

Analisis Epic Model Pada *Live Streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat

Aris Nur Indra Cahya¹, Keisha Dinya Solihati²

Politeknik STIA LAN Jakarta^{1,2}

arisnurindracahya17@gmail.com¹, keisha.dinya@stialan.ac.id²

Abstract

Dekranasda West Jakarta faces the problem of fluctuating and continuous decline in sales. This problem is exacerbated by the lack of public awareness of Dekranasda West Jakarta, which causes promotion to be less than optimal. This study aims to evaluate the use of Instagram live streaming as a promotional medium using the EPIC Model for Dekranasda West Jakarta. This research uses a qualitative method with a descriptive approach, which involves direct observation, in-depth interviews, and analysis of related documents. The results showed that the use of Instagram live streaming was quite effective, such as gaining an increase in the number of followers with the strategies implemented as a promotional medium for Dekranasda West Jakarta. However, there are some obstacles related to understanding product details and attracting a large audience to watch the live stream. The recommendations proposed by the West Jakarta Dekranasda Instagram live streaming actors should learn more details about the products to be promoted, share Instagram live streaming links through social media and messaging applications and advertise West Jakarta Dekranasda products with the help of digital agencies. By understanding and applying the relationship between the EPIC Model and live streaming indicators, Dekranasda West Jakarta can improve the effectiveness of their live streaming sessions. This will make their Instagram live streaming more engaging, trustworthy, and better educate the audience. The results of this study can be used as an evaluation to increase the sales of Dekranasda Barat Jakarta in the future.

Keywords: *Instagram; Digital Marketing; Live Streaming*

Abstrak

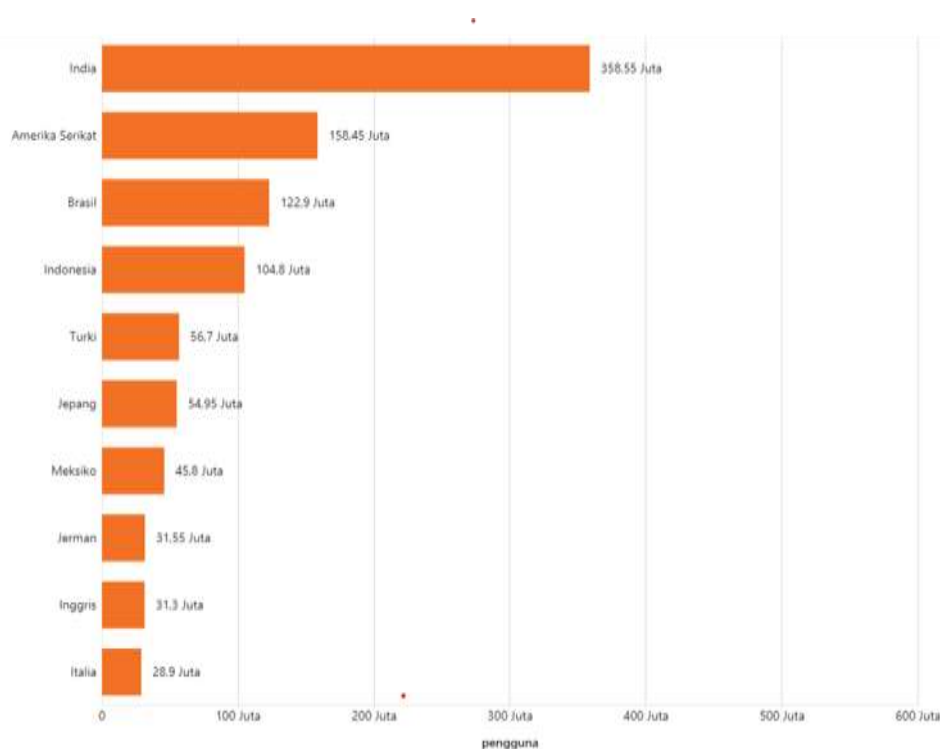
Dekranasda Jakarta Barat menghadapi masalah penurunan penjualan yang fluktuatif dan berkelanjutan. Masalah ini diperburuk oleh kurangnya kesadaran masyarakat terhadap Dekranasda Jakarta Barat, yang menyebabkan promosi menjadi kurang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi penggunaan *live streaming* Instagram sebagai media promosi menggunakan EPIC Model untuk Dekranasda Jakarta Barat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang melibatkan pengamatan langsung, wawancara mendalam, dan analisis dokumen terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *live streaming* Instagram cukup efektif seperti memperoleh peningkatan dari jumlah followers dengan strategi yang dijalankan sebagai media promosi bagi Dekranasda Jakarta Barat. Namun, terdapat beberapa kendala terkait pemahaman detail produk dan menarik audiens dalam jumlah besar untuk menonton *live streaming* tersebut. Rekomendasi yang diajukan pelaku *live streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat harus mempelajari lebih detail mengenai produk yang akan dipromosikan, membagikan link *live streaming* Instagram melalui media sosial dan aplikasi pesan dan mengiklankan produk Dekranasda Jakarta Barat dengan bantuan agensi digital. Dengan memahami dan menerapkan hubungan antara EPIC Model dan indikator *live streaming*, Dekranasda Jakarta Barat dapat meningkatkan efektivitas sesi *live streaming* mereka. Hal ini akan membuat *live streaming* Instagram mereka lebih menarik, dapat dipercaya, dan mengedukasi audiens dengan lebih baik. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai evaluasi untuk meningkatkan penjualan Dekranasda Jakarta Barat di masa mendatang.

