

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Informan dan Deskripsi Situs Penelitian

1. Gambaran Umum Informan

Informan dalam penelitian ini sudah memasuki kriteria dalam *Purposive Sampling*, serta tidak keberatan jika namanya disebut atau dianalisis dalam penelitian ini, informan sebagai berikut.

Tabel 4.1
Gambaran Umum Informan

Nama Informan	Usia	Keterangan
Arya Putra Ardana	24 Tahun	Pemilik Studio

Sumber : Peneliti 2023

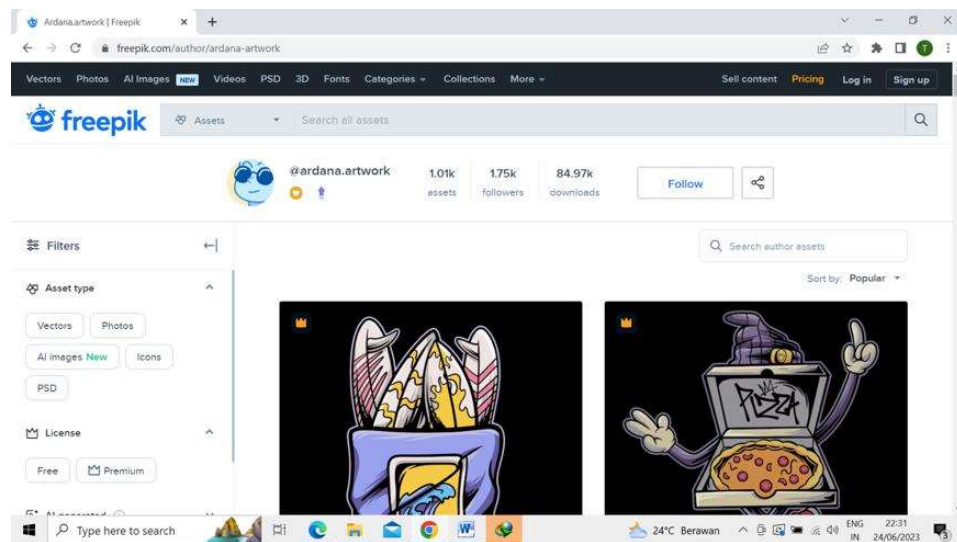
Penelitian ini dilakukan wawancara dengan pemilik studio, informan yang dianggap dekat dengan peneliti. Wawancara dengan informan membahas tentang *Segmenting, Targeting, Positioning* pada Ardana Studio agar dapat menentukan strategi pemasaran melalui Instagram dan TikTok.

2. Deskripsi Situs Penelitian

a. Sejarah Singkat Ardana Studio

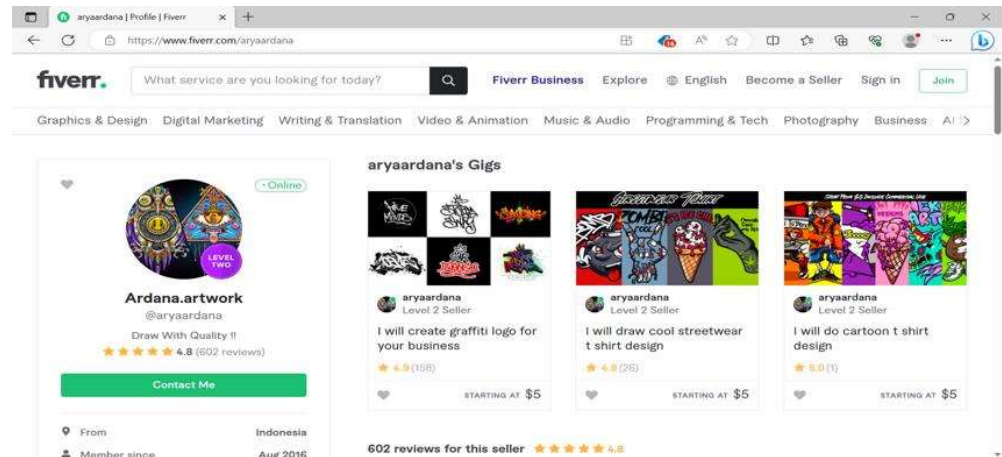
Ardana Studio didirikan oleh Arya Putra Ardana sejak tahun 2016 yang saat itu usianya masih 17 tahun atau masih duduk di bangku sekolah menengah atas. Beliau memutuskan untuk membuka studio karena hobi yang suka menggambar sejak kecil.

Ardana Studio yang berlokasi di Desa Tanjungkalang, Kecamatan Ngronggot, Kabupaten Nganjuk, merupakan studio yang menjual *asset* digital berupa *design* logo dan ilustrasi. Ardana Studio juga memberi peluang pekerjaan untuk orang-orang yang suka menggambar dan menyukai seni yang berfokus pada *design* grafis. Ardana Studio menggunakan 2 sistem penjualan, yang pertama *open commisions* dimana Ardana Studio melayani permintaan pembuatan logo dan ilustrasi yang diinginkan customer. yang kedua Ardana Studio menjual aset grafis nya dengan sistem penjualan menggunakan *lisensi* . Jadi selain menerima pesanan dari *customer* Ardana Studio juga menjual aset grafisnya langsung sehingga *buyer* memiliki opsi untuk memilih apa yang mereka butuhkan.



