
PROMOTION ON BOOKS OF HEAVEN ON THE EARTH OF SRIWIJAYA BY USING SOCIAL MEDIA

Benget Simamora¹, Yessy Yerta Situngkir², Engga Saputra³.
Politeknik Negeri Media Kreatif
E-mail: simamorabeget@gmail.com¹, yessyyerta@polimedia.ac.id²,
Enggasaputra@polimedia.ac.id³

***ABSTRACT** Book promotion is the most important part in marketing activities in the business world, promotional activities are carried to support marketing and sales activities "Surga di Bumi Sriwijaya". In this final project report, the writer has the goal of explaining how to use Instagram and Facebook social media to promote the book's script "Surga di Bumi Sriwijaya" by novice writers. The author uses the promotional mix theory is the Interactive internet marketing. Social media used by the authors are Instagram and Facebook. In final project, the author uses Quantitative descriptive method that explains in detail and validity the promotion of the book "Surga di Bumi Sriwijaya" Using social media Instagram and Facebook is an easy and inexpensive effective step for novice writers who are introducing works according to target market already determine*

Keyword: Promotion, Instagram, Facebook, Sriwijaya

PROMOSI PADA BUKU SURGA DI BUMI SRIWIJAYA DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL

ABSTRAK Promosi buku merupakan bagian terpenting dalam kegiatan pemasaran. Dalam dunia usaha, kegiatan promosi dilakukan untuk menunjang kegiatan pemasaran maupun penjualan "Surga di Bumi Sriwijaya". Dalam penelitian ini, penulis memiliki tujuan yaitu menjelaskan cara promosi menggunakan media sosial *instagram* dan *Facebook* untuk mempromosikan naskah buku *Surga di Bumi Sriwijaya*. Penulis menggunakan teori bauran promosi yaitu *interactive internet marketing* (pemasaran melalui internet). media sosial yang digunakan yaitu *Instagram* dan *Facebook*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang menjelaskan secara detail dan absah mengenai promosi buku "Surga di Bumi Sriwijaya" menggunakan media sosial *Instagram* dan *Facebook* merupakan langkah yang efektif mudah dan murah bagi para penulis yang sedang memperkenalkan hasil karya sesuai dengan target pasar yang ditentukan.

Kata Kunci: Pemasaran, *instagram*, *Facebook*, Sriwijaya

PENDAHULUAN

Promosi merupakan aspek terpenting dalam kegiatan pemasaran. Dalam dunia usaha, kegiatan promosi dilakukan untuk menunjang kegiatan pemasaran maupun penjualan. Tujuan dari kegiatan promosi ialah tidak lain untuk menarik calon konsumen agar membeli produk yang dihasilkan. Maka dari itu, promosi di dalam pemasaran produk sangat berpengaruh

demi kesuksesan sebuah usaha.

Promosi merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh produsen guna memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Dalam melakukan promosi, penerbit maupun penulis pemula diwajibkan untuk handal dalam mengemas ide mereka semenarik mungkin agar mendapatkan daya tarik konsumen

terhadap buku yang mereka terbitkan.

Dalam mempromosikan buku *Surga di Bumi Sriwijaya* penulis mengalami kemudahan dan kesulitan, seperti. kemudahan yang penulis alami yaitu informasi yang lengkap dalam buku tersebut sehingga memudahkan penulis dalam mempromosikan buku *Surga di Bumi Sriwijaya*. Lalu kesulitan yang penulis alami dalam mempromosikan buku *Surga di Bumi Sriwijaya* yaitu penulis naskah yang belum dikenal oleh masyarakat.

Dalam promosi buku "*Surga di Bumi Sriwijaya*" penulis mengeluarkan anggaran yang minim yaitu kuota internet untuk mengakses akun Instagram dan Facebook. Dengan adanya kuota internet tersebut, penulis dapat mempromosikan buku "*Surga di Bumi Sriwijaya*" melalui akun Instagram dan Facebook.

Sebelumnya penulis juga pernah memiliki usaha jual beli barang bekas yang dipromosikan lewat media sosial Instagram dan Facebook. Untuk itu penulis mencoba membuat akun Instagram dan Facebook untuk mempromosikan naskah buku "*Surga di Bumi Sriwijaya*".

