

Brand Awareness Xpose White Egg Drink Pada PT. Xpose Soteria Indonesia Melalui Feed Media Sosial Instagram @xpose_protein

Gerald Evan ^{a,1}, Sandy Gunarso Wijoyo ^{b,2,*}

^{a,b} Institut Bisnis Nusantara, Jl. Pulomas Timur 3A, Blok A No. 2, Kayu Putih, Jakarta Timur, 13340, Indonesia

¹ geraldevan22@gmail.com*; ² sandyogway@gmail.com

* penulis koresponden

INFO ARTIKEL

ABSTRAK

Riwayat artikel
Diterima
Direvisi

Kata Kunci
Kesadaran Merek_1
Media Sosial_2
Instagram_3
Xpose White Egg Drink_4
Mahasiswa_5

Keywords
Brand Awareness_1
Social Media_2
Instagram_3
Xpose White Egg Drink_4
Students_5

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pertumbuhan kesadaran merek dari para pengguna media sosial khususnya Instagram tentang produk Xpose White Egg Drink yang dikenalkan melalui Instagram @xpose_protein milik perusahaan PT. Xpose Soteria Indonesia. Keingintahuan ini muncul karena selama terjadinya pandemi Covid-19 dari tahun 2019 hingga 2021, perusahaan mampu mempertahankan penjualannya dengan promosi aktif melalui Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi pada *feeds* foto Instagram @xpose_protein dengan acuan indikator likes, komentar, dan hashtags. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram dapat meningkatkan kesadaran merek produk Xpose White Egg Drink di kalangan umum, khususnya mahasiswa. Kesadaran merek yang meningkat di kalangan mahasiswa terbukti mampu meningkatkan penjualan produk Xpose White Egg Drink. Oleh karena itu, perusahaan akan terus berinvestasi dalam promosi penjualan melalui media sosial, khususnya Instagram

This research aims to assess the level of brand awareness among social media users, particularly on Instagram, regarding the Xpose White Egg Drink introduced by PT. Xpose Soteria Indonesia through their Instagram account @xpose_protein. The curiosity behind this investigation arises from the company's ability to sustain its sales during the Covid-19 pandemic from 2019 to 2021, achieved through active promotion on Instagram. Employing a qualitative method with a case study approach, data was gathered through observation of the Instagram feeds @xpose_protein, focusing on indicators such as likes, comments, and hashtags. The findings of the research reveal that the use of Instagram effectively enhances brand awareness of Xpose White Egg Drink among the general public, particularly among students. The heightened brand awareness among students is proven to positively impact the sales of Xpose White Egg Drink. Consequently, the company intends to persist in investing in sales promotion through social media, specifically on Instagram. This underscores the platform's efficacy as a tool for not only maintaining but also amplifying brand visibility and consumer engagement, particularly in the context of the Xpose White Egg Drink product.

1. Pendahuluan

Digitalisasi media yang terjadi di Indonesia saat ini mendorong setiap perusahaan untuk mengubah cara mereka dalam memasarkan produk dan layanannya. Tidak hanya sekedar dilakukan secara langsung (*offline*), tetapi juga mulai menggunakan media sosial (*online*) sebagai cara memperkenalkan produk mereka. Penggunaan media sosial dinilai mampu mendekatkan pelanggan karena salah satu bagian dari media sosial memungkinkan terjadinya interaksi antara mereka dengan produsen. Interaksi ini mampu membentuk suatu ikatan (*bounding*) antara produsen dan pelanggannya untuk menciptakan kesetiaan konsumen pada merek.

Menurut Van Dijk dalam T. Siswanto, mengatakan bahwa media sosial adalah platform multimedia yang berfokus pada keterlibatan pengguna untuk mendukung aktivitas dan kolaborasi pengguna. Oleh karena itu, media sosial dapat dipandang sebagai lingkungan jaringan (fasilitator) yang membina hubungan sosial antar pengguna [1]. Mau tidak mau, sanggup tidak sanggup, perusahaan harus beradaptasi dengan perkembangan jaman dan mulai memikirkan cara untuk membangun sebuah jaringan digital yang dapat digunakan mereka sebagai media untuk mengkolaborasi antara visi, misi, dan proses branding produk atau layanannya. Menurut S. Gunarso, mengatakan bahwa media digital tidak hanya sekedar menjadi media penghibur, melainkan sudah banyak digunakan sebagai media bisnis untuk menawarkan produk atau jasa [2].

Media sosial yang umum digunakan para pengusaha saat melakukan *branding* produk atau layanannya adalah Instagram. Pemilihan Instagram karena media sosial ini mampu menayangkan gambar dan video. Fleksibilitas dalam mengunggah di Instagram juga sangat baik sehingga proses penyampaian informasi dari satu individu ke individu lainnya dapat berlangsung dengan cepat. Selain itu, menurut data dari Napoleoncat.com bahwa jumlah pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 116.161.400 hingga Agustus 2023. Jumlah tersebut mencakup 41,3% dari seluruh populasi Indonesia [3]. Senada dengan data Napoleoncat.com, Fadhil dalam bithourproduction.com juga mengatakan bahwa Instagram memiliki jumlah audiens aktif yang besar dan terus meningkat, sehingga memberikan peluang yang besar bagi perusahaan untuk menjangkau audiens mereka [4].

Salah satu perusahaan yang memasarkan produknya melalui media sosial Instagram adalah PT. Xpose Soteria Indonesia. Mereka memasarkan produk unggulan yaitu Xpose White Egg Drink menggunakan media sosial Instagram bernama @xpose_protein. Dengan Instagram tersebut diharapkan target pasar mereka yang merupakan remaja hingga dewasa dapat mengetahui lalu mengingat produk Xpose White Egg Drink sehingga proses *branding* dapat dimaksimalkan melalui Instagram. Menurut David Aaker dalam Siahaan & Yuliati, mengatakan bahwa *Brand Awareness* atau kesadaran merek adalah kemampuan dari pelanggan potensial untuk mengenali dan mengingatkan suatu merek dalam kategori tertentu [5].