Gambar 4.1 Web lisensi

Sumber : Ardana Studio 2023 (Data di olah)



Gambar 4.2 Platform Penjualan *Design*

Sumber : Ardana Studio 2023 (Data di olah)

b. Letak Geografi Ardana Studio

Desa Tanjungkalang Merupakan Desa yang berada di wilayah Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk. Lokasi desa ini berada di selatan kantor Kecamatan Ngronggot dengan jarak sekitar 3,6 km. sedangkan letak dengan kabupaten berada di selatan kabupatem Nganjuk dengan jarak sekitar 20,1 km. Ardana Studio berada di timur tugu merah tanjungkalang dengan jarak 800m. Ardana Studio berada di Rukun Tetangga (RT) 01 dan Rukun Warga (RW) 10 Dusun Pojok, Desa Tanjungkalang Kecamatan Ngronggot.

B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

1. Tahapan Analisis Data

a. Reduksi Data

Penelitian ini dengan cara wawancara peneliti menggunakan sumber dari arsip dokumen berupa file. Hasil analisis data sebagai

berikut. Wawancara dilakukan dengan informan yang memberikan hasil informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada bulan Mei sampai Juni 2023 maka, wawancara ini dilakukan secara mendalam untuk mendapatkan hasil yang relevan sehingga wawancara ini dilakukan beberapa kali dengan metode triangulasi waktu, Validitas data yang berkaitan dengan perubahan dalam suatu proses dan perilaku manusia dari waktu ke waktu ditentukan oleh triangulasi waktu. Setelahh peneliti melakukan beberapa kali wawancara jawaban dari informan *segmenting, targeting, positioning* serta pemasaran tetap sama, diantaranya sebagai berikut.

1) STP (Segmenting Targeting Positioning)

a) Segmenting `

Pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana segmentasi pasar pada Ardana Studio sebagai upaya untuk menentukan strategi pemasaran pada social media Instagram dan TikTok. Peneliti menyajikan penjelasan dalam bentuk tabel sebagai berikut

1) Demografi

Segmentasi demografis merupakan pengelompokan berdasarkan karakteristik demografis

Tabel 4.2
Segmenting Demografi

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Berapa rentang usia pelanggan yang paling dominan?	Usia pelanggan Ardana Studio yang paling dominan yaitu antara 20 tahun sampai 30 tahun.
2	Apakah ada perbedaan dalam preferensi, kebutuhan, atau perilaku pembelian antara pelanggan pria dan wanita dalam perusahaan Anda?	Ada perbedaan pada pria dan wanita. Pria lebih cenderung menyukai <i>design</i> dengan warna yang kuat dan garis-garis tegas. Sementara itu, wanita lebih tertarik pada <i>design</i> feminin, dengan palet warna yang lebih lembut dan bentuk yang lebih lembut.
3	Bagaimana perusahaan Anda berkomunikasi dengan pelanggan pria dan wanita secara efektif dalam upaya pemasaran dan promosi?	Fokus pada kebutuhan individu pelanggan serta beradaptasi dengan perubahan tren dalam <i>design</i> grafis. menghormati keragaman dan memperlakukan pelanggan secara adil, tanpa membuat generalisasi yang terlalu sempit berdasarkan jenis kelamin
4	Apakah perusahaan Anda memiliki strategi pemasaran khusus yang ditargetkan untuk setiap jenis kelamin?	Iya, untuk strategi pemasaran pria efektif lebih menggunakan <i>design</i> dengan warna yang kuat serta gambar yang sedikit garang sedangkan, wanita lebih efektif menggunakan <i>design</i> yang feminin atau lucu dengan warna soft.

Sumber : Data Diolah 2023

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Usia pelanggan yang paling dominan di Ardana Studio adalah antara 20-30 tahun.
2. Terdapat perbedaan preferensi *design* antara pria dan wanita. Pria cenderung lebih suka *design* dengan warna yang kuat dan

garis-garis tegas, sedangkan wanita lebih tertarik pada *design* feminin dengan palet warna yang lebih lembut dan bentuk yang lebih lembut.

3. Dalam berkomunikasi dengan pelanggan pria atau wanita secara efektif, penting untuk fokus pada kebutuhan individu pelanggan dan beradaptasi dengan perubahan tren dalam *design* grafis.
4. Penting untuk menghormati keragaman dan memperlakukan pelanggan secara adil, tanpa membuat generalisasi yang terlalu sempit berdasarkan jenis kelamin.
5. Strategi pemasaran yang efektif untuk pelanggan pria lebih menggunakan *design* dengan warna yang kuat dan gambar yang sedikit garang, sedangkan strategi pemasaran untuk pelanggan wanita lebih efektif menggunakan *design* yang feminin atau lucu dengan warna yang lembut.

2) Geografis

Segmentasi geografis merupakan pengelompokan berdasarkan lokasi (wilayah, negara, kota)

Tabel 4.3
Segmenting Geografis

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah perusahaan anda fokus pada wilayah lokal, regional, nasional atau internasional?	Cenderung lebih fokus di pasar Internasional, karena pemasaran lebih luas serta harga yang ditawarkan lebih tinggi dibandingkan dengan pasar lokal
2	Apakah ada perbedaan preferensi, kebutuhan, atau perilaku pembelian antara pelanggan dari berbagai daerah?	Perbedaan ada karena setiap daerah memiliki ciri khas masing-masing serta setiap individu atau daerah memiliki selera dan kebutuhan <i>design</i> yang berbeda beda
3	Apakah ada perubahan tren pelanggan berdasarkan wilayah dalam perusahaan Anda selama beberapa tahun terakhir?	Perubahan tren tentu ada disetiap tahunnya perubahan tren pelanggan biasanya terjadi dari waktu ke waktu, termasuk berdasarkan wilayah dan beberapa faktor juga mempengaruhi perubahan tren pelanggan seperti perkembangan teknologi, pergeseran preferensi desain, tren budaya, serta perubahan kebutuhan pasar.
4	Apakah perusahaan Anda memiliki strategi pemasaran khusus yang ditargetkan untuk setiap wilayah?	Tidak memiliki strategi pemasaran yang khusus karena pemasaran pada Ardana Studio bersifat menyeluruh.

