadap audiens, sehingga menimbulkan dampak positif terhadap identitas brand itu sendiri.

Penerapan *copywriting* juga dilakukan di bidang usaha makanan Mie Gacoan. Mie Gacoan menerapkan *digital marketing* didalamnya karena dampak dari penerapan pentingnya penerapan *digital marketing* sangat menguntungkan bagi Mie Gacoan, dimana didalam penerapan *digital marketing* terselip juga penerapan *copywriting*. Dalam hal ini, mie gacoan sangat mempertahankan penerapan *copywriting* ini. Karena dengan adanya penerapan *copywriting*, banyak keuntungan yang diperoleh seperti, meningkatnya pembelian, meningkatnya

konsumen di setiap daerah baik *online* maupun *offline*.

Pemilihan teknik *copywriting* yang dilakukan oleh pihak Mie Gacoan adalah pilihan yang tepat. Bisa dikatakan tepat karena, terdapat banyak sekali kelebihan dan juga *feedback* yang telah didapat oleh pihak Mie Gacoan di penjuru dunia. Saat ini banyak bisnis makanan yang memiliki berbagai konsep menarik. Namun, gacoan memilih konsep penerapan *copywriting* untuk pemasarannya kepada konsumen melalui sosial media instagramnya. Dimana Mie Gacoan memberikan suatu informasi ataupun berbagai hiburan yang diposting melalui instagramnya, namun menggunakan teknik *copywriting* yang menarik dan memikat rasa ingin tahu konsumen ketika melihat postingan tersebut. Maka dari itu mie gacoan menggunakan teknik *copywriting* dalam *digital marketing*nya karena untuk menjangkau para konsumen untuk membeli produk mie gacoan.

Penelitian ini dilakukan karena terdapat fenomena dan aktivitas yang menarik untuk diteliti. Penerapan *Copywriting* terhadap *digital marketing* Mie Gacoan cabang Wiyung melalui akun Instagram @mie.gacoan dalam meningkatkan serta mempertahankan minat beli konsumen. *Digital marketing* yang dilakukan oleh Humas mie gacoan melalui Instagram bertujuan untuk membranding mie gacoan melalui konten-konten positif, inspiratif, dan informatif dengan cara menerapkan teknik *copywriting* dengan tepat.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana Optimalisasi *Digital Marketing* Mie Gacoan Melalui Konten Kreatif *Copywriting* Pada Akun @mie.gacoan
2. Kendala Apa Saja Yang Terdapat Pada Optimalisasi *Digital Marketing*

Mie Gacoan Melalui Konten Kreatif
Copywriting Pada Akun @mie.gacoan

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengkaji Bagaimana Optimalisasi *Digital Marketing* Mie Gacoan Melalui Konten Kreatif *Copywriting* Pada Akun @mie.gacoan
2. Serta untuk mengkaji Kendala Apa Saja Yang Terdapat Pada Optimalisasi *Digital Marketing* Mie Gacoan Melalui Konten Kreatif *Copywriting* Pada Akun @mie.gacoan

Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan bagi peneliti guna mengetahui :

1. Tentang bagaimana Optimalisasi *Digital Marketing* Mie Gacoan Melalui Konten Kreatif *Copywriting* Pada Akun @mie.gacoan
3. Serta tentang beberapa kendala yang terdapat pada Optimalisasi *Digital Marketing* Mie Gacoan Melalui Konten Kreatif *Copywriting* Pada Akun @mie.gacoan
4. Untuk mengetahui konten kreatif seperti apa yang diminati oleh audines dan juga yang diterapkan oleh pihak Mie Gacoan.

Adapun manfaat yang terdapat dalam penelitian ini yakni :

1. Manfaat Teoritis

Untuk memberikan sebuah pengetahuan baru dan juga pemikiran yang bermanfaat dibidang keilmuan, khususnya ilmu komunikasi mengenai penerapan *copywriting* terhadap *digital marketing* melalui media sosial Instagram.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai nilai yang bermanfaat untuk sebuah organisasi atau instansi dalam penerapan konten kreatif melalui *copywriting* terhadap *digital marketing* melalui media sosial Instagram dengan memposting dan menampilkan informasi atau konten informatif, guna

menjangkau konsumen yang lebih luas dan membangun relasi yang lebih luas.