Metode promosi yang bermacam-macam dan terus berkembang menjadi sesuatu yang baru serta inovatif sehingga produsen dan konsumen mampu bertemu serta bertransaksi melalui media tertentu termasuk dengan *internet marketing* yang memudahkan konsumen menentukan dan bertransaksi jual beli melalui media tersebut secara bebas serta tidak memerlukan tempat maupun waktu karena semua orang dapat bertransaksi secara bebas dalam internet.

Instagram dan Facebook merupakan media sosial yang banyak digunakan di dunia. Maka penulis memilih media sosial Instagram dan Facebook untuk mempromosikan buku *Surga di Bumi Sriwijaya*. Dengan harapan penjualan buku *Surga di Bumi Sriwijaya* sesuai dengan target yang sudah ditentukan.

Oleh karena itu, penulis membuktikan bahwa mempromosikan buku menggunakan media social merupakan sarana yang efektif dalam memperkenalkan buku perdana bagi penulis pemula.

Berdasarkan permasalahan yang timbul pada proses promosi buku "*Surga di Bumi Sriwijaya*" penulis memilih judul Promosi Buku Pariwisata "*Surga di Bumi Sriwijaya*" Menggunakan Media Sosial Instagram dan Facebook.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan cara mempromosikan buku "*Surga di Bumi Sriwijaya*" dengan menggunakan media sosial.

METODE PENELITIAN

Dalam objek pengerjaan ini berisi spesifikasi yang akan dibuat, organisasi tim dan manajemen kerja, dan kegiatan personal masing-masing anggota tim. Buku Panduan Wisata "*Surga di Bumi Sriwijaya*" disusun dengan spesifikasi sebagai berikut.

Judul : *Surga di Bumi Sriwijaya*

Pengarang : Genta Lazuarnei

Vendredi

Perancang Grafis: Faisal Basri

Pemasaran : Engga Saputra

Ukuran Buku : 20 cm x 20 cm

Sampul : *Hard Cover*

Laminasi Kover : *Doff*

Kertas Isi : *Art Paper*

Jumlah Halaman : 58 Halaman

Segmentasi Umur: Umum

Warna : *Full Color*

Penulis mengerjakan tahapan pasca produksi. Tahapan pasca produksi yaitu membuat akun Instagram dan Facebook. Langkah pertama yang dilakukan oleh penulis yaitu membuat kerangka akun Instagram yang berhubungan dengan isi buku "*Surga di Bumi Sriwijaya*". Kemudian, didalam akun bisnis tersebut, penulis mengisi nama akun bisnis sesuai dengan judul buku "*Surga di Bumi Sriwijaya*". Lalu, menggunakan foto profil dengan cover buku "*Surga di Bumi*

Sriwijaya”, mengisi kolom kategori akun dengan deskripsi “Buku” serta informasi akun berupa alamat, email, telepon, dan petunjuk arah.

Setelah akun bisnis Instagram Surga di Bumi Sriwijaya telah siap pakai, penulis membuat berbagai desain *feed* untuk diunggah guna mempromosikan dan menarik konsumen serta memperkenalkan buku “Surga di Bumi Sriwijaya”. Desain yang dibuat berupa foto-foto hasil karya rekan penulis sang fotografer.

Selanjutnya, penulis mempublikasikan juga konten Instagram yang berupa foto kedalam fitur *Instastory* sebagai sarana tambahan promosi buku “Surga di Bumi Sriwijaya”. Dengan fitur *Instastory*, penulis juga melakukan voting kepada *followers* bagaimana jika akun @SurgadiBumiSriwijaya menerbitkan buku yang berisi foto tempat wisata untuk melihat responden dari para *followers* akun @SurgadiBumiSriwijaya.

Sedangkan mempromosikan menggunakan Facebook dengan cara menghubungkan akun Instagram @SurgadiBumiSriwijaya dengan akun pribadi penulis. Jadi dengan demikian, setiap *feed* Instagram, konten *instastory* dan voting yang dilakukan pada Instagram akan langsung terhubung dengan akun Facebook penulis dan secara otomatis juga ikut terpublish di akun pribadi penulis.