Sumber : Data Diolah 2023

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Ardana Studio lebih fokus pada pasar internasional karena melakukan pemasaran yang lebih luas dan menawarkan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan pasar lokal.
2. Terdapat perbedaan dalam preferensi *design* dari berbagai

daerah karena setiap daerah memiliki ciri khas dan setiap individu atau daerah memiliki selera dan kebutuhan *design* yang berbeda.

3. Perubahan tren pelanggan terjadi dari waktu ke waktu, termasuk berdasarkan wilayah. Beberapa faktor seperti perkembangan teknologi, pergeseran preferensi desain, tren budaya, dan perubahan kebutuhan pasar dapat mempengaruhi perubahan tren.
4. Ardana Studio tidak memiliki strategi pemasaran yang khusus di setiap wilayah.

b) *Targeting*

Pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana target pasar pada Ardana Studio sebagai upaya untuk menentukan strategi pemasaran pada social media Instagram dan TikTok. Peneliti menyajikan penjelasan dalam bentuk tabel sebagai berikut

Tabel 4.4 Targeting

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa kriteria yang anda gunakan dalam memilih segmen pasar yang akan menjadi target utama bisnis?	Memperhatikan beberapa hal seperti pelayanan yang ditawarkan, serta memastikan bahwa segmen pasar yang dipilih mempunyai kebutuhan dan permintaan layanan yang sudah disediakan. Selanjutnya, meninjau potensi pertumbuhan segmen pasar serta karakteristik unik. Memastikan bahwa segmen pasar yang dipilih dapat dijangkau. Memastikan bahwa segmen pasar yang dipilih dapat dijangkau.
2	Bagaimana anda memahami perilaku konsumen pada segmen pasar yang anda targetkan ?	Memahami perilaku konsumen dengan cara mengidentifikasi kebutuhan konsumen pada segmen pasar yang ditargetkan,
3	Bagaimana anda mengukur kesuksesan dalam menargetkan segmen pasar yang dipilih?	Dengan melihat peningkatan jumlah pengunjung pada salah satu platform penjualan <i>design</i> atau dengan melihat jumlah download pada web lisensi .

Sumber : Data Diolah 2023

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan sebagai berikut.

- a. Memperhatikan pelayanan yang ditawarkan dan memastikan bahwa segmen pasar yang dipilih memiliki kebutuhan dan permintaan yang dapat dipenuhi dengan layanan yang ada .
- b. Penting untuk meninjau potensi pertumbuhan segmen pasar dan karakteristik uniknya untuk memastikan keberlanjutan bisnis.
- c. Segmen pasar yang dipilih haruslah dapat dijangkau oleh perusahaan, baik dari segi geografis maupun demografis.
- d. Untuk memahami perilaku konsumen, perusahaan perlu mengidentifikasi dan memahami kebutuhan konsumen pada

segmen pasar yang ditargetkan.

- e. Kesuksesan dalam menargetkan segmen pasar yaitu dengan cara melihat peningkatan jumlah pengunjung pada salah satu *platform* dan tingkat penjualan penjualan serta dengan melihat peningkatan jumlah download pada web lisensi.

c) *Positioning*

Pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana posisi pasar pada Ardana Studio sebagai upaya untuk menentukan posisi pemasaran pada *social media* Instagram dan TikTok. Peneliti menyajikan penjelasan dalam bentuk tabel sebagai berikut

Tabel 4.5
Positioning

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana anda memposisikan produk atau layanan yang ditargetkan?	Membuat <i>design</i> yang kreatif dengan ciri khas Ardana Studio, mengenali kebutuhan dan request dari pelanggan serta fokus pada manfaat, memastikan pesan dan identitas Ardana Studio pada saluran komunikasi. Menyertakan <i>review</i> dari konsumen sebelumnya untuk menunjukkan kualitas serta kepuasannya, kebetulan sistem penjualan pertama yang <i>open commisions</i> dalam platform tersebut sudah disediakan <i>room</i> untuk menilai apakah konsumen puas dengan pelayanan dan hasil <i>design</i> -Nya, pada platform tersebut pemilik selalu memberikan <i>unlimited revision</i> kepada pelanggan hal tersebut merupakan salah satu yang membedakan Ardana Studi dengan pesaing
2	Apa pesan pemasaran pada <i>social media</i> utama yang anda sampaikan untuk membedakan produk atau layanan dari pesaing ?	Tidak ada pesan khusus yang disampaikan pada saat pemasaran karena jarang melakukan pemasaran pada <i>social media</i> . Di <i>social media</i> hanya memposting beberapa video hasil karya <i>design</i> .
3	Bagaimana membuat iklan pada <i>social media</i> agar tepat sasaran pada konsumen yang ditargetkan	Tidak pernah melakukan iklan pada <i>social media</i> . Tetapi, sering melakukan iklan di <i>platform design</i> pada saat momen tertentu karena pada platform tersebut tidak sembarang akun bias mendapatkan iklan.