KAJIAN LITERATUR

Optimalisasi

Optimalisasi merupakan berasal dari kata dasar optimal yang berarti terbaik, tertinggi, paling menguntungkan, menjadikan paling baik, menjadikan paling tinggi, pengoptimalan proses, cara, perbuatan mengoptimalkan (menjadikan paling baik, paling tinggi, dan sebagainya) sehingga dapat disimpulkan bahwa optimalisasi merupakan suatu proses dimana dalam melaksanakan suatu tugas atau program yang telah direncanakan dengan strategis dapat mencapai target, sehingga mampu meningkatkan kinerja secara optimal. (Lestariolita, 2022)

Konten Kreatif

Konten kreatif merupakan suatu bentuk yang disajikan berupa informasi yang didalamnya dapat berupa hiburan, berita ataupun informasi yang lainnya, dan disajikan secara orisinal melalui media baru. Konten kreatif biasa berisi berupa foto dan video yang nanti akan digunakan untuk postingan di media sosial. Tidak sedikit audiens yang sangat menikmati hasil dari video atau foto dari konten kreatif. Maka dari itu, peran foto dan juga video sangat penting sebagai konten dari media sosial pembisnis saat ini, karena hal itu dapat menciptakan kesadaran calon konsumen. Pengembangan kreativitas melalui pembentukan konten merupakan corong komunikasi pemasaran kreatif melalui terhadap audiens. (Intan et al., 2019)

Copywriting

Copywriting adalah ujung tombak dalam sebuah pemasaran, yang mana memiliki peran yang sangat vital. *Copywriting* sendiri memiliki tugas yaitu menjadi penghubung atau jembatan antara penjual atau pengiklan dengan pembeli

melalui media tulisan, audio, gambar, video, atau jenis konten yang lainnya.

Copywriting juga merupakan kemampuan kreatif *advertising* dalam mengolah kata serta melahirkan naskah periklanan dan juga mampu menggabungkan kerja intelektual dan seni untuk memenuhi pesan penjualan. *Copywriting* juga merupakan tulisan dengan aneka gaya dan pendekatan yang dihasilkan melalui strategi, perencanaan dan kerjasama antara klien. (Putri & Maharani, 2020)

Ketika melakukan pembuatan *copywriting* pasti akan terjadi permasalahan menentukan konsep, huruf, garis guna untuk menciptakan hasil yang memiliki karakteristik. Dan jika ingin melakukan strategi *digital marketing* dalam berbisnis pastikan telah memahami *copywriting* dengan baik dan benar.

Digital Marketing

Digital Marketing adalah strategi pemasaran produk atau jasa yang menggunakan media digital. *Digital Marketing* memanfaatkan media seperti internet, media sosial dan smartphone untuk pemasaran. *Digital Marketing* ini ialah kegiatan pemasaran atau promosi sebuah merek atau produk menggunakan media digital atau internet dengan tujuan untuk menarik konsumen atau calon konsumen secara cepat dan efisien.

Dapat diartikan bahwa *digital marketing* telah menggunakan perkembangan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak digembar-gemborkan secara langsung akan tetapi memiliki efek yang sangat berpengaruh. Seperti, memberikan berbagai macam keuntungan dalam membangun citra sebuah perusahaan. Salah satunya yaitu, dengan membuat hasil lebih terukur dan terstruktur. Tidak hanya itu, perkembangan teknologi saat ini membuat media sosial menjadi lebih mudah digunakan untuk berbisnis. (Irma, 2021)

Instagram

Instagram merupakan salah satu platform yang paling eksis di era saat ini. Karena sistem kinerja dari sosial media

instagram tersebut saat ini sangat amat banyak diminati oleh seluruh kalangan. Mulai dari anak remaja hingga orang dewasa, tentunya tidak hanya untuk hiburan semata. Namun, instagram juga telah menciptakan banyak fitur didalamnya, seperti foto, video, berbagai filter menarik dan unik yang terdapat didalamnya, terdapat toko online untuk berbelanja para penggunanya. Hal tersebut diciptakan gunanya untuk memudahkan para pengguna supaya mudah dalam berinteraksi dengan orang lain dimanapun dan kapanpun.