Setelah semua tahapan promosi dilakukan, penulis menggunakan sarana komunikasi dengan menggunakan akun *Line* dan *Whatsapp* pribadi penulis. Lalu, penulis menentukan dua sarana pembayaran baik tunai maupun non-tunai. Untuk non-tunai, penulis menggunakan jasa pengiriman seperti JNE, dan Tiki. Sedangkan untuk tunai, penulis siap melakukan *Cash On Delivery (COD)* dengan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pembahasan yang penulis lakukan dengan menggunakan dua

tahapan yaitu tahapan promosi dan tahapan digital marketing :

Tahapan Promosi

1. Mencari Ide Kreatif

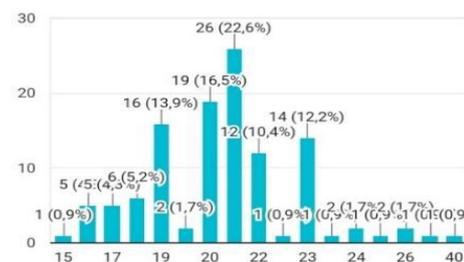
Sebelum memutuskan pilihan bagaimana penulis mempromosikan buku “Surga di Bumi Sriwijaya”, penulis mencari ide dengan melihat berbagai jenis promosi sesuai dengan teori bauran promosi seperti iklan, *direct marketing*, *interactive marketing*, promosi penjualan, publikasi atau humas, dan *personal selling* yang sudah ada. Penulis melakukannya dengan cara melihat langsung baik melalui internet maupun datang langsung ke beberapa *event* dan *book launching*.

2. Menentukan Segmentasi Pasar

Penulis menentukan segmentasi pasar yang sesuai dengan produk yang akan dipromosikan dengan harapan produk yang dipasarkan bisa tepat sasaran dan lebih efektif dalam sistem pemasaran yang akan dilakukan kedepan. Penulis merencanakan promosi untuk buku “Surga

Umur

120 tanggapan



Gambar 3
Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

3. Menentukan Metode Promosi

Penulis menyadari bahwa minimnya dana untuk melakukan semua kegiatan promosi yang ada didalam metode

bauran promosi seperti iklan, penjualan personal, pemasaran langsung, dan promosi penjualan. Oleh karena itu, penulis memilih mempromosikan menggunakan salah satu metode bauran promosi yaitu *Interaktif Internet Marketing* (pemasaran melalui internet). Penulis memilih metode *Interaktif Internet Marketing* karena penulis menyadari adanya keterbatasan dana dan banyak orang yang menggunakan *internet* sebagai media promosi khususnya media sosial yang saat ini sedang tren dikalangan masyarakat.

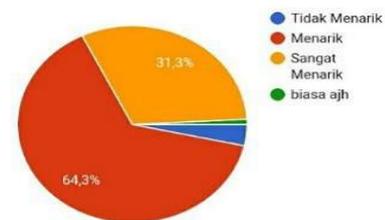
4. Menentukan Media Promosi.

Menurut survei yang dilakukan secara *online* terhadap 120 responden pada Juli 2019. Terungkap bahwa ternyata responden pengguna Instagram melebihi target segmentasi pasar yaitu didominasi pengguna aktif di usia 15 sampai 22 tahun dengan presentasi 59 persen. Sementara, pengguna dengan umur 23 sampai 24 tahun sebanyak 30 persen dan pengguna 25 sampai 40 tahun berada di angka 11 persen. Dengan demikian, penulis memilih media sosial Instagram dan Facebook sebagai media promosi yang digunakan dalam mempromosikan buku "Surga di Bumi sriwijaya". Hal ini dikarenakan media sosial Instagram sangat tepat dan sesuai dengan segmentasi pembaca buku "Surga di Bumi sriwijaya".

Menurut hasil survei dari 120 responden, 64,3% menyatakan bahwa informasi dan edukasi mengenai pariwisata menarik untuk dikemas menjadi sebuah buku. Lalu menurut 90,4% responden mengatakan bahwa buku "Surga di Bumi sriwijaya" dipromosikan menggunakan media sosial merupakan langkah yang efektif.

Apakah informasi mengenai pariwisata di suatu tempat menarik untuk dikemas menjadi sebuah buku?