Sumber : Data Diolah 2023

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan sebagai berikut.

- a. Ardana Studio memiliki ciri khas yang kreatif dalam mendesain, dan fokus pada manfaat yang dapat diberikan

kepada pelanggan.

- b. Identifikasi kebutuhan dan permintaan pelanggan serta memberikan perhatian yang tepat terhadapnya.
- c. Memastikan pesan dan identitas Ardana Studio terlihat jelas dan konsisten dalam saluran komunikasi yang digunakan.
- d. Menyertakan *review* dan *testimonial* dari pelanggan sebelumnya untuk menunjukkan kualitas dan kepuasan pelanggan.
- e. Menggunakan sistem penjualan dengan *open commissions* yang memungkinkan pelanggan memberikan penilaian terhadap layanan dan hasil desain.
- f. Membedakan diri dari pesaing dengan memberikan *unlimited revision* kepada pelanggan.
- g. Tidak melakukan pemasaran yang aktif pada social media , namun memposting video hasil karya *design* sebagai representasi produk dan layanan mereka.
- h. Lebih sering melakukan iklan di platform *design* pada momen-momen tertentu karena terbatasnya akun yang dapat mendapatkan iklan di *platform* tersebut.

2) Strategi Pemasaran Instagram dan TikTok

a) Strategi Pemasaran pada Instagram dan TikTok

Berikut strategi pemasaran meningkatkan penjualan sebagai berikut :



Gambar 4.3 Alur Strategi Pemasaran Digital

a. Membuat pilar konten

Pilar konten merupakan topik atau tema utama yang akan menjadi landasan strategi pemasaran konten. Berikut adalah beberapa pilar konten yang dapat digunakan pada Ardana Studio. Membuat contoh *design* grafis kreatif, inovatif, dan inspiratif untuk memberikan ide dan motivasi kepada konsumen. Memberikan informasi dan panduan tentang teknik-teknik *design* grafis, seperti pemilihan warna, tipografi, komposisi, serta penggunaan alat desain. Memberi informasi tren terkini dalam *design* grafis, termasuk gaya, motif, warna, serta elemen-elemen *design* yang sedang populer. Membahas isu-isu terkini dalam industri *design* grafis, seperti perkembangan teknologi, perubahan tren, atau tantangan dalam industri, untuk menghasilkan konten yang informatif dan relevan.

b. Membuat konten kalender

Konten kalender adalah rencana atau jadwal yang berisi

daftar konten yang akan dibuat dan diterbitkan selama periode waktu tertentu. Kalender konten membantu dalam merencanakan dan mengatur konten dalam strategi pemasaran untuk memastikan konsistensi dan relevansi dalam komunikasi dengan audiens. Konten kalender untuk strategi pemasaran pada Ardana Studio sebagai berikut:

1. Inspirasi *Design* Mingguan

Setiap minggu, Ardana Studio membagikan *design* inspiratif yang mencakup berbagai kategori seperti branding, ilustrasi, tipografi, dan lainnya.

2. *Showcase Klien* Terbaik

Ardana Studio memilih satu *klien* terbaik setiap bulan dan membagikan proyek *design* yang telah mereka kerjakan bersama.

3. Tren *Design* Grafis Terbaru

Setiap bulan, Ardana Studio menyampaikan informasi tentang tren terbaru dalam *design* grafis.

Memastikan untuk menetapkan jadwal yang konsisten, mempromosikan konten melalui saluran pemasaran media sosial Instagram dan TikTok, serta berinteraksi dengan *audiens* untuk meningkatkan keterlibatan dan mendapatkan umpan balik. Dengan membuat konten kalender memastikan bahwa Ardana Studio memberikan konten yang relevan, bermanfaat,

dan menarik kepada *audiens* dalam strategi pemasaran *design* grafis mereka.

c. Membuat konsep pembuatan konten

Konsep pembuatan konten merupakan pendekatan strategis yang digunakan dalam memproduksi konten yang relevan, menarik, dan efektif untuk strategi pemasaran dalam *design* grafis. Konsep ini mencakup pemilihan tema, penetapan tujuan, identifikasi *audiens* target, dan pemilihan format konten yang sesuai. Konsep pembuatan konten pada Ardana Studio sebagai berikut .

- 1) Membuat konten memperlihatkan Proyek *design* yang telah dilakukan Ardana Studio. Hal tersebut dapat berupa gambar atau video yang menampilkan *design-design* menarik.
- 2) Membahas tren terbaru dalam *design* grafis dan memberikan panduan tentang bagaimana mengikutinya. Konten semacam ini dapat berupa artikel tentang tren warna, gaya, atau motif yang sedang populer dalam industri desain.
- 3) Membuat konten yang memberikan pengetahuan dan edukasi kepada audiens tentang aspek-aspek penting pada *design* grafis.
- 4) Membagikan yang berisi *testimonial* atau ulasan-ulasan dari konsumen

Berikut strategi pemasaran melalui *social media* untuk meningkatkan penjualan sebagai berikut.

a. Instagram

Strategi pemasaran melalui *social media* Instagram dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan penjualan pada Ardana Studio. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan.