Kata Kunci: Instagram; Pemasaran Digital; Siaran Langsung

PENDAHULUAN

Indonesia terus mengalami kemajuan dari bidang bisnis, termasuk dari segi kualitas maupun teknologi. Perkembangan teknologi telah mengalami kemajuan yang signifikan, merupakan peluang baru masyarakat terutama dalam dunia bisnis. Teknologi informasi secara tidak langsung memiliki peran besar dalam kemajuan bisnis online. Karena para pebisnis kini telah mempelajari cara berkomunikasi secara efektif melalui online. Pelaku bisnis online menjalankan proses bisnis mereka melalui platform media sosial dengan memanfaatkan teknologi yang tersedia. Para pelaku bisnis memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk menyampaikan informasi rinci tentang produknya (Yana Siregar et al., 2020). Menurut Rachmawaty dan Siagawati sebanyak 150 juta penduduk Indonesia telah terdaftar sebagai penggunaan media sosial. Fakta ini menunjukkan bahwa rata-rata penduduk Indonesia menghabiskan 8 jam 51 menit per hari untuk menggunakan berbagai fasilitas di internet. Dalam sekitar 3 jam 23 menit diantaranya dihabiskan untuk berinteraksi di media sosial (Rachmawaty, 2021). Ini membuktikan bahwa media sosial telah menjadi sesuatu yang hampir semua masyarakat menggunakannya sehari-hari.

Berbagai media sosial telah menunjukkan perkembangan dan banyak sekali kegunaan, salah satunya yaitu Instagram. Instagram adalah aplikasi untuk mengunggah foto dan video (Atmoko, 2022). Instagram juga digunakan sebagai platform untuk promosi dan penjualan di toko online karena peningkatan pengguna Instagram yang sangat pesat. Berikut merupakan data mengenai survei pengguna Instagram terbanyak secara global.



Gambar 1 Pengguna Aktif Instagram

Sumber: katadata.co.id 2023

Berdasarkan data menurut survei *We Are Social* tahun 2023 bahwa pengguna Instagram di Indonesia sangat banyak menempati posisi ke-4 dari 5 negara dengan pengguna aktif terbanyak, dengan total 104,8 juta pengguna. Jumlah ini diperkirakan akan terus meningkat setiap tahun, menunjukkan peluang besar bagi pelaku bisnis, terutama di bidang *fashion*, untuk mempromosikan produk mereka lebih luas melalui

Instagram. Pemerintah daerah berperan penting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di wilayahnya.

UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Sari et al., 2021). Selain itu, UMKM relatif stabil dan merupakan kunci utama dalam pembangunan ekonomi lokal serta pengurangan pengangguran. UMKM perlu didorong untuk meningkatkan perekonomian daerah (Putra, 2015). Pengrajin tradisional adalah salah satu pelaku UMKM yang menawarkan produk khas dengan kreasi budaya unik masing-masing. Mulanya, kegiatan kerajinan hanya berfokus pada beberapa produk saja, namun kemudian dianggap penting untuk mengembangkannya lebih lanjut (Muna & Taher, 2017). Menanggapi perkembangan para pengrajin, pemerintah akhirnya membentuk sebuah organisasi bernama Dewan Kerajinan Nasional (Dekranas).

Dekranas adalah organisasi nirlaba yang mengumpulkan para pengrajin seni untuk mengembangkan karyanya dan meningkatkan bisnisnya, terutama bagi kelompok UMKM. Organisasi ini bertujuan untuk memajukan kreativitas dan daya cipta budaya dalam bidang kerajinan serta mempromosikan dan memasarkan hasil kerajinan para pengrajin, dengan harapan dapat membantu para pengusaha dalam memaksimalkan potensi dari karya-karya pengrajin. Berdasarkan keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 537/5038/Sospol tanggal 15 Desember 1981, dibentuklah Dekranasda di setiap daerah pemerintah untuk mempercepat perkembangan para pengrajin, memperluas jaringan dan meningkatkan pengenalan para pengrajin. Menteri Perindustrian dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan membentuk organisasi Dekranas tingkat daerah yang dikenal sebagai Dewan Kerajinan Rakyat Daerah (Dekranasda).

Menurut (Peraturan Menteri Perdagangan RI, 2023) untuk mengatasi berbagai praktik tidak sehat dalam perdagangan melalui sistem elektronik yang merugikan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), Pemerintah berkomitmen untuk membangun sebuah ekosistem niaga elektronik (e-commerce) yang adil, sehat, dan bermanfaat melalui penerbitan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Tujuan utama dari Permendag ini adalah untuk melindungi kepentingan para pelaku usaha, khususnya UMKM, serta meningkatkan integritas dan kesehatan ekosistem perdagangan elektronik secara keseluruhan. Penilaian dilakukan melalui rekapitulasi penjualan dari waktu ke waktu untuk menganalisis apakah hasil penjualan Dekranasda Jakarta Barat mengalami peningkatan atau penurunan. Berikut adalah tabel yang menunjukkan hasil penjualan produk Dekranasda Jakarta Barat untuk periode November 2023 – April 2024:

Tabel 1 Rekap Penjualan Dekranasda Jakarta Barat 2023 - 2024

No	Produk	2023		2024			
		November	Desember	Januari	Februari	Maret	April
1	Fashion	25	21	18	18	21	16
2	Craft	8	4	6	15	6	6
3	Jewelry	1	4	5	9	15	1
4	Aksesoris	13	2	2	4		
Total		47	31	31	46	42	23

Sumber: Dokumen Dekranasda Jakarta Barat

Saat ini, Dekranasda Jakarta Barat menghadapi tantangan dalam mempromosikan produk lokal. Meskipun banyak produk lokal yang memiliki kualitas baik, masih banyak

masyarakat yang tidak mengetahui keberadaan produk tersebut, sehingga upaya promosi Dekranasda Jakarta Barat belum maksimal. Dekranasda Jakarta Barat juga secara aktif membuat konten dan melakukan *live streaming* di media sosial. Dalam upaya pengembangan media sosial, Instagram menjadi platform utama bagi Dekranasda Jakarta Barat untuk mempromosikan produk-produk kerajinan lokal kepada baik penduduk setempat maupun wisatawan yang berkunjung ke Indonesia. Instagram Dekranasda Jakarta Barat berfungsi sebagai etalase bagi para pengrajin fashion *handmade* dan berperan dalam meningkatkan perekonomian para pengrajin di Dekranasda Jakarta Barat (Prajarini, 2020). Berkembangnya transaksi belanja online, terutama melalui platform Instagram, telah memunculkan tren baru yang disebut *live streaming*.