Oleh karena itu, penelitian ini fokus pada langkah-langkah PT. Xpose Soteria Indonesia saat melakukan tahapan *branding* produk melalui *feed* media sosial Instagram @xpose_protein dengan acuan dimensi *brand awareness* yang dikemukakan dua tokoh, Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, yaitu, 1) Pengenalan Merek (*Brand Recognition*); 2) Pengingat Kembali (*Brand Recall*); dan 3) Puncak Pikiran (*Top of Mind*). Dengan begitu, peneliti mengambil judul Brand Awareness Xpose White Egg Drink Pada PT. Xpose Soteria Indonesia Melalui Feeds Media Sosial Instagram @xpose_protein.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Peneliti memilih metode kualitatif untuk menjelaskan fenomena di tengah masyarakat yang terjalin erat, menguraikan hipotesis, dan menyempurnakan teori. Menurut Sugiyono mengatakan bahwa, penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dan peneliti sendiri sebagai instrumen kuncinya, teknik pengumpulan data yang digunakan dengan triangulasi, data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis datanya bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena dan menemukan hipotesis [6]. Sedangkan menurut Ibrahim, mengatakan bahwa pendekatan kualitatif merupakan cara kerja penelitian yang menitikberatkan pada aspek pendalaman data untuk memperoleh kualitas dari penelitian yang dilakukan [7].

Sementara itu, menurut Sukmadinata, menyatakan bahwa studi kasus merupakan metode untuk menganalisis data yang berkenaan dengan suatu kasus. Sesuatu biasanya dijadikan kasus karena ada masalah, kesulitan, hambatan, penyimpangan, tetapi bisa juga sesuatu dijadikan kasus meskipun tidak ada masalah, yang dijadikan kasus karena keunggulan atau keberhasilannya [8]. Sedangkan Menurut Rahardjo, mengatakan bahwa studi kasus merupakan serangkaian kegiatan alamiah yang dilakukan secara intensif, rinci dan mendalam tentang suatu program, peristiwa, dan aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga, atau organisasi untuk mendapatkan pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut [9]. Penelitian dengan pendekatan Studi Kasus diharapkan dapat mengungkap hal-hal yang lebih terinci dan lengkap dari fenomena yang tidak mudah diungkap oleh orang biasa.

Sementara itu, untuk pengumpulan datanya, peneliti menggunakan teknik wawancara dan pengamatan atau observasi pada PT. Xpose Soteria Indonesia serta media sosial Instagram @xpose_protein. Proses analisis data menggunakan langkah-langkah yang penting dengan dimulai dari pengaturan dan organisasi data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian. Sebagai tahap awal, Upaya peneliti dilakukan dengan menyusun data dari beragam sumber hingga pada suatu struktur yang teratur. Selanjutnya, proses analisis melibatkan pemahaman mendalam terhadap pertumbuhan, perubahan, dan proses tindakan yang terjadi dalam masyarakat. Langkah berikutnya adalah reduksi data dari hasil pengamatan dan informasi yang diperoleh melalui wawancara serta berfokus pada bagian yang dianggap penting.

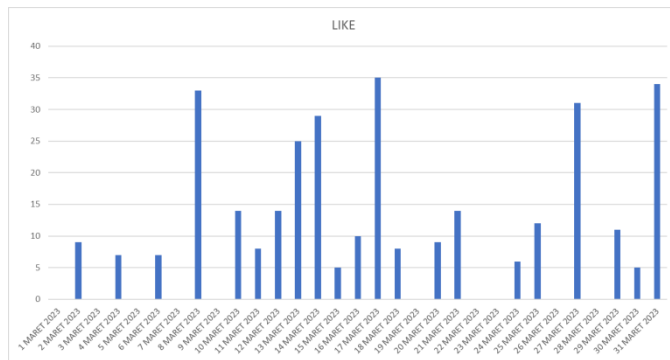
Terakhir, peneliti melakukan tahap pemeriksaan keabsahan data melalui metode triangulasi. Pendekatan ini memastikan bahwa data yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan melalui proses penggabungan beragam sumber informasi dan sudut pandang. Keseluruhan proses ini menciptakan kerangka analisis yang komprehensif untuk mengungkap dan memahami fenomena yang sedang diteliti.

3. Hasil dan Pembahasan

Peneliti melakukan penelitian ini sejak bulan Maret sampai dengan bulan Mei 2023 pada Instagram @xpose_protein milik PT. Xpose Soteria Indonesia. Setiap hari peneliti mengamati unggahan produk Xpose White Egg Drink pada Instagram dan memeriksa data Instagram pada fitur *like*, komentar, dan *hashtag* untuk mengetahui perkembangan *branding* dari produk Xpose White Egg Drink. Dari penelitian tersebut, peneliti merangkumnya ke dalam gambar, tabel, dan grafik dari hasil tertinggi menurut jumlah *like*, komentar, dan *hashtags* dan memperoleh hasil sebagai berikut:

Analisis Like Produk Xpose White Egg Drink Pada Feeds Foto Instagram @xpose_protein di Bulan Maret 2023