1. Membuat profil Instagram yang menarik, dengan foto profil yang berkualitas serta deskripsi yang jelas tentang Ardana Studio. Menyertakan tautan ke *website* atau platform penjualan Ardana Studio.
2. Membagikan konten berkualitas tinggi yang menampilkan *desain* terbaik dari Ardana Studio. Memastikan konten tersebut menarik, menonjolkan keahlian dan kreativitas tim desain, serta relevan dengan *audiens* target.
3. Manfaatkan fitur video dan *IGTV* yang ada di Instagram untuk membagikan konten yang lebih mendalam tentang proses *design*, Hal tersebut dapat menunjukkan keahlian Ardana Studio secara lebih rinci dan meningkatkan keterlibatan *audiens*.
4. Menggunakan *hashtags* yang relevan dalam setiap postingan untuk membantu *audiens* menemukan konten Ardana Studio. Melakukan riset *hashtag* yang populer dan relevan dalam

industri *design* grafis untuk mendapatkan lebih banyak *eksposur*.

5. Selalu tanggap terhadap komentar, pertanyaan, dan pesan dari *audiens*. Luangkan waktu untuk berinteraksi serta memberikan respon yang ramah dan informatif. Hal ini dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan *audiens* dan memperkuat kepercayaan.
6. Menggunakan fitur iklan berbayar di Instagram atau yang biasa di sebut Instagram *Ads* untuk meningkatkan jangkauan dan *eksposur* konten Ardana Studio. Menyesuaikan target *audiens*, lokasi, dan minat agar iklan lebih efektif dalam menarik calon konsumen.

b. Tiktok

Strategi pemasaran melalui *social media* TikTok dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan penjualan pada Ardana Studio. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan:

1. Membuat konten yang kreatif, dengan konten yang menampilkan *design* menarik dari Ardana Studio dengan gaya yang unik dan inovatif. menggunakan efek khusus, musik, dan gerakan yang menarik untuk menarik perhatian *audiens*.
2. Manfaatkan tren yang sedang populer di TikTok untuk mempromosikan *design* Ardana Studio. Mengikuti tren yang

relevan dengan industri *design* grafis serta megunakan kreativitas untuk menyelaraskannya dengan konten. Hal ini dapat membantu untuk mendapatkan *eksposur* yang lebih besar serta dapat menarik minat *audiens* yang lebih luas.

3. Menggunakan *hashtags* yang sedang trending di TikTok dalam konten yang dibuat. Hal tersebut dapat membantu meningkatkan *visibilitas* serta menjangkau *audiens* yang lebih banyak. Selalu riset dan pantau tren *hashtag* yang relevan dengan *design* grafis untuk mendapatkan inspirasi dan mengikuti perkembangan terkini.
4. Menyertakan *call-to-action* pada setiap konten, misalnya mengajak *audiens* untuk mengunjungi *website* Ardana Studio atau melihat portofolio. Jangan lupa untuk menambahkan link di bio TikTok agar *audiens* dapat dengan mudah mengakses lebih banyak informasi.
5. Berinteraksi dengan *audiens* TikTok dengan melakukan *live streaming* dan membalas komentar, menjawab pertanyaan, dan menanggapi pesan yang masuk. Membangun hubungan yang baik dengan *audiens* dapat membantu memperkuat kepercayaan dan meningkatkan peluang penjualan.
6. Memanfaatkan fitur iklan berbayar atau yang biasa disebut *brand takeover* untuk meningkatkan jangkauan konten pemasaran Ardana Studio.

b. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian ini dirancang dalam bentuk narasi dengan hasil sebagai berikut.

1) Segmenting, Targeting, Positioning

a) *Segmenting*

Dalam wawancara dengan pemilik Ardana Studio pemilik mengatakan bahwa rentang usia pelanggan pada Ardana Studio yang paling dominan antara 20 tahun sampai 30 tahun. Adapun perbedaan antara pria dan wanita ketika memilih sebuah *design* Pria lebih cenderung menyukai *design* dengan warna yang kuat dan garis-garis tegas. Sementara itu, wanita lebih tertarik pada *design* feminin, dengan palet warna yang lebih lembut dan bentuk yang lebih lembut.



Gambar 4.4 *design* perempuan

Sumber : Ardana Studio 2023 (Data di olah)



Gambar 4.5 *design* pria

Sumber : Ardana Studio 2023 (Data di olah)

Cara Ardana Studio berkomunikasi dengan pelanggan pria dan wanita yaitu Fokus pada kebutuhan individu pelanggan serta beradaptasi dengan perubahan tren dalam *design* grafis. menghormati keragaman dan memperlakukan pelanggan secara adil, tanpa membuat generalisasi yang terlalu sempit berdasarkan jenis kelamin. Terdapat perbedaan khusus ketika melakukan pemasaran dengan wanita dan pria karena startegi pemasaran pria lebih efektif menggunakan *design* dengan warna yang kuat serta gambar yang sedikit garang sedangkan, wanita lebih efektif menggunakan *design* yang feminim atau lucu dengan warna soft.

Ardana Studio cenderung lebih fokus di pasar Internasional, karena pemasaran lebih luas serta harga yang ditawarkan lebih tinggi dibandingkan dengan pasar lokal. Terdapat perbedaan preferensi, kebutuhan dan perilaku pembelian antara pelanggan dari berbagai daerah karena setiap daerah memiliki ciri khas masing-masing serta setiap individu atau daerah memiliki selera dan

kebutuhan *design* yang berbeda beda.