Menurut Liam dalam (Ramadhany, 2023) tujuan dari *live streaming* adalah untuk memperkenalkan produk-produk unggulan sekaligus mempromosikan nama toko atau merek. Banyak penjual atau penyedia barang dan jasa yang semakin aktif melakukan siaran langsung (*live streaming*) untuk meningkatkan promosi, memperkuat branding, serta meningkatkan angka penjualan. Kegiatan *live streaming* ini dimanfaatkan oleh Dekranasda Jakarta Barat sebagai sarana promosi langsung dengan menampilkan produk-produk mereka untuk meningkatkan penjualan di internet dan meningkatkan *traffic* pengunjung di Instagram. Oleh karena itu penelitian ini akan menganalisis *live streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat menggunakan teori EPIC Model untuk mengetahui efektifitas *live streaming* Instagram serta tantangan dan peluang penggunaan *live streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat.

KAJIAN LITERATUR

Pemerintah membuat Dekranas tingkat daerah untuk menggaet para pengrajin di setiap daerah dan untuk mempermudah lancarnya kegiatan pengembangan kerajinan ini. Setiap Dekranasda mengembangkan gerai tersendiri agar masyarakat sekitar mengetahui akan adanya Dekranasda di daerahnya masing-masing. Mengembangkan Dekranasda dapat melalui pemasaran. Pemasaran yang dimaksud adalah Serangkaian tindakan untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menawarkan nilai kepada pelanggan serta mengelola hubungan dengan pelanggan dengan cara yang menguntungkan perusahaan dan pemilik sahamnya yang dikenal sebagai pemasaran (Kotler & Keller, 2006).

Pemasaran terus berkembang dengan kemajuan teknologi yang pesat untuk mendukung berbagai kegiatan di era modern (Dika Adhilni et al., 2023). Di era digitalisasi ini Dekranasda menggunakan pemasaran digital dalam mengikuti pengembangan digital. *Digital marketing* yang dimaksud yaitu upaya promosi dan penetrasi pasar yang dilakukan melalui media digital secara online, dengan memanfaatkan berbagai platform seperti jejaring sosial (Lestari & Saifuddin, 2020). Platform utama yang digunakan Dekranasda Jakarta Barat adalah Instagram karena akses Instagram lebih efisien dan mudah digunakan melalui *smartphone*. Instagram memiliki fitur *live streaming*. Fitur *live streaming* memungkinkan pelaku bisnis untuk menawarkan produk secara *real-time*, memberikan penjelasan rinci tentang produk, menjawab pertanyaan pembeli potensial, serta berinteraksi dengan mereka dalam waktu nyata (Saputra & Fadhillah, 2022). Fitur *live streaming* membuat Dekranasda Jakarta Barat dapat menjelaskan tentang apa yang mereka tawarkan dan untuk membangun kepercayaan audiens dalam berbelanja secara online.

Dalam mengetahui efektifitas *live streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat, peneliti menggunakan teori EPIC Model dengan menghubungkan indikator *live streaming* untuk mengetahui efektifitas *live streaming* Instagram serta tantangan dan peluang penggunaan *live streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat. Menurut Durianto (Arisandi & Widaningsih, 2022) EPIC Model merupakan salah satu pengukuran

efektivitas promosi untuk mengukur dampak komunikasi dengan mencakup 4 dimensi yaitu:

1. Empati. Dimensi ini berkaitan dengan dimensi emosional yang memberikan informasi apakah audiens merasa tertarik dengan promosi yang disampaikan dan menggambarkan bagaimana audiens melihat hubungan antara promosi dengan diri mereka sendiri.
2. Persuasi. Dimensi ini bertujuan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku yang dihasilkan dari kegiatan promosi
3. Dampak. Dimensi ini hasil yang diharapkan dari promosi melalui media sosial, yang mencakup peningkatan pemahaman tentang media sosial serta observasi terhadap respons dari audiens.
4. Komunikasi. Dimensi ini diartikan sebagai kemampuan audiens untuk mengingat pesan utama dari suatu informasi yang disampaikan, pemahaman audiens terhadap pesan tersebut, serta kekuatan yang dimiliki oleh pesan tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (Saputra & Fadhilah, 2022) ada tiga indikator yang terdapat pada *live streaming* yaitu:

1. *Attractiveness* (daya tarik) merupakan aspek yang penting, dimana penampilan fisik yang menarik dari pelaku *live streaming* menjadi salah satu komponen utamanya. Audiens cenderung membentuk kesan positif dan lebih mempercayai apa yang disampaikan oleh pelaku *live streaming* dengan penampilan fisik yang menarik.
2. *Trustworthiness* (kepercayaan) merupakan aspek penting, yang didefinisikan sebagai kejujuran, integritas dan keandalan yang dimiliki oleh seorang pelaku *live streaming*.
3. *Expertise* (keahlian) merujuk pada sejauh mana seorang pelaku *live streaming* dianggap memiliki kualitas yang memadai untuk memberikan informasi yang valid dan akurat saat mendiskusikan produk tertentu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian yang digunakan yaitu studi kasus. Peneliti akan terlibat dalam pengamatan langsung, wawancara mendalam, dan analisis dokumen terkait. Pendekatan ini memberikan kesempatan untuk memperoleh wawasan mendalam tentang pengalaman subjektif peserta dan memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi berbagai dimensi dari fenomena yang diteliti. Instrumen wawancara disesuaikan untuk memungkinkan pemahaman yang komprehensif dari berbagai sudut pandang yang relevan.