Tabel 1. Daftar *like* Instagram @xpose_protein di bulan Maret 2023



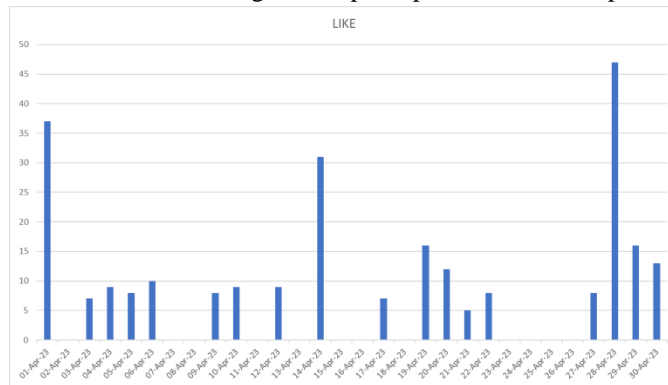
‘Dari tabel 1. terlihat bahwa jumlah *like* terbanyak pada tanggal 17 Maret 2023 adalah 35 *likes*. Ini terjadi karena pada unggahan Instagram @xpose_protein menyajikan memiliki warna yang cerah, dengan tulisan yang terlihat sangat jelas, dan terpampangnya gambar produk yang jelas, sehingga pengunjung yang melihat menyukai post tersebut, seperti ditunjukkan pada gambar 1 di bawah ini. Menurut Safira Haddad dalam *upgraded.id*, mengatakan bahwa warna yang konsisten dan tampilan produk yang jelas dapat meningkatkan daya tarik sebuah unggahan dan meningkatkan kesadaran serta pengenalan merek [10].

Gbr. 1. Unggahan dengan jumlah *like* terbanyak pada bulan Maret 2023 di Instagram @xpose_protein



Analisis Like Produk Xpose White Egg Drink Pada Feeds Foto Instagram @xpose_protein di Bulan April 2023

Tabel 2. Daftar *like* Instagram @xpose_protein di bulan April 2023



Pada tabel. 2 di atas, terlihat bahwa tanggal 28 April 2023, *post feeds* foto Instagram @xpose_protein mendapatkan jumlah *likes* terbanyak sebanyak 47 *likes*. Tingginya jumlah *likes* pada tanggal 28 April 2023 disebabkan oleh padatnya informasi yang disampaikan dalam suatu gambar yang diunggah pada *feed* Instagram, seperti pada Gbr. 2 di bawah ini. Menurut A. Pratiwi dari laman jalantikus.com mengatakan bahwa cara membuat konten disukai banyak orang adalah konten yang menarik, bermanfaat, dan bernilai bagi pengikut, seperti tips, tutorial, testimoni, atau cerita inspiratif [11].

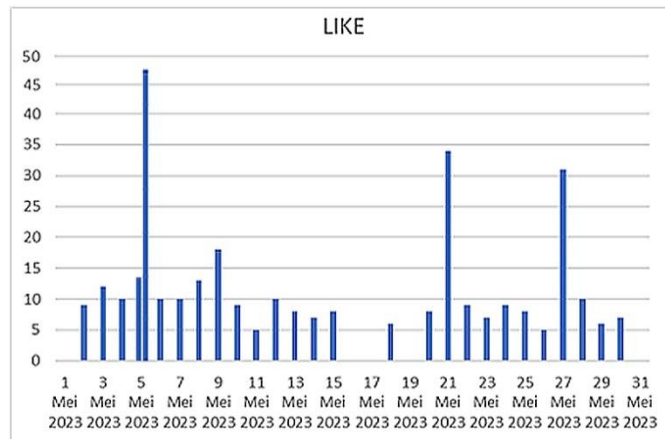
Gbr 2. Unggahan dengan jumlah *like* terbanyak pada bulan April 2023 di Instagram @xpose_protein



Sebanyak 47 pengunjung dan pengikut memberikan *likes* pada Gbr. 2 karena ditunjang berbagai faktor diantaranya admin Instagram @xpose_protein memasukkan foto seorang perempuan yang diperkirakan berusia sekitar 20 tahun. Menurut A. Maharani pada klikdokter.com mengatakan bahwa baik pria maupun wanita pasti setuju bahwa tujuan utama dari mengikuti akun orang-orang berpenampilan menarik adalah ingin mendapatkan pemandangan indah saja [12]. Dari niat melihat keindahannya saja, dapat berubah menyukai kontennya karena terdapat informasi jelas, seperti Mengenal Asam Amino Dalam Putih Telur. Pengunjung dan pengikut Instagram @xpose_protein diberikan informasi penting seputar Asam Amino.

Analisis Like Produk Xpose White Egg Drink Pada Feeds Foto Instagram @xpose_protein di Bulan Mei 2023

Tabel 3. Daftar *like* Instagram @xpose_protein di bulan Mei 2023



Tabel 3 di atas memperlihatkan aktivitas unggahan Instagram @xpose_protein pada bulan Mei 2023. Data menunjukkan bahwa jumlah *like* terbanyak tampak pada tanggal 5 Mei 2023 terutama di unggahan keduanya. Jika diamati secara lebih lanjut, maka konten pada unggahan kedua memang menarik dan kaya informasi dibandingkan unggahan pertama. Hal ini tampak dari Gbr. 3 untuk unggahan pertama dan Gbr. 4 untuk unggahan kedua di bawah.

Gbr 3. Unggahan dengan jumlah *like* lebih sedikit di tanggal 5 Mei 2023 di Instagram @xpose_protein



Warna dominan hitam tanpa disertai dengan warna cerah lainnya pada Gbr. 3 membuat kesan foto unggahan menjadi terlihat sedih dan putuh asa sehingga unggahan ini langsung dilewati oleh banyak pengunjung dan pengikut. Menurut K.C. Jones, mengatakan bahwa area hitam yang luas bisa jadi aksen hitam yang mengintimidasi dan menyedihkan di seluruh bagiannya [13]. Gbr. 3 jauh berbeda dengan Gbr. 4 di bawah ini. Pada Gbr. 4, Admin mengunggah gambar yang kaya informasi dan mengkombinasikan warna hitam dengan warna lain yang lebih cerah, seperti warna oranye, merah, dan perak.