Instagram tidak hanya digunakan untuk ajang berfoto ataupun update tentang lelucon saja, namun seluruh pengguna dapat mengupdate segala informasi, serta produk dan jasa yang mereka jual atau promosikan. Saat ini, instagram sendiri menjadi salah satu platform sosial media yang sering digunakan bahkan menjadi nomor satu sebagai platform digital yang paling laris dikalangan.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode pendekatan secara kualitatif. Dimana dapat dijelaskan bahwa pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang lebih menekankan kepada proses dalam suatu tindakan yang dilihat secara menyeluruh. Penelitian ini dilakukan dengan teknik pengumpulan data dan juga melalui wawancara, yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi serta fakta secara terperinci dan juga peneliti mampu memahami secara mendalam, terintegratif dan komperhensif. Pengumpulan data sendiri dari akun instagram dari @mie.gacoan, serta melakukan wawancara yang dilakukan kepada pihak Humas dari Mie Gacoan Cabang Wiyung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut analisis serta penjabaran terhadap masing-masing pertanyaan yang

telah dijawab oleh informan mengenai Optimalisasi *Digital Marketing* Mie Gacoan Melalui Konten Kreatif *Copywriting* Pada Akun @mie.gacoan.

A. Optimalisasi *Digital Marketing* Mie Gacoan Melalui Konten Kreatif *Copywriting* pada Akun @mie.gacoan

Menurut Jefkins (1996), *copywriting* adalah penulisan naskah iklan atau bentuk promosi sebuah produk (barang atau jasa). Dengan kata lain, *copywriting* adalah aktivitas membuat dan menghasilkan tulisan (teks atau naskah) untuk kepentingan iklan. Didalam upaya optimalisasi *digital marketing* mie gacoan melalui konten kreatif *copywriting* pada akun @mie.gacoan dengan memanfaatkan platform media sosial Instagram. Ada beberapa konten kreatif yang diciptakan oleh pihak mie gacoan melalui *copywriting* yang terbilang menarik perhatian seluruh konsumen. Dapat dilihat beberapa jenis *copywriting* yang diterapkan oleh pihak mie gacoan pada akun @mie.gacoan.

1. Social media Copywriting

Pada penulisan *copywriting* jenis ini bertujuan untuk meningkatkan suatu interaksi user terhadap sebuah konten yang diposting di platform sosial media seperti *like*, *dislike*, *share* (*engagement content*) serta menambah follower. Dengan cara begitu trik yang digunakan pihak mie gacoan dalam akun @mie.gacoan telah memikat hati konsumen karena mereka memiliki rasa penasaran yang tinggi, sehingga mereka berkeinginan untuk order dan repeat order. Karena konsumen menyukai hal-hal yang berbasis informasi namun juga terselip hiburan yang menarik didalamnya.

2. Direct Response Copywriting

Pada jenis ini biasa berbentuk konten berupa tulisan yang mana bertujuan untuk mengarahkan orang untuk mengklik halaman di sebuah website tersebut (*action*). Dengan menerapkan

teknik *copywriting* berjenis *Direct Response Copywriting* ini dapat menggerakkan aksi untuk mengecek serta mengklaim diskon tersebut, dan juga promo tersebut mampu menarik perhatian konsumen yang melihatnya.

3. PR Copywriting

Pada teknik *copywriting* berjenis ini diharuskan adanya strategi pendekatan dengan para konsumen sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Jika secara online pihak mie gacoan menerapkan strategi pendekatan dengan konsumen melalui cara merepost tag dari instastory di instagram, membalas komentar-komentar konsumen yang ada di akun @mie.gacoan dan juga memposting ulang hasil karya konsumen yang menggambarkan ilustrasi menu mie gacoan di feednya. Dengan begitu, konsumen telah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak mie gacoan baik secara online maupun secara offline. Sehingga terciptalah kepuasan pelanggan, tidak cukup sampai disitu pihak mie gacoan terutama PR mie gacoan terus berusaha mempertahankan dan juga akan terus menerapkan hal tersebut kepada seluruh konsumen mie gacoan, dengan begitu citra mie gacoan akan terus menduduki citra positif.