Pertama dari perspektif pelaku usaha, instrumen ini dirancang untuk menggali wawasan dari para pemimpin kunci dalam Dekranasda Jakarta Barat termasuk ketua, sekretaris dan staf. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap tingkatan organisasi memiliki kesempatan untuk menyampaikan pandangan mereka terkait tantangan dan peluang yang ada. Selain itu, wawancara ini juga mempertimbangkan dari sudut pandang audiens. Dengan memperhatikan bagaimana audiens merespons dan berinteraksi dengan produk dan layanan yang ditawarkan oleh pelaku usaha, wawancara ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang kaya dan beragam. Dengan demikian, hasil yang akan diperoleh tidak hanya dari pandangan internal Dekranasda Jakarta Barat tetapi mencakup dari perspektif dari audiens. Kombinasi kedua sudut pandang ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh dan mendalam.

Setelah wawancara dan telaah dokumen dilakukan, data perlu diolah untuk menilai keabsahannya. Data dari wawancara akan diolah dengan cara menyusun transkrip wawancara secara verbatim (kata demi kata) dan akan melalui beberapa tahap pengolahan sebelum dapat digunakan dalam analisis dan pembahasan untuk mencapai kesimpulan.

Proses analisis data yaitu pengolahan data, analisis data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Analisis EPIC Model Pada *live streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat akan diukur pada suatu kegiatan yang berhubungan dengan *live streaming* Instagram menggunakan teori EPIC Model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas *Live Streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat untuk meningkatkan omset penjualan **Dimensi Empati**

Dalam analisis dimensi empati, peneliti mendapat beberapa aspek penting dalam mempengaruhi interaksi dan keterlibatan audiens selama *live streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat. Analisis ini adalah suatu proses evaluasi untuk menilai sejauh mana *live streaming* Instagram menerapkan aspek-aspek empati terhadap audiens. Ini melibatkan penilaian tentang pesan dan interaksi pada saat pelaksanaan *live streaming* untuk memahami audiens terhadap kebutuhan dan keinginan audiens.

Aspek pertama yang harus diperhatikan yaitu tentang cara yang efektif Dekranasda Jakarta Barat untuk menunjukkan rasa empati pada saat melakukan kegiatan *live streaming* terhadap kebutuhan dan keinginan penonton. Dekranasda Jakarta Barat telah menerapkan berbagai strategi yang efektif untuk menunjukkan rasa empati terhadap kebutuhan penonton pada saat *live streaming* Instagram, salah satu strategi yang digunakan adalah menjelaskan produk secara detail dengan pembawaan yang sopan dan santai, dalam artian tidak kaku pada saat menjelaskan produk yang sedang dipromosikan. Sebagaimana ibu Emi selaku sekretaris Dekranasda Jakarta barat menjelaskan bahwa *"Kita harus sebisa mungkin menggunakan bahasa yang mudah dipahami, jangan jaim ke penonton. kita bisa menyapa dengan semangat karena orang akan senang jika disapa walaupun belum tentu membeli"*. Dekranasda Jakarta Barat juga memperhatikan dan merespons langsung para audiens selama *live streaming*. Para pelaku *live streaming* Dekranasda Jakarta Barat juga aktif dalam menyapa para penontonnya dan memperhatikan pertanyaan atau komentar-komentar yang diberikan penonton dan menjawabnya dengan respons yang ramah dan berempati. Dengan cara ini Dekranasda Jakarta Barat akan berhasil membangun ikatan yang kuat dan menunjukkan rasa empati dengan audiensnya. Jika merespons dengan empati terhadap kebutuhan audiens maka Dekranasda Jakarta Barat akan dapat meningkatkan kualitas layanan dan penjualan karena berhasil membangun ikatan yang kuat dengan audiens.

Berfokus pada empati terhadap kebutuhan audiens, interaksi langsung menjadi semakin penting dalam membangun hubungan yang kuat untuk meningkatkan *engagement*. Strategi yang efektif dalam membangun hubungan yang kuat dengan cara membaca reaksi dan tanggapan audiens secara langsung selama *live streaming*. Para pelaku *live streaming* dapat merespons secara langsung terhadap komentar atau pertanyaan-pertanyaan dari audiens. Lalu agar *live streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat membuat para penonton merasa adanya empati, para host harus memberikan apa yang dibutuhkan para penonton. Hal ini disampaikan oleh kak Alda selaku staf Dekranasda Jakarta Barat yang mengatakan bahwa:

"Saya selalu berusaha untuk mendengarkan dengan seksama setiap komentar, pertanyaan, atau umpan balik yang diberikan oleh audiens selama live streaming. Saya selalu merespons setiap komentar atau pertanyaan dari audiens dengan ramah dan penuh penghargaan. Jika ada audiens yang menghadapi masalah atau kesulitan, saya berusaha untuk memberikan solusi atau bantuan langsung sebisa mungkin. Lalu mainkan ekspresi wajah dan gerakan tubuh untuk menunjukkan bahwa saya benar-benar peduli."