Gbr 4. Unggahan dengan jumlah *like* lebih sedikit di tanggal 5 Mei 2023 di Instagram @xpose_protein



Analisa Komentar Bulan Maret 2023

Pada Instagram @xpose_protein, admin membuka kolom komentar di bawah unggahan gambar pada fitur *feed*. Komentar ini dinilai penting sebagai upaya perusahaan membuat pelanggannya terus menerus mengingat produk dan menaruh perhatian pada produk mereka, khususnya Xpose Egg White Drink. Hal itu sama seperti yang disampaikan oleh J. Warino. Menurutnya, banyaknya komentar yang positif dan relevan dapat meningkatkan otoritas dan reputasi suatu akun atau merek di platform Instagram. Komentar tersebut dapat membangun persepsi positif di mata pengguna lainnya [14].

Jika dilihat pada tabel 4 di bawah ini, maka tampak dengan jelas bahwa pengunjung dan pengikut Instagram @xpose_protein memberikan komentar pada unggahan di tanggal 1, 17, dan 27 Maret 2023. Hal itu dikarenakan admin mengunggah konten seperti pada Gbr. 5, Gbr. 6 dan Gbr. 7 di bawah ini.

Gbr. 5. Unggahan dengan jumlah komentar terbanyak di tanggal 1 Maret 2023 di Instagram @xpose_protein



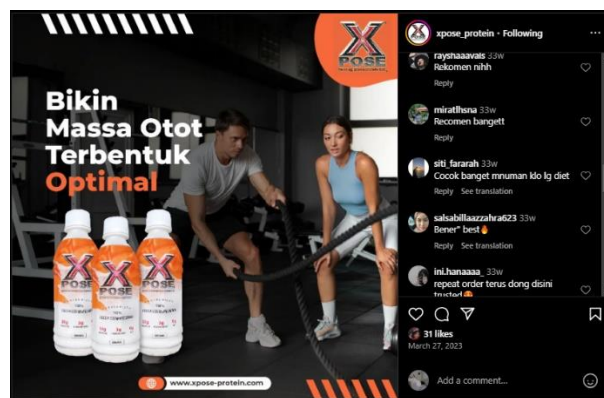
Dalam Gbr. 5 ada banyak sekali pengunjung yang memberikan komentar positif, salah satunya seperti dari akun @fhiool.s yang memberikan komentar : “Wih wajib cobain nih” dan dari akun @ninteenmoods yang turut serta berkomentar : “Pengen cobain ka, sudah order”. Hal tersebut dapat menjadi indikasi bahwa sebuah unggahan admin @xpose_protein telah berhasil meraih perhatian pengunjung. Akun tersebut menggunakan kata seru “Wih” untuk mengekspresikan ketertarikan serta kegembiraannya pada produk tersebut. Menurut Husnul Abdi, mengatakan bahwa penggunaan kata-kata seru bisa menjadi penanda ekspresi kejutan, kegembiraan, atau kekesalan [15] Dengan menggunakan model yang cantik serta pengaturan warna poster yang cocok, serta ajakan untuk diet dengan meminum Xpose Protein, pengunjung tentu tertarik untuk melihatnya.

Gbr. 6. Unggahan dengan jumlah komentar terbanyak di tanggal 17 Maret 2023 di Instagram @xpose_protein



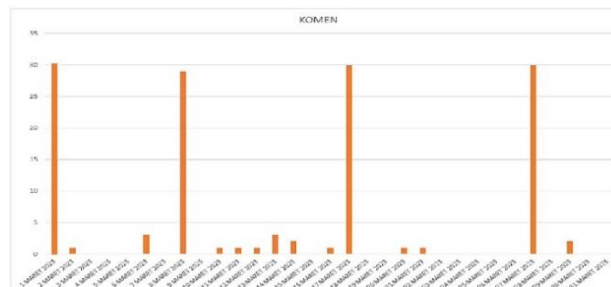
Dalam Gbr. 6 terdapat juga hasil komentar yang positif dari pengunjung akun Instagram @xpose_protein, seperti komentar dari @vanilaatri yang berkomentar “wah ternyata proteinnya tinggi juga ya” dan beberapa komentar yang telah mendapatkan informasi bahwa minuman Xpose Protein dapat dikonsumsi oleh wanita juga. Penyajian informasi yang singkat, lengkap dan jelas merupakan sebuah cara yang ampuh untuk mengundang banyak pengunjung.

Gbr. 7. Unggahan dengan jumlah komentar terbanyak di tanggal 27 Maret 2023 di Instagram @xpose_protein



Dalam Gbr. 7 terdapat hasil komentar yang lebih positif dari pengunjung akun Instagram @xpose_protein yang lebih menunjukkan bagaimana mereka merekomendasi produk Xpose Protein sebagai salah satu bentuk gaya hidup mereka seperti diet, seperti komentar dari @rayshaaavals yang berkomentar “rekomen nihh” dan komentar dari siti_fararah yang menyatakan bahwa minuman xpose sangat cocok untuk diet. Penyajian informasi yang informatif serta menarik merupakan salah satu cara yang ampuh untuk mengundang banyak pengunjung.

Tabel 4. Jumlah komentar terbanyak pada bulan Maret 2023 di Instagram @xpose_protein



Tabel 4 di atas memperlihatkan aktivitas unggahan Instagram @xpose_protein pada bulan Maret 2023. Data menunjukkan bahwa jumlah komentar terbanyak tampak pada tanggal 1, 17, dan 27 Maret 2023 dikarenakan dalam ketiga unggahan tersebut. Jika diamati secara lebih lanjut, maka konten pada ketiga unggahan memang

menarik dan kaya informasi, serta konsisten dalam mempertahankan kualitas visual. Hal ini tampak dari Gbr. 5 untuk unggahan pertama, Gbr. 6 untuk unggahan kedua dan Gbr. 7 untuk unggahan ketiga di atas.