4. Marketing Copywriting

Marketing Copywriting merupakan bentuk konten yang menyampaikan suatu informasi penjualan untuk meyakinkan konsumen berupa penjelasan fungsi serta manfaat produk. Mie gacoan membuat informasi yang begitu meyakinkan untuk disampaikan kepada para

konsumen agar para konsumen merasa yakin (*conviction*) dan tidak ragu ketika ingin membeli di akhir bulan mereka. Dalam teknik penulisan *copywriting* ini juga diperlukannya unsur-unsur yang membantu periklanan produk atau jasa, supaya mampu menarik perhatian pembaca untuk selanjutnya menjadi tindakan membeli. Ada beberapa unsur *copywriting* didalamnya yakni :

1. *Attention* (Perhatian)

Dalam unsur ini dalam diartikan sebagai menumbuhkan perhatian serta minat pembaca ketika mereka mulai membaca mengenai iklan yang telah dibuat. Yang mana mie gacoan memberikan kabar yang mengejutkan serta mengajukan pertanyaan kepada seluruh pelanggannya melalui postingan tersebut. Mie gacoan memberi kabar bahwa mie gacoan tetap buka di hari Raya Idul Fitri, dapat dilihat totalitas mie gacoan untuk menarik perhatian dan minat para pelanggannya untuk menghampiri serta membeli menu-menu mie gacoan.

2. *Interest* (Ketertarikan atau Menciptakan Minat)

Setelah menerapkan atau menumbuhkan perhatian kepada konsumen, selanjutnya yaitu menerapkan unsur *interest* (ketertarikan) sehingga konsumen ketika melanjutkan membaca iklan mereka mampu merasakan ketertarikan. Dengan cara memberikan diskon secara rutin kepada pelanggan membuat para pelanggan semakin tertarik dengan mie gacoan serta melakukan proses pembelian melalui platform

tersebut supaya mendapatkan diskon dari mie gacoan.

2. *Desire* (Hasrat akan kebutuhan)

Pada unsur ketiga ini yang dibutuhkan yaitu membuat para pembaca atau calon pelanggan merasa bahwa mereka benar-benar sangat menginginkan dan juga membutuhkan produk atau jasa yang dipasarkan oleh perusahaan. Maka dari itu, mie gacoan selalu mengingatkan kepada gacoanku untuk membeli menu-menu yang super enak dari mie gacoan dan pihak mie gacoan menjamin tidak akan menyesal jika kalian telah membeli semua menu.

3. *Conviction* (Keyakinan)

Pada unsur *copywriting* ini yaitu memberi penegasan serta meyakinkan calon konsumen bahwa yang telah di iklankan merupakan benar dan terbukti oleh fakta. Mie gacoan selalu menegaskan disetiap postingannya bahwa mie gacoan memiliki harga yang ramah dan juga murah dikantong. Mie gacoan memberi keyakinan bahwa harga dan citarasa mie gacoan tidak perlu diragukan untuk seluruh pelanggan atau calon pelanggan yang ingin merasakan nikmatnya menu-menu mie gacoan. Dari tindakan yang diterapkan pihak mie gacoan kepada pelanggan-pelanggannya membuktikan bahwa seluruh pelanggan yakin kepada mie gacoan sehingga mereka rela antri panjang untuk menikmati menu dari mie gacoan.

4. *Action* (Tindakan)

Dari beberapa unsur diatas yang telah diterapkan dalam proses periklanan *copywriting*, maka tahap terakhir yang krusial dan bagian dari eksekusi ini merupakan

mengajak calon konsumen atau sang pembaca untuk mengambil suatu tindakan cepat. Mie gacoan menggunakan teknik *copywriting* dengan menerapkan unsur *Action* (tindakan). Pada beberapa postingan yang menjelaskan bahwa mie gacoan mengadakan event lomba foto menu bukber mie gacoan, mie gacoan juga menegaskan bahwa pemenang dari Ramadhan Photo Contest tersebut akan diberi hadiah jutaan rupiah. Dengan cara diiming-iming hadiah jutaan rupiah para gacoanku berbondong-bondong ikut serta dalam event yang diadakan oleh pihak mie gacoan.