120 tanggapan



Gambar 4

Tanggapan Responden mengenai Media sosial yang digunakan

Tahapan Digital Marketing

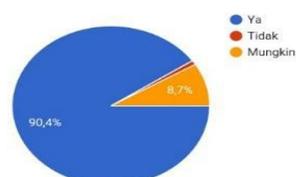
1. Membuat akun

Setelah menentukan media promosi yang akan digunakan dalam kegiatan promosi, penulis membuat akun Instagram yang diberi nama @SurgadiBumiSriwijaya sesuai dengan judul buku "Surga di Bumi Sriwijaya". Hal ini bertujuan untuk mempermudah *followers* dalam mencari akun pada media sosial Instagram. Sedangkan akun Facebook menggunakan akun pribadi milik penulis. Hal ini bertujuan agar penulis dapat lebih mudah dalam mempublikasikan buku "Surga di Bumi Sriwijaya" kepada teman-teman baik yang sudah dikenal maupun tidak dikenal oleh penulis. Dalam pembuatan akun Instagram dan Facebook penulis tidak dikenakan biaya untuk administrasi, cukup hanya dengan menyambungkan koneksi *smartphone* atau komputer ke jaringan internet.

Penulis mengubah akun Instagram @SurgadiBumiSriwijaya yang awalnya

Menurut anda, apakah efektif apabila buku "SURGA DI BUMI SRIWIJAYA" dipromosikan menggunakan media sosial?

120 tanggapan



hanya akun Instagram biasa, kini menjadi akun bisnis Instagram. Berikut adalah langkah untuk merubah akun Instagram biasa menjadi akun bisnis

2. Menentukan konten

Akun Instagram **@Surga diBumi Sriwijaya** memang sengaja dibuat untuk mempromosikan apa saja kelebihan yang dimiliki buku "Surga di Bumi Sriwijaya". Oleh karena itu penulis memuat akun **@SurgadiBumiSriwijaya** dengan beberapa konten, yaitu :

a. Judul Buku

Judul buku yang diperkenalkan adalah "Surga di Bumi Sriwijaya"

b. Profil

Penulis menjelaskan akun ini dibuat sebagai bagian dari *Publishing Promotion Division*. Dengan sedikit penjelasan yang ada di bagian profil, tentunya membantu *followers* untuk dapat mengerti apa itu akun **@SurgadiBumiSriwijaya**.

c. Kontak yang dapat di hubungi

Pada bagian ini, berisi kontak person yang berupa nomor telepon, dan alamat. Hal ini dilakukan agar pembaca yang ingin memesan buku "Surga di Bumi Sriwijaya" dapat dengan mudah menghubungi pihak marketing buku "Surga di Bumi Sriwijaya". Pada tombol tautan juga terdapat nomor telepon, email dan petunjuk arah. Hal ini merupakan cara penulis untuk mempermudah *followers* memesan buku "Surga di Bumi Sriwijaya".

d. Foto

Penulis mempublikasikan beberapa foto yang memang merupakan isi dari buku "Surga di Bumi Sriwijaya" seperti informasi mengenai tempat wisata yang ada di kota Palembang. Hal ini adalah salah satu trik penulis agar pembaca yang melihat menjadi penasaran dengan isi buku "Surga di Bumi Sriwijaya". Berikut tampilan akun instagram

yang telah memuat konten untuk mempromosikan buku "Surga di Bumi Sriwijaya" :



Gambar 5. Tampilan Akun

3. Mempublikasikan konten ke dalam instagram

Setelah desain *feed* untuk konten telah siap dipublikasikan, penulis mulai melakukan promosi ke dalam akun Instagram@Surgadibumisriwijaya.

penulis melakukan kegiatan promosi dengan cara mempublikasikan foto dan video dengan menggunakan berbagai fitur Instagram yang berupa unggah *feed*, dan *Instastory*. Ada beberapa trik yang dilakukan penulis untuk menarik minat *followers*, yaitu:

- Pembuatan desain dengan menggunakan foto
- Publikasi materi-materi yang ada di buku
- Publikasi tempat wisata yang wajib di kunjungi
- Menampilkan sistem pemesanan *Pre Order* untuk menghindari resiko pengeluaran biaya cetak yang mahal.