Lalu host juga harus melayani customer tentang produk yang diinginkan untuk dibeli, para host dapat mencoba pakaian tersebut agar audiens dapat mengira-ngira dengan ukuran yang sesuai. Strategi ini membuat audiens merasa dihargai dan didengar, sehingga pesan yang disampaikan melalui *live streaming* tersampaikan secara efektif agar mendapat *engagement* dari audiens. Hal ini sesuai berdasarkan dengan indikator *Attractiveness* yang membentuk kesan positif dan percaya para audiens atas yang disampaikan para pelaku *live streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat dengan berpenampilan menarik.

Dekranasda Jakarta Barat sudah menerapkan strategi ini dengan merespons setiap komentar, pertanyaan atau umpan balik yang diberikan audiens dengan semangat, ramah dan sopan sehingga membuat audiens tertarik. Strategi tersebut akan membantu Dekranasda Jakarta Barat mencapai tujuannya dan berpotensi meningkatkan omset penjualan. Ini salah satu aspek penting dalam membangun hubungan yang kuat dan memungkinkan para pelaku *live streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat untuk menunjukkan empati dan kepedulian secara langsung.

Dimensi Persuasi

Di zaman modern yang dikuasai oleh platform digital, *live streaming* menjadi salah satu cara yang efektif dalam membangun hubungan yang kuat untuk mempengaruhi keputusan pembelian audiens. Strategi persuasif menjadi salah satu aspek kunci dari *live streaming* untuk mempengaruhi sikap dan perilaku audiens dalam keputusan pembelian. Strategi ini melibatkan berbagai cara untuk meyakinkan dan mempengaruhi audiens agar membeli produk yang ditawarkan.

Salah satu cara membangun kepercayaan pelanggan yaitu konsistensi dalam penyampaian pesan dan nilai suatu produk. Dengan menyajikan *live streaming* yang konsisten dan jujur, pelaku *live streaming* dapat membangun keunggulan dan kepercayaan. Berdasarkan indikator *trustworthiness*, ibu Wali Kota menyampaikan bahwa:

"Harus mendeskripsikan produk itu sedetail mungkin, kalau memang dia warnanya merah ya sampaikan merah. Jangan sampai di kamera kelihatannya misalnya merah bata, ternyata yang orang cari misalnya merah biasa, ternyata setelah sampai warna merah bata. Pokoknya deskripsikan sejelas mungkin, jangan bikin orang penasaran tetapi tidak sesuai dengan yang sebenarnya. Apalagi kalau batik itu ada batik tulis, ada batik cap itu kan harus disampaikan juga. Karena ini kan kita lebih banyak ke gaya Betawi banyak orang yang mencari gaya Betawi ya kita sampaikan."

Dengan membangun hubungan yang kuat dan berarti dengan audiens, pelaku *live streaming* akan mempengaruhi terhadap pembelian secara positif. Dengan memberikan *live streaming* yang konsisten dan transparan dapat memperkuat ikatan dengan audiens dan dapat membangun reputasi yang kuat dan dapat dipercaya. Strategi tersebut merupakan aspek penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian audiens.

Salah satu aspek penting lainnya yaitu mengetahui fokus utama meyakinkan audiens tentang nilai produk. Fokus utama dalam meyakinkan audiens tentang nilai produk sangatlah penting, mengkomunikasikan pesan harus jelas tentang nilai keunikan, keunggulan dan manfaat yang dimiliki oleh produk Dekranasda Jakarta Barat. Penting juga untuk menyampaikan pesan-pesan yang menarik, efektif dan mudah dipahami oleh audiens dengan menggunakan bahasa yang sederhana namun persuasif.

Selain aspek di atas, dalam menyampaikan pesan perlu untuk memberikan bukti sosial atau testimoni yang mendukung nilai produk Dekranasda Jakarta Barat. Teknik ini bermaksud untuk memperkuat keyakinan dan kepercayaan audiens terhadap produk yang

dipromosikan serta secara tidak langsung mempengaruhi audiens dalam keputusan pembelian. Bukti sosial atau testimoni ini berbagai macam, seperti cerita pengalaman pembeli, mengundang orang lain yang sudah pernah membeli untuk menceritakan pengalaman tentang produk Dekranasda Jakarta Barat dan mengundang salah satu pengrajin sebagai bintang tamu, dengan mendengarkan penjelasan nyata dari orang lain, maka audiens akan merasa lebih percaya dalam mengambil keputusan pembelian karena sudah memiliki bukti bahwa produk Dekranasda Jakarta barat berhasil membuat orang lain puas. Bukti kuat lainnya yaitu menjelaskan tentang kualitas dan menampilkan produk-produk Dekranasda Jakarta Barat selama *live streaming* berlangsung.



Gambar 2 Menjelaskan produk yang diinginkan penonton
Sumber: Dokumen Dekranada Jakarta Barat

Pada saat melaksanakan *live streaming* Instagram, perlunya memastikan bahwa panggilan tindakan (*call to action*) yang disampaikan memicu tindakan pembelian dari audiens. Dekranasda Jakarta Barat harus memperhatikan akan bagaimana pesan yang disampaikan dalam *live streaming* dapat mendorong audiens untuk memicu tindakan selanjutnya dalam proses pembelian. Cara dalam menyampaikan panggilan tindakan harus secara jelas mengarahkan audiens untuk melakukan yang diperintahkan seperti *Screenshot* barang yang ingin ditanyakan agar lebih jelas, lalu kirim ke nomor WhatsApp ada di link bio atau DM (*Direct Message*) Instagram Dekranasda Jakarta Barat. Dengan memperhatikan semua hal diatas, maka Dekranasda Jakarta Barat dapat memastikan

panggilan tindakan yang disampaikan efektif untuk memicu tindakan pembelian dari audiens selama *live streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat.