Analisa Komentar Bulan April 2023

Komentar di bulan April lebih bervariasi dibandingkan bulan Maret. Jika dilihat pada tabel 5 di bawah ini, maka tampak dengan jelas bahwa pengunjung dan pengikut Instagram @xpose_protein memberikan komentar pada unggahan di tanggal 28 April 2023. Hal itu dikarenakan admin mengunggah konten seperti pada Gbr. 8 di bawah ini. Komentar pada unggahan tersebut bertujuan menjalin komunikasi lebih dalam mengenai produk. Menurut D. R. Denishtsany mengatakan bahwa fitur komentar memungkinkan diskusi dan interaksi yang lebih dalam [16].

Gbr. 8. Unggahan dengan jumlah komentar terbanyak di tanggal 28 April 2023 di Instagram @xpose_protein



Dari contoh foto komentar bulan April 2023 tanggal 28 seperti dalam Gbr. 8, dapat dilihat bahwa pengunjung Instagram @xpose_protein terlihat sangat tertarik akan produk Xpose White Egg Drink tersebut dan mereka juga terlihat terpukau akan produk Xpose Protein dan kandungannya, seperti terlihat dalam Gbr. 8 ada banyak sekali pengunjung yang memberikan komentar positif, salah satunya seperti dari akun @tasyahilde yang memberikan komentar: “Bagus bgt kandungannya jadi mau order” dan dari akun @anangwahyuu yang turut serta berkomentar: “Luar biasa nihh, penting banget” menandakan bahwa pengunjung-pengunjung tersebut merasa puas dan terinformasi setelah melihat unggahan dari akun @xpose_protein tersebut, yang menandakan bahwa apa yang telah dilakukan oleh Admin sosial media Instagram @xpose_protein sudah menguasai pentingnya kesadaran merek untuk menarik perhatian pengunjung dan begitupula dengan membangun kepercayaan dari pengunjung.

Tabel 5. Jumlah komentar terbanyak pada bulan April 2023 di Instagram @xpose_protein



Tabel 5 di atas memperlihatkan aktivitas unggahan Instagram @xpose_protein pada bulan April 2023. Data menunjukkan bahwa jumlah komentar terbanyak tampak pada tanggal 28 April 2023 dikarenakan dalam unggahan tersebut. Jika diamati secara lebih lanjut, maka konten pada unggahan memang menarik dan kaya informasi, serta konsisten dalam mempertahankan kualitas visual, admin @xpose_protein juga menyematkan link website Xpose Protein agar pengunjung baru dapat turut serta mengetahui lebih dalam tentang produk Xpose Protein. Hal ini tampak dari Gbr. 8 di atas.

Analisa Komentar Bulan Mei 2023

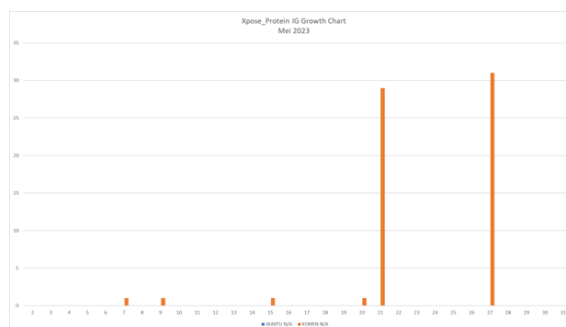
Komentar Instagram @xpose_protein di bulan Mei diwarnai sejumlah komentar rasa ingin tahu dari para pelanggannya. Seperti pada komentar di foto tanggal 27 Mei 2023 pada Gbr. 9, pengunjung Instagram @xpose_protein mencari tahu kandungan dari produk Xpose White Egg Drink dengan memberikan komentar yang salah satunya berkata, “aku cewek mau minum boleh ga sih?”. Begitu pula akun @rachaellandriani juga berkomentar “Penasaran deh rasanya”. Dari contoh kedua pengunjung itu dapat diasumsikan jika Admin sosial media Instagram @xpose_protein sudah berhasil menarik perhatian pengunjung dan begitupula dengan membangun rasa penasaran kepada pengunjung yang melihat unggahan tersebut.

Admin membuka kolom komentar di bawah unggahan tersebut untuk berinteraksi dengan pelanggan atau calon pelanggannya. Menurut S. Ranti, mengatakan bahwa Instagram memiliki fitur suka dan komentar yang memungkinkan pengguna bisa berinteraksi dengan unggahan Anda (perusahaan) [17]. Interaksi ini positif terlihat pada Gbr. 9 di bawah

Gbr. 9. Unggahan dengan jumlah komentar terbanyak di tanggal 27 Mei 2023 di Instagram @xpose_protein



Tabel 6. Jumlah komentar terbanyak pada bulan Mei 2023 di Instagram @xpose_protein



Kemudian dari pada itu, jika dilihat pada tabel 6 di atas memperlihatkan aktivitas unggahan Instagram @xpose_protein pada bulan Mei 2023 menunjukkan bahwa jumlah komentar terbanyak tampak pada tanggal 27 Mei 2023 dikarenakan dalam unggahan memang menarik dan konsisten dalam mempertahankan kualitas visual dan menunjukkan gambar produk Xpose White Egg Drink.

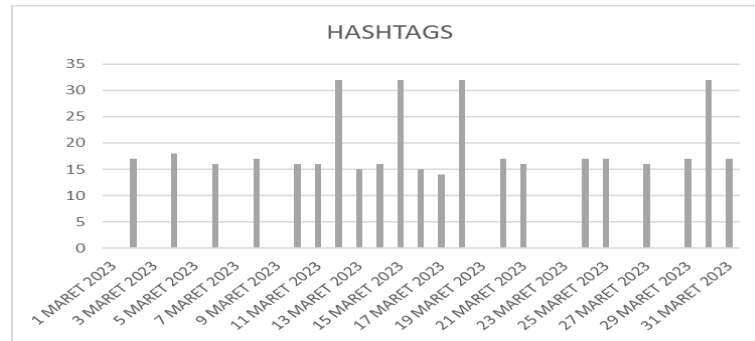
Analisa Hashtags Bulan Maret 2023

Pada setiap unggahan di Instagram sebaiknya menggunakan *hashtags* karena dinilai penting sebagai upaya perusahaan menempatkan merek produk di puncak pikiran setiap orang yang mengunjungi laman mereka. Menurut H. Aly mengatakan bahwa pentingnya penggunaan *hashtags* dapat meningkatkan *Top of Mind Awareness* khususnya dalam meningkatkan kesadaran brand di *e-commerce* [18].