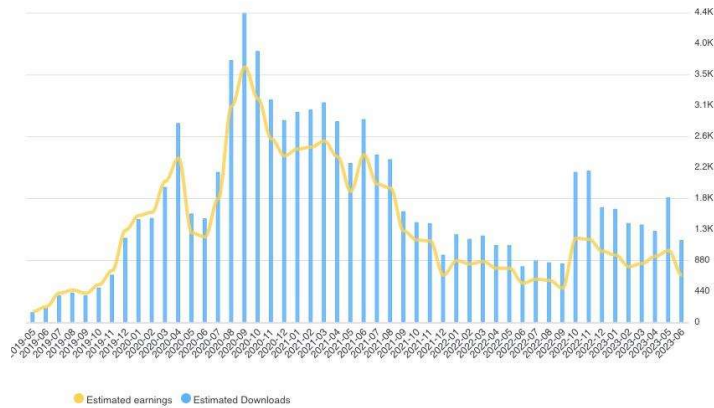
Setiap tahun dari waktu ke waktu terjadi perubahan tren pelanggan berdasarkan wilayah dan beberapa faktor juga mempengaruhi perubahan tren pelanggan seperti perkembangan teknologi, pergeseran preferensi desain, tren budaya, serta perubahan kebutuhan pasar. Ardana Studio tidak memiliki strategi pemasaran yang khusus di setiap wilayah karena pemasaran yang dilakukan Ardana Studio bersifat komersial.

b) *Targeting*

Dalam wawancara dengan pemilik ada beberapa kriteria yang digunakan untuk memilih segmen pasar menjadi target utama yang pertama Memperhatikan beberapa hal seperti pelayanan yang ditawarkan, serta memastikan bahwa segmen pasar yang dipilih mempunyai kebutuhan dan permintaan layanan yang sudah disediakan. Selanjutnya, meninjau potensi pertumbuhan segmen pasar serta karakteristik unik. Memastikan bahwa segmen pasar yang dipilih dapat dijangkau.

Untuk memahami perilaku konsumen yang ditargetkan yaitu dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen pada segmen pasar yang ditargetkan. Cara mengukur kesuksesan dalam menargetkan segmen pasar yaitu dengan cara melihat peningkatan jumlah pengunjung pada salah satu platform dan tingkat penjualan penjualan serta dengan melihat peningkatan jumlah download pada

web lisensi.



Gambar 4.6 Grafik Jumlah Download pada Web Lisensi

Sumber : Ardana Studio 2023 (Data di olah)

c) *Positioning*

Dalam wawancara dengan pemilik, Ardana Studio memposisikan produk layanannya dengan Membuat *design* yang kreatif dengan ciri khas Ardana Studio, mengenali kebutuhan dan request dari pelanggan serta fokus pada manfaat, memastikan pesan dan identitas Ardana Studio pada saluran komunikasi. Menyertakan *review* dari konsumen sebelumnya untuk menunjukkan kualitas serta kepuasannya, ketebulan sistem penjualan pertama yang *open commisions* dalam platform tersebut sudah disediakan *room* untuk menilai apakah konsumen puas dengan pelayanan dan hasil *design*-Nya, pada platform tersebut pemilik selalu memberikan *unlimited revision* kepada pelanggan hal tersebut merupakan salah satu yang membedakan Ardana Studi

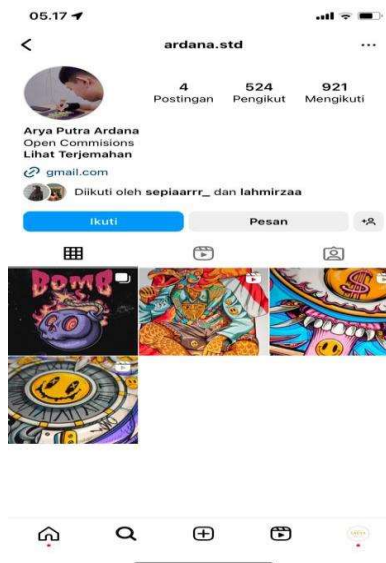
dengan pesaing.

Ardana Studio tidak memiliki pesan khusus ketika melakukan pemasaran. Karena, Ardana Studio jarang melakukan pemasaran di *social media* akun *social media* hanya digunakan untuk memposting beberapa video dari hasil karya *design*. Ardana Studio belum pernah melakukan iklan pada *social media*. Tetapi, sering melakukan iklan di *platform design* pada saat momen tertentu karena pada platform tersebut tidak sembarang akun bisa mendapatkan iklan.

2) Strategi Pemasaran Instagram dan TikTok

1) Instagram

Ardana studi sudah memiliki akun Instagram tetapi akun tersebut sudah lama tidak aktif membuat konten pemasaran, akun tersebut biasa digunakan hanya untuk membuat *stories random* ketika membuat *design*.



Gambar 4.7 Akun Instagram

Sumber : Ardana Studio 2023 (Data di olah)

Ardana Studio memanfaatkan fitur Instagram yaitu *reels* Untuk memperluas jangkauan agar jasanya lebih dikenal masyarakat luas biasanya menggunakan fitur *reels* dan *stories*, tetapi sudah lama tidak update di *reels* agustus 2022 dan postingan *feed* berupa gambar pada bulan mei 2023. Cara berinteraksi dengan pengikut yaitu dengan membalas komentar pada postingan di beberapa konten, membalas pesan yang dikirim oleh pengikut serta sesekali melakukan *live streaming* ketika mengerjakan *design* ketika melakukan *live streaming* dapat berinteraksi langsung dengan pengikut dan konsumen.