Membangun Persepsi Dalam Optimalisasi Digital Marketing Mie Gacoan Melalui Konten Kreatif Copywriting Melalui Akun Instagram @mie.gacoan

Mempertahankan sebuah reputasi serta eksistensi positif adalah harapan semua instansi namun mie gacoan juga telah mempertahankan dan juga meningkatkan upaya tersebut dengan cara selalu menciptakan konten *copywriting* yang menarik perhatian konsumen ketika membacanya. Dengan tujuan pelanggan memberikan *feedback* positif kepada mie gacoan, sehingga mie gacoan mampu meningkatkan kualitas produk maupun tingkat pelayanan yang lebih baik untuk seluruh konsumen. Dan jika kepuasan pelanggan meningkat, maka akan makin meningkat pula kadar loyalitas dari konsumen mie gacoan kepada produk maupun pelayanan yang dilakukan oleh seluruh pegawai di mie gacoan.

Sehingga, hal tersebut dapat terjadi melalui interaksi, reaksi, efek, ataupun pengalaman yang dirasakan pelanggan secara menyeluruh terhadap produk ataupun pelayanan yang telah mereka pilih. Pentingnya teknik penulisan *copywriting* yang jelas dan rapih agar pembaca tidak merasa kebingungan atau mencari-cari informasi lagi ketika membacanya. Sehingga konsumen merasa tertarik, dan juga membuat membuat pembaca

melakukan tindakan seperti selalu komen di kolom komentar di setiap postingan.

Percobaan Produk Mengenai Program Mie Gacoan

Strategi promosi pada suatu instansi atau perusahaan di era modern serta di era new normal seperti saat ini sangatlah diperlukan dan dilakukan, guna memberikan informasi terkait program-program yang telah diciptakan pada mie gacoan. Hal tersebut dilakukan, bertujuan untuk menarik minat calon konsumen dan juga mempertahankan konsumen yang selalu menjadi pelanggan setia mie gacoan. Dengan bekerja sama dengan beberapa platform tersebut konsumen juga diringankan dengan adanya promo lain seperti gratis ongkir serta adanya voucher 10% sampai dengan 50% di setiap platform tersebut ketika hendak membeli menu mie gacoan. Dari program-program tersebut mie gacoan memiliki tujuan tersendiri yakni supaya mie gacoan dapat menjalin ikatan dengan konsumen secara lebih erat serta memberi keyakinan (*conviction*). Dapat dilihat dari seluruh program dan konten yang telah dilahirkan didalam akun instagram @mie.gacoan tersebut sejauh ini menarik karena didalamnya telah menggunakan teknik *copywriting*. Dimana mereka akan membuat konten kreatif menggunakan *copywriting* semaksimal mungkin untuk meningkatkan minat beli konsumen serta menciptakan kepuasan pelanggan.

Meningkatkan Pelayanan pada Optimalisasi Konten Kreatif Copywriting pada Digital Marketing Melalui Akun @mie.gacoan

Pelayanan pada suatu instansi memang sangatlah penting untuk menunjang pada reputasi dan juga citra positif pada perusahaan, mie gacoan selama ini telah memberikan pelayanan yang terbaik untuk seluruh konsumennya baik secara online maupun secara offline.

Pelayanan yang diberikan oleh pihak mie gacoan juga semakin hari semakin meningkat dikarenakan seiring adanya program-program yang menarik di mie gacoan, sehingga semakin banyak pula konsumen yang berdatangan untuk mencoba service serta menu dari mie gacoan sendiri. Dengan menerapkan hal tersebut maka pihak mie gacoan telah mendapatkan *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan). Dengan melakukan pelayanan yang baik dan jelas melalui offline maupaun online, akan membuat konsumen merasa nyaman dan juga

senang, sehingga tidak sedikit juga pelanggan melakukan repeat order terhadap mie gacoan. Dengan begitu konsumen akan senantiasa tidak berpindah hati kepada produk lain selain mie gacoan. Karena konsumen percaya kepada pihak mie gacoan dari segi pelayanan baik secara online maupun offline, memberika informasi mengenai segala hal baru di mie gacoan melalui konten yang menarik perhatian.