Gambar 6. Tampilan Foto Pre Order

- e. Menggunakan hastag pada setiap unggahan untuk mendapatkan like dari followers dan khalayak umum.
 - f. Menggunakan trik promosi dengan akun kerabat dan akun-akun yang serupa yang memuat informasi tempat wisata di Kota Palembang.
4. Mempromosikan menggunakan fitur tayangan promosi

Dengan menggunakan fitur ini, tayangan promosi yang dilakukan penulis akan ditampilkan dengan jangkauan yang lebih luas oleh Instagram. Fitur ini juga memberikan durasi dan perkembangan promosi yang penulis lakukan sehingga penulis dapat mengetahui berapa banyak orang yang telah melihat postingan tersebut.



Gambar 7. Tampilan Feed yang menggunakan fitur Tayangan Promosi

5. Mengkoneksikan akun instagram dengan akun facebook

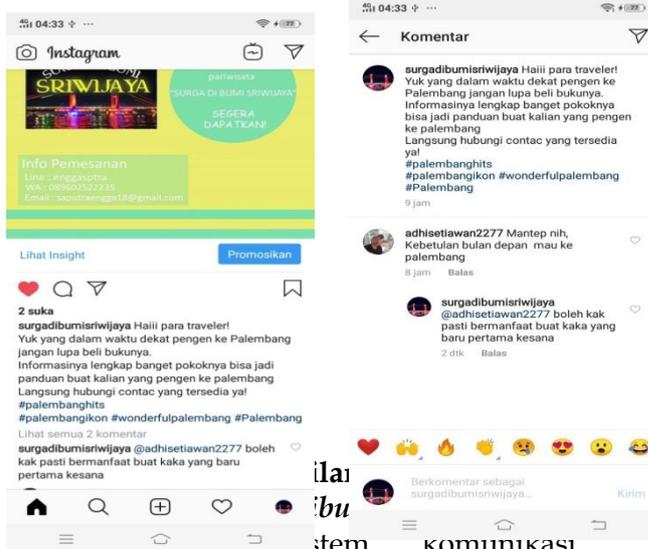
Cara yang dilakukan penulis untuk mengkoneksikan akun Instagram @Surgadibumisriwijaya dengan akun Facebook pribadi milik penulis sangat mudah, cukup dengan mengatur opsi pengaturan, pilih opsi akun tertaut kemudian pilih link Facebook yang sudah disediakan pada Instagram. Jadi dengan demikian, setiap kali penulis mengunggah desain feed Instagram dan Instastory pada akun Instagram@Surgadibumisriwijaya akan terunggah juga secara otomatis dengan menggunakan link yang terhubung akun Facebook pribadi penulis. Pada akun Facebook penulis akan terunggah hal yang sama seperti feed dan Instastory. Hal tersebut dikarenakan fitur Facebook pada saat ini, hampir sama persis dengan fitur-fitur dari Instagram.



Gambar 8. Tampilan cara membagikan unggahan Instagram ke Facebook

6. Mengukur efektifitas promosi
- Penulis telah merangkum bagaimana grafik followers @Surgadibumisriwijaya yang diamati setiap bulan sejak 15 Januari 2019. terhitung sejak pertama kali membuat akun hingga tanggal 15 Januari 2019. Peningkatan followers terus meningkat

setiap bulannya, pada tanggal 15 Januari mendapatkan 6 *followers*, 25 Februari 187 *followers*, 10 maret 227 *followers*, 20 April 321 *followers*, 7 Mei 409 *followers*, 15 Juni 584 *followers*, 20 Juli 705 *followers* dan terus meningkat sampai 9 Agustus sebanyak 846 *followers*. Hal ini membuktikan bahwa banyak dari pembaca yang antusias dan penasaran akan setiap unggahan yang di publikasikan oleh penulis. Beberapa *followers* memberikan komentar positif akan antusias mereka pada setiap foto yang penulis publikasikan. Ada pula, beberapa *followers* yang sudah mulai memesan buku "Surga di Bumi Sriwijaya". Dapat dibuktikan pada setiap komentar yang dituliskan oleh *followers* pada unggahan@Surgadibumisriwijaya.



pemasaran
Sistem komunikasi yang terjadi antara konsumen yaitu dengan menggunakan *whats up* yang tertera pada keterangan di akun media sosial instagram @surgadibumisriwijaya ataupun bisa langsung mengirimkan pesan di akun Instagram @surgadibumisriwijaya.