Jika dilihat pada tabel 7 di bawah ini, maka tampak dengan jelas bahwa admin Instagram @xpose_protein memberikan *hashtags* terbanyak pada unggahan di tanggal 1, 3, 5, 7, 9, 12, 15, 18, 22, 23, 26, 28, dan 30 Maret 2023. Hastag yang digunakan admin serupa, yakni #xpose#conectinghealthyness #legacyofyourlife #xposeprotein #xposebrownies #legacyofyourlife #jusputih telur#eggwhite#whiteegg #snapfitnessindonesia

#xposeyourmoment #minumanprotein #proteindrink #whiteeggdrink #eggwhitedrink #fitnessindonesia #fitness #goldsgym#klubaderai #fithub #starfit #Makanandiet #minumandiet #diet #minumantelur #putihtelur #legacyofyourlife #conectinghealthyness #minumanproteitinggi #eggwhiteshake #celebrityfitnessindonesia #fitnessfirstindonesia. Salah satunya dapat dicontohkan pada unggahan tanggal 22 Maret 2023 pada gambar 10 di bawah ini.

Tabel 7. Jumlah *hashtags* terbanyak pada bulan Maret 2023 di Instagram @xpose_protein



Tabel 7 di atas memperlihatkan aktivitas unggahan Instagram @xpose_protein pada bulan Maret 2023. Data menunjukkan bahwa jumlah *hashtags* terbanyak tampak pada beberapa tanggal dalam bulan Maret 2023 dikarenakan dalam unggahan tersebut. Jika diamati secara lebih lanjut, admin Instagram @xpose_protein memberikan *hashtags* terbanyak secara mayoritas terhadap konten *repost* dengan tujuan agar dapat meraih lebih banyak audiens untuk mengenal produk Xpose Protein dan meningkatkan nama seorang promotor secara bersamaan. Hal ini tampak dari Gbr. 10 dan 11 di bawah ini.

Gbr. 10. Unggahan dengan jumlah *hashtags* terbanyak di tanggal 5 Maret 2023 di Instagram @xpose_protein



Gbr. 11. Unggahan dengan jumlah *hashtags* terbanyak di tanggal 22 Maret 2023 di Instagram @xpose_protein



Penggunaan hastag yang hampir sama juga ditunjukkan admin Instagram @xpose_protein pada tanggal 5 Maret 2023 sebagai berikut #xpose #conectinghealthyness #legacyofyourlife #xposeprotein #xposebrownies #legacyofyourlife #juspuithtelur #eggwhite #whiteegg #snapfitnessindonesia #xposeyourmoment #minumanprotein #proteindrink #whiteeggdrink #eggwhitedrink #fitnessindonesia #fitness #goldsgym #klubaderai #fithub #starfit #Makanandiet #minumandiet #diet #minumantelur #putihtelur #legacyofyourlife #conectinghealthyness #minumanproteitinggi #eggwhiteshake #celebrityfitnessindonesia #fitnessfirstindonesia.

Pilihan kata dalam penggunaan hastag hampir sama baik dalam jumlah maupun katanya, sehingga ada niatan dari admin untuk mengumpulkan gambar serupa pada folder yang sama dan mengikatnya dengan suatu kata supaya pengunjung atau pengikut dapat menemukan banyak informasi tentang satu produk melalui satu kata yang di-kliknya. Menurut L. K. Cox, mengatakan bahwa hashtag ini mengikat percakapan publik dari semua pengguna yang berbeda ke dalam satu aliran [19]. Dengan penggunaan hastag yang bervariasi juga memungkinkan perusahaan membuka kesempatan bagi orang-orang untuk mengenal produk mereka secara langsung dan tidak langsung.

Sementara itu, jumlah hastag yang digunakan admin tidak juga terlalu banyak melebihi ambang maksimal yakni 25 hastag. Menurut R. Qofi dalam post.app mengatakan bahwa penggunaan *hashtag* dengan jumlah tertentu dapat memberikan dampak yang berbeda. *Hashtag* pada sebuah unggahan normalnya berjumlah 10 – 15 *hashtag*. Jika ingin lebih banyak antara 20 – 25 juga diperbolehkan. Asal sesuai dengan unggahan yang sedang dibahas [20].

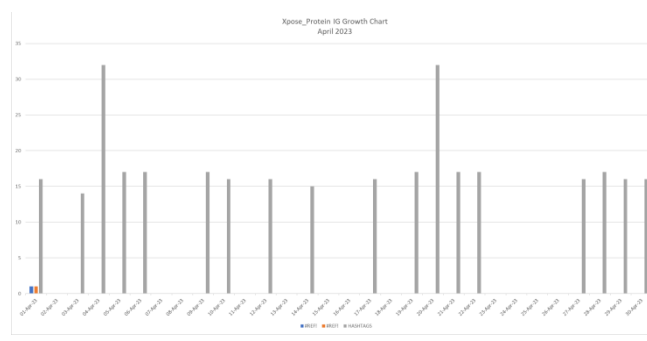
Analisa Hashtags Bulan April 2023

Penggunaan hastag pada bulan April 2023 terbanyak dapat dilihat dari tabel 8 di bawah ini. Di dalam tabel 8 dijelaskan bahwa admin Instagram @xpose_protein memberikan *hashtags* pada unggahan di tanggal 4 dan 20 April 2023. Admin menuliskan hastag pada kedua unggahan dengan kata yang kurang lebih sama.