Meningkatkan Distribusi dalam Optimalisasi Konten Kreatif Copywriting pada Digital Marketing Melalui Akun @mie.gacoan

Tim gacoan tidak hanya berfokus pada konten pada feed instagram mereka juga selalu memberikan penulisan menarik pada caption yang bersifat ajakan tanya jawab atau ajakan diskusi dengan para konsumen mereka juga selalu memberikan penulisan menarik pada caption yang bersifat ajakan tanya jawab atau ajakan diskusi dengan para konsumen di kolom komentar. Hal tersebut yang membuat konsumen berlomba-lomba ingin ikut serta menyuarakan pendapatnya melalui kolom komentar pada akun @mie.gacoan. Tidak hanya berada di feeds melainkan dipenulisan captionnya juga menerapkan kalimat ajakan untuk para konsumen berkomentar ataupun membeli produk mie gacoan melalui online apabila konsumen ingin mendapatkan cashback serta gratis ongkir, atau bisa juga melalui offline yaitu di outlet setiap daerah masing-masing. Tidak sedikit para *influencer* serta selebriti yang juga mereview mie gacoan pada platform sosial

media youtube, dengan mereview berbagai menu mie gacoan berupa tayangan video serta menunjukkan ekspresi mengenai rasa dari menu gacoan membuat rasa penasaran masyarakat yang lain muncul. Sehingga, hal tersebut mampu menarik minat calon konsumen untuk membeli produk dari mie gacoan di outlet terdekat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti serta analisis yang telah dilakukan peneliti terkait dengan *digital marketing* konten kreatif melalui *copywriting* pada akun @mie.gacoan dalam meningkatkan minat beli konsumen dapat ditarik kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Optimalisasi Digital Marketing Konten Kreatif melalui Copywriting pada akun @mie.gacoan”

1. Digital Marketing Mie Gacoan mengoptimalsisasikan sosial media Instagram @mie.gacoan sebagai platform untuk pemasarannya dengan menuangkan konten-konten kreatif pada halaman feeds nya. Konten tersebut berupa *copywriting* yang menerapkan teknik penulisan *copywriting* berjenis Sosial Media *Copywriting*, *PR Copywriting*, *Direct Response Copywriting*. Dan juga menerapkan beberapa unsur *copywriting* didalamnya seperti *attention*, *interest*, *desire*, *conviction*, *action*. Mie gacoan menerapkan teknik *copywriting* dengan jenis itu bertujuan untuk meningkatkan minat beli konsumen serta mengerahkan konsumen untuk melakukan tindakan membeli menu mie gacoan.
2. Bentuk dari konten-konten kreatif pada akun @mie.gacoan berupa berbagai macam hal seperti konten berupa foto serta video reels.
3. Pada konten foto yang terdapat dihalaman feednya mie gacoan

selalu diberi isi penulisan yang menggunakan teknik *copywriting*, yang dimana konten gambar tersebut memiliki design yang menarik, penulisan yang mengarahkan, dan pewarnaan pada design yang menarik perhatian. Tidak hanya pada konten foto teknik *copywriting* itu diterapkan, melainkan pada penulisan caption juga pihak mie gacoan selalu mengerahkan konsumen untuk melakukan suatu tindakan ketika membaca postingan atau caption tersebut. Pihak mie gacoan selalu dan menerapkan teknik tersebut untuk menarik serta mempertahankan minat calon konsumen.

4. Pihak mie gacoan menerapkan *digital marketing* dalam pemasarannya melalui konten *copywriting* yang bertujuan untuk membangun komunikasi antara pihak mie gacoan dengan konsumen baik secara online atau offline, lebih tepatnya untuk mengkomunikasikan atau berdiskusi mengenai menu-menu yang terdapat di gacoan melalui kolom komentar instagram @mie.gacoan, membangun kepercayaan konsumen serta menciptakan *customer engagement*.

SARAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan dengan mengamati penelitian yang telah dilakukan, peneliti mencoba mengajukan beberapa saran untuk dijadikan bahan masukan sebagai berikut :

1. Saran terhadap konten yang dibuat lebih bervariasi dan memiliki nilai jual untuk menarik minat konsumen, terutama pada penerapan *copywriting* di setiap konten atau postingan yang ada pada akun @mie.gacoan.
2. *Design* serta penulisan pada konten *copywriting* lebih kuat atau dorongan untuk meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk mie gacoan melalui postingan konten kreatif *copywriting* pada akun @mie.gacoan.

3. Lebih meningkatkan kualitas pelayanan sesuai SOP yang telah ditentukan management, serta membuat *copywriting* pada akun Instagram @mie.gacoan terkait pelayanan di setiap outlet yang akan menjadi sebuah evaluasi rutin pada Mie Gacoan melalui berbagai komentar konsumen pada akun Instagram @mie.gacoan.
4. Dibutuhkannya tim kreatif tersendiri agar lebih memudahkan dalam proses produksi konten di akun instagram @mie.gacoan, sehingga memudahkan dalam mengemas konten atau menuangkan ide-ide menarik dan juga bervariasi mengenai design dan juga konten *copywriting*, terlebih lagi objek menu yang ada di mie gacoan bisa dibilang hanya itu-itu saja. Jadi, tim sosial media *digital marketing* tidak perlu membingungkan perihal mengemas konten dan juga caption yang hanya itu-itu saja.
5. Saran untuk tim mie gacoan yang sering kali menjumpai beberapa kendala dalam proses produksi seperti produksi konten melalui *copywriting* pada akun @mie.gacoan. Yang dimana kendala tersebut terjadi pada timeline ketika dalam proses upload konten. Sebab instagram mie gacoan hanya satu dari seluruh cabang. Sehingga, pihak mie gacoan perlu memikirkan caption serta penulisan yang benar dan jelas, hal tersebut dilakukan sebab pihak mie gacoan meminimalisir terjadinya kesalahpahaman dari pihak eksternal ketika membaca atau melihat postingan pada akun @mie.gacoan. Karena akun @mie.gacoan sudah memiliki centang biru, sehingga informasi

yang ada di instagram wajib berisi informasi yang berbobot serta matang.

[pywriting pada aplikasi tiketcom sebagai online travel agent ota](#)

DAFTAR PUSTAKA

Adella, F. H. (2021). *Peran Digital Marketing an Sosial Media* [Universitas 17 Agustus 1945]. <http://repository.untag-sby.ac.id/9423/>

Lestariolita, V. E. (2022). Literature Review: Peran Sosial Media Terhadap Perkembangan Strategi Komunikasi Pemasaran Produk. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 412–416. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.415>

Madyowati, S. O., Ningtyas, R. W., Prihartono, E., Illahi, R. W., Pamudi, P., Trisbiantoro, D., & Aida, G. R. (2023). Penguatan Promosi Eco-Wisata Banyuurip Mangrove Melalui Pelatihan Pengisian Konten Kreatif. *Monsu'ani Tano: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 36–46. <https://doi.org/10.32529/tano.v6i1.2272>

Wahyudi, S. (2022). Copywriting untuk Marketing. In *Jingle untuk Promosi Produk Industri*. Surabaya: Brillian Internasional.

Intan, T., Revia, B., & Erwita, A. (2019). Peningkatan Daya Saing Produsen Minuman Herbal Melalui Pembuatan Konten Kreatif Media Sosial Berbasis Pemasaran E-marketing. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(2), 68–78. <https://doi.org/10.25139/jkp.v3i2.1982>

Putri, S. H., & Maharani, L. O. (2020). Implementasi Teknik Copywriting pada Aplikasi Tiket.com Sebagai Online Travel Agent (Ota). *Prosiding Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia*, 77–91. http://insearch.unibi.ac.id/jurnal/2020/1/23/292/detail/implementasi_teknik_co