8. Menentukan sistem pembayaran

Sistem pembayaran dilakukan dengan dua cara yaitu dengan tunai dan non tunai. Dalam pembayaran tunai,

penulis siap bertemu secara langsung dengan konsumen (*COD*). Biasanya sistem *COD* dilakukan dengan konsumen yang sudah dikenal oleh penulis. Sedangkan untuk pembayaran non tunai, penulis menyediakan nomor rekening kepada konsumen. Setelah konsumen men-*transfer*, konsumen wajib mengirimkan foto bukti transfer kepada penulis. Untuk biaya pengiriman buku, penulis menggunakan jasa JNE, Tiki dan Si Cepat. Biaya ongkos kirim tentu ditanggung oleh konsumen dan untuk *list* harga ongkos kirim dapat di cek secara langsung di website masing-masing jasa kurir *online*, contohnya seperti www.jne.co.id

SIMPULAN

Simpulan

Penulis mengambil kesimpulan bahwa promosi menggunakan media sosial tagram dan Facebook merupakan kegiatan yang sangat efektif bagi penulis nula yang belum terkenal dalam memperkenalkan buku *Surga di Bumi Sriwijaya* :

dilihat dari kuesioner digital yang penulis buat dan disebar secara acak, responden *followers* Instagram @SurgadiBumi-Sriwijaya menyatakan 98% dari mereka menilai promosi buku menggunakan media sosial Instagram dan Facebook merupakan ide yang bagus dalam meningkatkan daya beli konsumen dan dengan kurun waktu yang relative singkat serta tidak memerlukan biaya yang besar.

2. Promosi menggunakan media sosial Instagram dan Facebook ini dinilai efektif, mudah dan murah. Sebab penulis bisa melakukan kegiatan promosi dimanapun dan kapanpun penulis mau mempromosikannya, tidak dikejar waktu dan setiap promosi yang penulis lakukan didalam akun Instagram dan Facebook akan tetap ada selama konten tersebut tidak dihapus

Saran

Berdasarkan pengalaman penulis selama menjalankan kegiatan promosi buku "Surga di Bumi Sriwijaya" penulis menyarankan beberapa hal, yaitu saran kepada penulis pemula apabila ingin mempromosikan buku karangannya sendiri, penulis pemula dapat mengikuti langkah yang sudah penulis lakukan. Hal sederhana, penulis pemula dapat melakukan kegiatan promosi dimulai dengan menggunakan akun media sosial pribadi. Selanjutnya, penulis pemula dapat meminta tolong kepada rekan-rekan penulis untuk ikut mempromosikan tentang buku karangannya dengan cara di posting menggunakan fitur *Instastory*. Gunakan kalimat yang mengajak agar semua *followers* akan merasa penasaran dan tertarik pada karangan yang telah penulis buat. Saran untuk penulis senior atau penulis yang sudah eksis dan sudah berpengalaman dalam bidang tulis menulis, selalu memberikan dukungan kepada para penulis pemula yang masih kurang percaya.

- Morissan. 2007. Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Tangerang. Penerbit Ramdina Prakarsa.
- Muhaimin. 2009. Manajemen Pendidikan. Jakarta. Prenadamedia Group
- Sunyoto, Danang. 2015. Strategi Pemasaran. Jakarta. PT BukuSeru.
- Susanto. 2017. The Power Of Digital Marketing. Jakarta. PT Elex Media Komputindo.
- Wijayanti, Titik. 2017. Marketing Plan! Dalam Bisnis. Jakarta. PT Elex Media Komputindo.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2016. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Angelica, Diana dan Hirson Kurnia. 2013. Manajemen Riset Pemasaran. Jakarta. Penerbit Salemba Empat.
- Hasan, Ali. 2013. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Jakarta. PT. Buku Seru
- Helianthusonfri, Jefferly. 2018. Praktis dan Mudah Membuat Toko *Online*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Makmur, Rakhmat. 2018. *BisnisOnline*. Bandung. Penerbit Informatika Bandung.