Pada Gbr. 12 di tanggal 4 April terlihat bahwa admin mengunggah foto seorang perempuan sedang memegang produk dan tersenyum. Lalu admin menambahkan hastag ini, #xpose #conectinghealthyness #legacyofyourlife #xposeprotein #xposebrownies #legacyofyourlife #jusputihtelur #eggwhite #whiteegg #snapfitnessindonesia #xposeyourmoment #minumanprotein #proteindrink #whiteeggdrink #eggwhitedrink #fitnessindonesia #fitness #goldsgym #klubaderai #fithub #starfit #Makanandiet #minumandiet #diet #minumantelur #putihtelur #legacyofyourlife #conectinghealthyness #minumanproteitinggi #eggwhiteshake #celebrityfitnessindonesia #fitnessfirstindonesia.

Gambar tersebut dimaksudkan untuk menunjukkan bahwa produk Xpose White Egg Drink yang mengandung nilai gizi protein dari jus putih telur dapat menghaluskan kulit perempuan. Sehingga admin memilih mengunggah foto perempuan sebagai bentuk promosi digitalnya. Sebab, hastag dalam foto unggahan harusnya memiliki kedekatan satu sama lain supaya pemikiran orang yang melihat dapat terkoneksi dengan baik.

Tabel 8. Jumlah *hashtags* terbanyak pada bulan April 2023 di Instagram @xpose_protein



Gbr. 12. Unggahan dengan jumlah *hashtags* terbanyak di tanggal 20 April 2023 di Instagram @xpose_protein



Admin Instagram @xpose_protein berusaha menjangkau publik dengan menggunakan *hashtags* yang mayoritas sama, seperti *hashtags* #xposeconnectinghealthyness, #xposeyourmoment, #legacyofyourlife, dll. Hal tersebut dicontohkan melalui gambar Gbr. 12 di atas. Pemberian *hashtags* yang sama dan konsisten diharapkan dapat meraih target audiens yang serupa. Menurut A.S. Oktriwina mengatakan bahwa ada beberapa tips yang harus diperhatikan dalam memberikan sebuah *hashtags* antara lain dengan menggunakan *hashtags* secukupnya, menemukan *hashtags* yang relevan dengan *brand*, dan menganalisa *hashtags* yang berhasil pada unggahan sebelumnya [21].

Analisa Hashtags Bulan Mei 2023

Jika dilihat pada tabel 9 di bawah ini, maka tampak dengan jelas bahwa admin Instagram @xpose_protein memberikan *hashtags* terbanyak pada unggahan di tanggal 18 Mei 2023. Hal itu dikarenakan admin mengunggah konten seperti pada Gbr.14 di bawah ini. Lain dari bulan sebelumnya, dalam bulan Mei Admin Instagram @xpose_protein mengunggah sebuah post dengan maksimal *hashtags* terbanyak yang berjumlah 19 hastag.

Dalam unggahan tersebut, Admin @xpose_protein memfokuskan topiknya ke arah peringatan kenaikan Isa Almasih, yang menunjukkan serta memberikan efek dan pandangan baik dari konsumen bahwa perusahaan tersebut menjunjung tinggi nilai keagamaan dan toleransi, Sehingga, hastag yang digunakan seperti berikut ini, #kenaikanisaalmasih #kenaikanyesuskristus #yesuskristus #xpose #conectinghealthyness #xposeprotein #xposeyourmoment #minumansehat #minumanenergi #whiteegg #minumansehatalami #gym #gymindonesia #fitness #bandung #bandungsehat jakartaupdate #jakartasehat #bandungsehat. Menurut A. Nurfaizah, dkk dalam kompas.id mengatakan bahwa media digital merupakan platform efektif untuk menjaga semangat toleransi di kalangan generasi muda. Sejumlah komunitas membuat konten-konten menarik terkait keberagaman dan toleransi yang mereka bagikan di berbagai kanal media sosial, seperti Instagram, Tiktok, dan Twitter [22].

pengguna terhadap konten yang diposting. Transisi ke bulan April menunjukkan pola yang berbeda. Meskipun puncak tertinggi dari jumlah *likes* adalah 47 pada tanggal 28 April, terdapat beberapa tanggal dengan jumlah *likes* rendah, yaitu 5 pada tanggal 8 dan 21. Pola fluktuasi ini menunjukkan variasi dalam interaksi pengguna pada platform tersebut.

Bulan Mei juga menampilkan variasi yang signifikan. Meskipun jumlah *likes* tertinggi adalah 47 pada tanggal 5 Mei, namun ada tanggal-tanggal dengan jumlah *likes* rendah, yaitu 5 pada tanggal 11 dan 26. Variabilitas ini mengindikasikan perubahan dalam respons pengguna terhadap konten yang diposting selama periode waktu ini. Analisis ini membantu memperkuat pemahaman mengenai upaya membangun *Brand Recognition* produk Xpose White Egg Drink di platform media sosial. Variasi jumlah *likes* mencerminkan interaksi yang beragam dari pengguna, yang menjadi kunci dalam membangun kesadaran merek.

Dari data yang terkumpul, dapat disimpulkan bahwa variasi jumlah *likes* pada konten yang diposting di Instagram @xpose_protein menunjukkan perubahan tingkat interaksi pengguna seiring waktu. Pola fluktuasi ini memberikan gambaran yang jelas tentang upaya membangun *Brand Recognition* pada produk Xpose White Egg Drink. Data ini memberikan landasan yang kuat untuk mengeksplorasi lebih lanjut strategi-strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan interaksi pengguna dan *Brand Recognition* dalam konteks media sosial.