Dimensi Dampak

Analisis dampak ini adalah aspek penting dari evaluasi yang mendalam terhadap efektivitas strategi pemasaran. Dekranasda Jakarta Barat melakukan pengukuran untuk memahami sejauh mana *live streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat telah berdampak pada kesadaran audiens dan peningkatan penjualan. Dengan menggunakan *live streaming* Instagram sebagai media promosi, Dekranasda Jakarta Barat melakukan pengenalan produknya, meningkatkan pengetahuan audiens tentang brand dan produk yang Dekranasda Jakarta Barat promosikan.

Ada beberapa cara Dekranasda Jakarta Barat mengukur dampak *live streaming* Instagram terhadap peningkatan penjualan atau kesadaran merek, yaitu peningkatan jumlah *followers* dan jumlah *viewers* yang berarti antusias orang yang ingin mengetahui Dekranasda Jakarta Barat dan dilihat dari peningkatan penjualan setelah adanya promosi melalui *live streaming* Instagram secara online (*live*) ataupun secara offline yang datang langsung ke gerai Dekranasda Jakarta Barat. Bu Wali Kota juga menambahkan bahwa:

“Mengukur dampak live streaming Instagram itu dari pemasukan rekeningnya. Jikalau rekeningnya masih kurang, berarti kan proses live streamingnya belum ada kemajuan, tapi dengan live streaming ini bukan berarti misalnya sehari-dua hari melakukan live streaming Instagram ternyata tidak ada orang belanja, tapi kan dengan melihat live streaming itu tiga hari kemudian ada yang mengontak Fiki, Alda dan ada yang mengontak saya untuk membeli produk-produk Dekranasda Jakarta Barat. Jadi mengukurnya dengan lihat rekening sama barangnya sudah habis atau belum seperti produk cukin ini yang sudah mau habis”.

Dekranasda Jakarta Barat juga harus memantau *insight* Instagram juga penting untuk mengukur dampak dari *live streaming* Instagram seperti jumlah tayangan pada saat *live*, jumlah tayangan ulang *live streaming* yang disimpan dan diposting di Instagram Dekranasda Jakarta Barat, lalu jumlah interaksi seperti komentar, *like* dan *share*.



Gambar 3 Insight Instagram
Sumber: Instagram Dekranasda Jakarta Barat

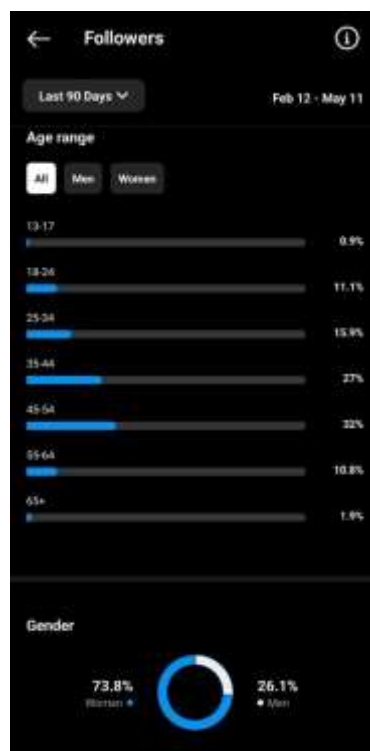
Dekranasda Jakarta Barat memperhatikan berbagai indikator kesuksesan yang dapat memberikan gambaran tentang dampak strategi promosi *live streaming* Instagram. Ada beberapa fokus dalam indikator kesuksesan yaitu meningkatnya jumlah penonton, tingkat interaksi atau *engagement*, lalu tingkat keterlibatan selama *live streaming* Instagram seperti pertanyaan, komentar dan umpan balik dan meningkatnya jumlah *followers*. Indikator kesuksesan juga mencakup dalam peningkatan penjualan dan pendapatan terkait produk yang dipromosikan dalam *live streaming* Instagram dan meningkatnya hubungan dan loyalitas audiens. Dekranasda Jakarta Barat memperhatikan beberapa indikator kesuksesan ini agar mendapat pemahaman yang lengkap tentang dampak *live streaming* Instagram terhadap audiens. Dari hasil analisis ini dapat digunakan untuk merancang strategi yang lebih efektif kedepannya untuk meningkatkan kualitas *live streaming* dan memperkuat hubungan dengan audiens untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi lagi.

Hal ini menunjukkan bahwa bagaimana dampak yang nyata dalam meningkatkan penjualan dengan melakukan promosi melalui *live streaming* Instagram. Dan dengan memberikan contoh konkret ini, akan membantu Dekranasda Jakarta Barat memahami nilai strategi promosi *live streaming* Instagram dan merancang strategi yang lebih efektif ke depannya. Dengan kualitas baik yang dimiliki para pelaku *live streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat, hal ini sesuai berdasarkan indikator *expertise* untuk memberikan informasi yang valid dan akurat dalam mendeskripsikan produk tertentu.

Dimensi Komunikasi

Interaksi dan komunikasi adalah fondasi penting dalam membangun hubungan yang kuat antara pelaku *live streaming* dan audiens. Penilaian terhadap efektivitas komunikasi yang terjadi saat melakukan promosi melalui *live streaming* termasuk respons Dekranasda Jakarta Barat terhadap pertanyaan atau komentar penonton, serta kemampuan dalam menyampaikan pesan dengan jelas dan meyakinkan.