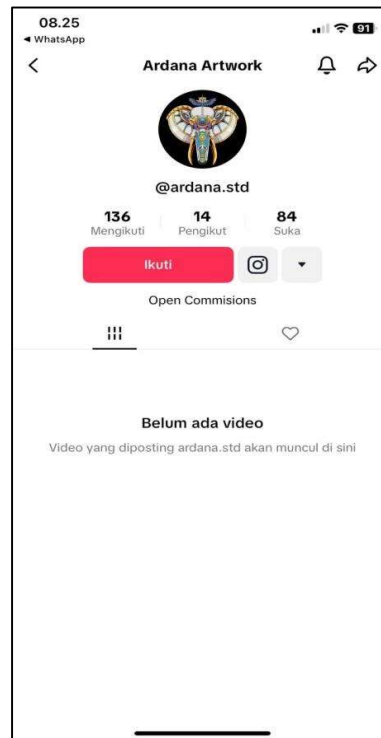


Gambar 4.8 Post Instagram

Sumber : Ardana Studio 2023 (Data di olah)

2) TikTok

Ardana studi sudah memiliki akun TikTok tetapi saat ini pada akun tersebut tidak ada konten apapun, dulu pernah membuat konten tetapi setelah itu dihapus. Adapun fitur yang pernah digunakan Ardana Studio saat itu hanya hastag selain fitur tersebut tidak pernah menggunakan fitur lain seperti efek kreatif karena membuat konten dan mengedit dilakukan diluar aplikasi TikTok. Cara berinteraksi dengan pengikut yaitu dengan mencantumkan ig dan email di bio karena di Instagram ketika ada yang mengirim pesan tetapi tidak saling follow tidak dapat melihat pesan apa yang dikirim. Saat membuat kontek pernah ada yang memberi komentar dan saya merespon komentar tersebut.



Gambar 4.9 Akun Tiktok

Sumber : Ardana Studio 2023 (Data di olah)

3) Strategi Pemasaran

Membuat strategi pemasaran konten yang kuat dengan menggunakan pilar konten, konten kalender, dan konsep pembuatan konten. Pilar konten termasuk contoh-desain grafis kreatif, panduan teknik desain grafis, informasi tren terbaru, dan isu-isu terkini dalam industri desain grafis. Untuk mengatur konten secara efektif, Ardana Studio perlu membuat konten kalender yang mencakup berbagai konten seperti inspirasi *design* mingguan, *showcase klien* terbaik, dan informasi tentang tren desain grafis terbaru. Mereka juga dapat memastikan jadwal yang konsisten dan mempromosikan konten

melalui saluran media sosial seperti Instagram dan TikTok. Dalam konsep pembuatan konten, Ardana Studio fokus pada memperlihatkan proyek desain yang telah mereka kerjakan, membahas tren terbaru dalam desain grafis, memberikan pengetahuan dan edukasi tentang aspek penting dalam desain grafis, dan berbagi testimonial atau ulasan dari konsumen.

Untuk meningkatkan penjualan, Ardana Studio menggunakan strategi pemasaran melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok. Pada Instagram, mereka memastikan profil yang menarik, membagikan konten berkualitas, memanfaatkan fitur video dan *IGTV*, menggunakan hashtag yang relevan, berinteraksi dengan audiens, dan menggunakan fitur iklan berbayar. Di TikTok, mereka juga dapat membuat konten kreatif yang menampilkan desain menarik, mengikuti tren yang populer, menggunakan hashtag trending, menyertakan *call-to-action*, berinteraksi dengan *audiens*, dan memanfaatkan fitur iklan berbayar.

Dengan strategi pemasaran yang kuat melalui media sosial, Ardana Studio dapat meningkatkan penjualan dan memperkuat kehadiran mereka dalam industri desain grafis

2. Kesimpulan dan Verifikasi Data

Kesimpulan penelitian ini difokuskan berdasarkan hasil wawancara bersama narasumber dan observasi secara langsung di objek penelitian sebagai berikut.

- a. Ardana Studio adalah studio desain yang paling diminati oleh pelanggan

- berusia 20-30 tahun. Pria lebih suka desain dengan warna kuat dan garis tegas. Studio ini lebih fokus pada pasar internasional dan menggunakan strategi pemasaran komersial tanpa pesan khusus. Ardana Studio memilih segmen pasar dengan memperhatikan kebutuhan pelanggan dan memastikan segmen yang dipilih dapat dijangkau. Mereka menciptakan desain kreatif dengan ciri khas mereka, dan berupaya memenuhi harapan pelanggan dalam pasar desain yang kompetitif.
- b. Ardana studio sudah memiliki akun Instagram tetapi akuntersebut sudah lama tidak aktif membuat konten pemasaran, akun tersebut biasa digunakan hanya untuk membuat stories random ketika membuat *design*. Cara berinteraksi dengan pengikut yaitu dengan membalas komentar pada postingan di beberapa konten, membalas pesan yang dikirim oleh pengikut serta sesekali melakukan *live streaming* ketika mengerjakan *design* ketika melakukan *live streaming* dapat berinteraksi langsung dengan pengikut dan konsumen.
 - c. Ardana studi sudah memiliki akun TikTok tetapi saat ini pada akun tersebut tidak ada konten apapun, dulu pernah membuat konten tetapi setelah itu dihapus. Cara berinteraksi dengan pengikut yaitu dengan mencantumkan instagram dan email di bio karena di instagra ketika ada yang mengirim pesan tetapi tidak saling *follow* tidak dapat melihat pesan apa yang dikirim.