Dekranasda Jakarta Barat mengetahui pentingnya memastikan bahwa pesan dalam *live streaming* Instagram terhubung secara efektif dengan audiens dalam membangun keterlibatan yang kuat untuk mempengaruhi audiens. Pesan yang disampaikan harus menarik, sesuai dan mudah dipahami oleh audiens. Kegiatan promosi melalui *live streaming* Instagram menciptakan kontak komunikasi yang tidak hanya dari satu arah tetapi dari dua arah yaitu pelaku *live streaming* dan audiens. Agar pesan terhubung dengan audiens maka pentingnya menyapa audiens pada saat *live streaming* Instagram, lalu interaksi dengan audiens selama *live streaming* seperti menawarkan audiens dengan mengajukan pertanyaan, memberikan komentar dan merespons audiens dengan cepat membuat penonton nyaman yang dapat membangun hubungan yang kuat dengan penonton.



Gambar 4 *Insight* Karakteristik Instagram Dekranasda Jakarta Barat
Sumber: Instagram Dekranasda Jakarta Barat

Selain memastikan pesan yang disampaikan terhubung dengan audiens, dalam *live streaming* perlu strategi untuk menyesuaikan gaya komunikasi dengan berbagai macam karakteristik para audiens. Strategi ini disesuaikan dengan kebutuhan dan minat yang berbeda agar menjadi kunci penting membangun koneksi yang kuat dengan audiens. Hal utama untuk memahami karakteristik audiens yaitu seperti jenis kelamin, usia, lokasi tempat tinggal dan profesi. Dapat dilihat dari *insight* Instagram Dekranasda Jakarta Barat pada gambar 4 bahwa sebagian besar peminat Dekranasda Jakarta Barat adalah perempuan dengan akumulasi 73,8% dibandingkan laki-laki hanya 26,1% dan dari usia terbanyak yaitu 45 - 54 tahun dengan akumulasi 32% dan usia 35 - 44 tahun dengan akumulasi 27% yang berarti produk-produk Dekranasda Jakarta Barat mayoritas

peminatnya yaitu perempuan yang sudah memiliki penghasilan stabil. Dengan mengetahui karakteristik audiens maka akan mudah untuk menyesuaikan bahasa atau pendekatan komunikasi ke audiens. Audiens terdiri dari anak muda, berarti menggunakan bahasa yang lebih santai. Namun yang terpenting adalah sopan terhadap semua kalangan audiens dan hindari penggunaan bahasa yang kurang dikenali audiens. Dengan memahami karakteristik audiens sesuai dengan siapa target audiensnya maka akan menciptakan komunikasi yang lebih efektif.

Strategi lainnya yaitu dengan memanfaatkan elemen visual, suara dan interaksi dalam *live streaming* untuk memperkuat pesan komunikasi. Hal pertama yang diperhatikan yaitu dari elemen visual yang digunakan untuk menyampaikan informasi dengan menampilkan produk-produk Dekranasda Jakarta Barat secara jelas. Elemen visual mencakup segala sesuatu yang dilihat audiens selama *live streaming*, ibu Emi menekankan bahwa *"jangan sampai produk yang ditampilkan pada saat live streaming Instagram berbeda dengan yang dilihat secara langsung karena ini akan mempengaruhi kepercayaan audiens"*. Dengan memanfaatkan elemen visual, maka dapat menarik audiens dan memperkuat pesan komunikasi Dekranasda Jakarta Barat dengan audiens. Elemen suara juga sama pentingnya dengan elemen visual. Suara pelaku *live streaming* yang jelas dan bersemangat membantu audiens dalam memperhatikan produk yang sedang dipromosikan dan mempertahankan keterlibatan audiens selama *live streaming* Instagram. Dengan memanfaatkan elemen suara dengan baik maka akan tercipta pengalaman *live streaming* yang jelas dan menarik. Selain elemen diatas, interaksi langsung dengan audiens juga penting dalam memperkuat pesan komunikasi termasuk dalam tanya jawab dan diskusi dengan audiens selama *live streaming*. Para pelaku *live streaming* dapat merespons pertanyaan atau umpan balik dan memberi solusi untuk masalah yang dihadapi audiens. Dengan membangun hubungan yang erat dengan audiens maka akan memperkuat pesan komunikasi. Dekranasda Jakarta Barat menciptakan *live streaming* Instagram yang kuat dan efektif dalam menyampaikan pesan terkait produk yang dipromosikan dengan menggabungkan elemen visual, suara dan interaksi dengan audiens.

Dengan memperhatikan semua hal ini maka Dekranasda Jakarta Barat akan berhasil menangani pertanyaan atau umpan balik agar menjaga arus komunikasi yang lancar dan efektif, Sehingga membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens untuk meningkatkan penjualan. Komunikasi yang baik mengintegrasikan semua aspek (*attractiveness, trustworthiness dan expertise*) untuk menciptakan sesi *live streaming* Instagram yang efektif dan berdampak tinggi.

Tantangan dan Peluang Penggunaan *Live Streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat

Setiap melakukan suatu kegiatan pastinya ada tantangan yang harus dihadapi. Tantangan yang dihadapi dalam mengimplementasikan *live streaming* Instagram. Kendala teknis seperti koneksi internet yang tidak stabil atau masalah teknis lainnya masih menjadi hambatan dalam menyelenggarakan *live streaming* yang sukses. Dekranasda Jakarta Barat perlu menguasai teknologi terutama dalam teknis *live streaming* Instagram untuk mengatasi tantangan ini sehingga pelaksanaan *live streaming* tidak menimbulkan hambatan yang signifikan. Para pelaku *live streaming* harus memiliki ide-ide kreatif pada pelaksanaan *live streaming* yang menjadi nilai lebih. Tantangan lainnya adalah sebagaimana yang dikatakan ibu Wali Kota dan ibu Emi yaitu:

"Tantangannya itu bagaimana caranya menarik orang untuk nonton dan saya nggak pernah malu untuk menyampaikan bahwa saya mau live streaming, teman saya mau live streaming ke semua teman-teman dari Kecamatan, Kelurahan, teman-teman saya di provinsi."

Meskipun ada beberapa tantangan pada pelaksanaan *live streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat, terdapat berbagai peluang dalam meningkatkan omset penjualan salah satunya kemampuan berinteraksi secara langsung dengan audiens. Dengan menjawab pertanyaan, memberikan informasi dan memberikan diskon sebuah produk secara langsung kepada audiens, maka akan meningkatkan kepercayaan dan minat audiens terhadap produk Dekranasda Jakarta Barat. Dengan adanya *live streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan menarik pelanggan baru dari berbagai macam daerah. *Live streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat juga berfungsi untuk menampilkan produk-produk pengrajin lokal secara langsung dan mengadakan tanya jawab dengan audiens agar menciptakan pengalaman yang interaktif dan dapat mendorong audiens untuk melakukan pembelian. Dengan segala inovasi dan kreativitas dan pemahaman akan kebutuhan audiens, maka Dekranasda dapat mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang untuk mencapai tujuan dari kegiatan *live streaming* Instagram. Dengan menganalisis tantangan dan peluang ini, Dekranasda Jakarta Barat dapat melakukan strategi yang lebih efektif kedepannya untuk meningkatkan omset penjualan.

PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *live streaming* Instagram oleh Dekranasda Jakarta Barat telah terbukti cukup efektif dalam meningkatkan penjualan setelah adanya mengaitkan dengan teori EPIC Model. *Live streaming* ini telah berfungsi dengan baik sebagai media promosi bagi Dekranasda Jakarta Barat. Meskipun demikian, terdapat beberapa tantangan terkait pemahaman detail produk dan kesulitan dalam menarik jumlah audiens yang banyak untuk menonton *live streaming* tersebut. Berdasarkan ruang lingkup Dekranasda Jakarta Barat, penelitian ini didukung oleh data dokumen, observasi, dan wawancara yang mendalam, serta diperkuat dengan teori EPIC Model.

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan, peneliti memberikan saran rekomendasi bagi Dekranasda Jakarta Barat yaitu pelaku *live streaming* Instagram Dekranasda Jakarta Barat harus mempelajari lebih detail tentang pemahaman produk yang akan dipromosikan dan juga membagikan *link live streaming* Instagram di media sosial atau aplikasi kirim pesan dan mengiklankan produk Dekranasda Jakarta Barat menggunakan jasa digital agensi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisandi, D. V., & Widaningsih, S. (2022). Pengukuran Efektifitas Pemasaran Digital Instagram Ads Menggunakan Metode Epic (Studi Kasus Di UMKM Lobi Piru, Provinsi Maluku Tahun 2022). *E-Proceeding of Applied Science*, 8(5), 545.
- Atmoko, D. (2022). ENDORSEMENT AGREEMENTS ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA RELATED TO ARTICLE 7 OF LAW NUMBER 8 OF 1999 CONCERNING CONSUMER PROTECTION. In *JIPRL Journal of Indonesia Law & Policy Review*.
- Dika Adhilni, R., Aprillia, N., Putri, A., Risky, A. H., Eden, J., Mohamad, T., Wicaksono, A., Nisa, T. K., & Nuryananda, P. F. (2023). UPAYA PENGEMBANGAN UMKM KELURAHAN KEDUNG BARUK MELALUI WORKSHOP INSTAGRAM BUSINESS SEBAGAI MEDIA PROMOSI DIGITAL. *JCOS: Journal of Community Service*, 1(3), 137–145. <https://doi.org/10.56855/jcos.v1i3.476>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.

- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. In *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* (Vol. 3, Issue 2).
- Muna, N., & Taher, A. (2017). Produktivitas Dewan Kerajinan Nasional Daerah (DEKRANASDA) Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Kabupaten Bireuen. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah* (Vol. 2). www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP
- Peraturan Menteri Perdagangan RI. (2023). PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 31 TAHUN 2023 TENTANG PERIZINAN BERUSAHA, PERIKLANAN, PEMBINAAN DAN PENGAWASAN PELAKU USAHA DALAM PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK. KEMENDAG.
- Prajarini, D. (2020). *Sosial Periklanan Instagram*.
- Putra, T. G. (2015). Peran Pemerintah Daerah Dan Partisipasi Pelaku Usaha Dalam Pengembangan UMKM Manik-Manik Kaca di Kabupaten Jombang. *Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 3(1).
- Rachmawaty, A. (2021). OPTIMASI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI MASA PEMBATAAN SOSIAL BERSKALA BESAR. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 8(1).
- Ramadhany, A. (2023). PENGGUNAAN FITUR LIVE STREAMING SEBAGAI MARKETING COMMUNICATION DAN LEADCUSTOMER TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 7(1), 117–128. <http://jurnal.ustjogja.ac.id>
- Saputra, G. G., & Fadhilah, F. (2022). Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 442–452. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2353>
- Sari, N., Rizki, M., & Dinya Solihati, K. (2021). DAMPAK STIMULUS PEMERINTAH UNTUK UMKM PADA ERA PANDEMI COVID-19. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 3(1).
- Solihati, K. D., & Azzam, H. A. (2023). Efektivitas Sosial Media Marketing Terhadap Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru Politeknik STIA LAN Jakarta. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*, 7(1), 344–349. <https://knia.stialanbandung.ac.id/index.php/knia/article/viewFile/873/375>
- Yana Siregar, L., Irwan Padli Nasution Prodi Manajemen, M., & Negeri Islam Sumatera Utara, U. (2020). HIRARKI Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis DEVELOPMENT OF INFORMATION TECHNOLOGY ON INCREASING BUSINESS ONLINE. *Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 71–75. <https://doi.org/10.30606/hjimb>