3. Uji Keabsahan

a. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik pengecekan data yang benar melalui metode wawancara dengan pemilik Ardana Studio. Berdasarkan hasil dari analisis data, terbukti bahwa hasil wawancara dengan pemilik terkait kondisi pada objek penelitian sesuai dengan yang dikatakan oleh informan bahwa pemasaran media sosial pada Instagram dan TikTok di Ardana Studio belum maksimal dikarenakan pemilik hanya fokus pada salah satu *platform* penjualan design serta fokus pada pada web berlisensi. Sedangkan penjualan dapat meningkat ketika pemilik melakukan pemasaran pada sosial media Instagram dan TikTok serta membuat strategi bisnis karena saat ini platform tersebut sedang ramai digunakan untuk pemasaran barang atau jasa.

b. Triangulasi Waktu

Wawancara dilakukan berulang kali sehingga dapat menemukan data yang sesuai dengan penelitian. Jadwal wawancara dengan pemilik sebagai berikut.

- 1) Pertama pada tanggal 14 April 2023 membahas tentang permohonan ijin untuk melakukan penelitian.
- 2) Kedua pada tanggal 6 Mei 2023 mengkonfirmasi kembali terkait perijinan dan memberikan surat surat ijin dari LPPM serta membahas tentang permasalahan yang terjadi pada Ardana Studio.
- 3) Ketiga pada tanggal 10 Mei 2023 mengambil surat balasan ijin

penelitian serta membahas tentang gambaran umum Ardana Studio.

- 4) Keempat pada tanggal 18 Mei 2023 membahas terkait pemasaran pada Ardana Studio dan membahas tentang platform yang digunakan Ardana Studio untuk menjual desiginya serta. Membahas tentang *segmenting targeting positioning* pada ardana studio.
- 5) Kelima pada tanggal 17 Juni 2023 melakukan wawancara tentang STP dan seputar media sosial yang sudah digunakan dengan pertanyaan-pertanyaan yang sudah dipaparkan oleh peneliti pada bab III.
- 6) Keenam pada tanggal 22 Juni 2023 melakukan wawancara via zoom meeting dengan pertanyaan yang sama ununtuk memastikan jawaban yang diberikan tetap sama serta tidak berubah karena perbedaan waktu.

C. Intreprestasi dan Pembahasan

1. Segmenting, Targeting, Positioning

Dalam penelitian ini membahas tentang *segmenting, targeting, positioning* pada Ardana Studi, STP memberikan kerangka kerja yang kuat bagi Ardana Studo untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, memenuhi kebutuhan pelanggan, menghadapi persaingan, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Pelanggan dominan usia 20-30 tahun, dengan perbedaan *preferensi* pria suka desain berwarna kuat dan garis tegas. Fokus mereka adalah pasar internasional, dengan desain kreatif

dan komunikasi yang mencerminkan identitas perusahaan. Ardana Studio berinteraksi dengan pelanggan melalui balasan komentar, pesan, dan *live streaming*. Mereka berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan melalui desain kreatif dan komunikasi efektif.

Berdasarkan dari jurnal (Muflikhata 2023) melakukan perencanaan pemasarannya menggunakan STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*) dalam memberikan perkembangan planning yang terkait pada marketing. Dalam melakukan perencanaan, para distributor dan agen mempertimbangkan pemasaran apa yang akan dilakukan. Hal ini dilakukan agar proses pemasaran berjalan dengan lancar dan untuk menaikkan jumlah pelanggan. Seperti halnya dengan Ardana Studio bahwa dengan peningkatan pelanggan secara otomatis penjualan juga meningkat.

2. Strategi Pemasaran pada Instagram dan TikTok

Dalam penelitian ini peneliti membuat strategi pemasaran di Instagram dan TikTok Ardana Studio untuk meningkatkan penjualan dengan strategi pemasaran konten, media sosial, dan pilar konten. Dengan membuat konten inspiratif, memberikan panduan desain, mengikuti tren terbaru, dan membahas isu-isu industri. Ardana Studio juga dapat menggunakan konten kalender dengan fitur seperti inspirasi desain mingguan, *showcase klien* terbaik, dan tren desain terbaru. Dengan memanfaatkan Instagram dengan konten berkualitas, serta interaksi dengan *audiens*, dan fitur iklan. Menggunakan TikTok dengan konten kreatif, mengikuti tren, dan memanfaatkan fitur iklan *brand takeover*.

Dengan strategi ini, Ardana Studio berharap meningkatkan penjualan dan kehadiran mereka di industri desain grafis.

Berdasarkan dari jurnal (Basnet et al. 2022) bahwa Pemasaran digital melalui media sosial saat ini dapat dikatakan lebih unggul dibandingkan pemasaran tradisional baik dari segi waktu, budget, maupun ruang lingkupnya. berfokus pada pemasaran digital, terutama pada media sosial dengan strateginya yaitu membuat content pillar, content calendar, konsep pembuatan konten, dan design. Dengan menggunakan pemasaran digital melalui media sosial, maka informasi dapat tersampaikan secara langsung, cepat, dan praktis kepada masyarakat luas. Selain itu, konten lebih beragam dan terukur.