Brand Recall Pada Brand Awareness Pada Produk Xpose White Egg Drink di Instagram @xpose_protein

Melalui analisis data komentar yang terkumpul dari Maret hingga Mei 2023 di Instagram @xpose_protein, peneliti mengeksplorasi hubungan antara *Brand Recall* pada *Brand Awareness* pada produk Xpose White Egg Drink. Data yang terperinci mengenai jumlah komentar menyoroti tingkat interaksi pengguna dan kesadaran merek di platform media sosial. Pada bulan Maret 2023, terlihat variasi yang signifikan dalam jumlah komentar.

Puncak tertinggi dari 30 komentar pada tanggal 1, 17, dan 27, serta nol komentar pada sejumlah tanggal, mencerminkan respons pengguna yang beragam terhadap konten yang diposting. Transisi ke bulan April menunjukkan pola yang berbeda. Meskipun jumlah komentar mencapai puncak tertinggi pada tanggal 28 April dengan 33 komentar, namun adanya serangkaian tanggal dengan nol komentar mengindikasikan fluktuasi yang menarik dalam partisipasi pengguna. Bulan Mei juga menampilkan perubahan yang mencolok. Meskipun jumlah komentar tertinggi adalah 31 pada tanggal 27 Mei, namun adanya pola nol komentar pada sejumlah tanggal menegaskan variasi dalam interaksi pengguna terhadap konten yang diunggah. Analisis ini membantu memperkuat pemahaman akan upaya membangun *Brand Recall* pada produk Xpose White Egg Drink di platform media sosial.

Variasi jumlah komentar mencerminkan tingkat keterlibatan pengguna yang beragam dan memberikan gambaran yang jelas terkait tingkat kesadaran merek. Data ini memberikan wawasan yang penting terhadap bagaimana interaksi pengguna pada platform Instagram @xpose_protein dapat menjadi indikator kuat dalam membangun kesadaran merek, khususnya dalam konteks produk Xpose White Egg Drink. Dengan jumlah komentar yang tinggi maka dapat dikaitkan bahwa ada keberhasilan sebuah *brand recall* dalam sebuah unggahan di media sosial Instagram @xpose_protein, karena audiens yang berkomentar sudah pasti melakukan *recalling* atau proses mengingat kembali tentang produk yang telah mereka coba sebelumnya.

Top of Mind Pada Brand Awareness Pada Produk Xpose White Egg Drink di Instagram @xpose_protein

Dalam upaya memahami pengaruh media sosial terhadap kesadaran merek, fokus pada penggunaan *hashtags* pada platform Instagram menjadi sangat penting. Penelitian yang dilakukan pada akun @xpose_protein selama Maret hingga Mei 2023, khususnya analisis jumlah *hashtags*, memberikan wawasan yang penting terkait *Top of Mind* dalam konteks kesadaran merek untuk produk Xpose White Egg Drink. Data ini menggambarkan variabilitas dalam penggunaan *hashtags*, baik jumlah tertinggi maupun jumlah terendah, yang memberikan indikasi mengenai kesadaran merek yang aktif.

Pada bulan Maret 2023, analisis terhadap penggunaan *hashtags* di Instagram @xpose_protein menunjukkan variasi yang menarik. Jumlah *hashtags* tertinggi adalah 32 pada tanggal 22 dan 30 Maret, sementara pada tanggal 17 Maret tercatat jumlah *hashtags* terendah yaitu 14. Variabilitas ini menandakan respons yang berbeda dari pengguna terhadap konten yang diposting. Transisi ke bulan April mengungkapkan pola yang berbeda. Meskipun puncak tertinggi dari penggunaan *hashtags* adalah 32 pada beberapa tanggal, terdapat juga tanggal dengan jumlah *hashtags* rendah, yaitu 14 pada tanggal 3 dan 24. Pola fluktuasi ini menunjukkan variasi dalam interaksi pengguna terhadap konten yang diunggah, terutama dalam gambar post feed kedua.

Bulan Mei juga menampilkan variasi yang signifikan. Meskipun jumlah *hashtags* tertinggi adalah 19 pada tanggal 18 Mei, namun terdapat tanggal dengan jumlah *hashtags* terendah, yaitu 8 pada tanggal 3 Mei.

Variabilitas ini menggambarkan perubahan dalam respons pengguna terhadap konten yang diposting di platform tersebut. Analisis ini membantu memperkuat pemahaman mengenai upaya membangun *Top of Mind* pada kesadaran merek produk Xpose White Egg Drink di platform media sosial. Variasi penggunaan hashtags mencerminkan respons yang beragam dari pengguna, yang menjadi kunci dalam membangun kesadaran merek yang aktif.

Ketika Admin @xpose_protein mengunggah foto dari klien atau mengunggah *feeds repost* tentang testimoni produk, mereka menggunakan banyak *hashtags*, dengan tujuan agar diharapkan dapat meraih kesadaran dan *top of mind* untuk audiens yang berkunjung ke Instagram serta sekaligus meningkatkan popularitas seorang *influencer* yang membantu mempromosikan produk Xpose White Egg Drink melalui media sosial Instagram. Sementara untuk mengapa Admin @xpose_protein menggunakan sedikit *hashtags* untuk *original post* atau poster *feeds* adalah untuk lebih memfokuskan target pasar. Menurut A. Salsabila dalam niagahoster.co.id, mengatakan bahwa untuk melakukan optimasi SEO dalam Instagram secara mudah, dapat dilakukan dengan 8 cara, yaitu dengan mengoptimalkan profil Instagram, memasukkan kata kunci utama ke *username* dan *display name*, menambahkan kata kunci turunan pada bio Instagram, memaksimalkan *Alt text*, menggunakan kata kunci pada *hashtags*, menggunakan kata kunci turunan pada *caption*, memperhatikan *Instagram Insights* untuk Melihat *Reach* Konten, dan memanfaatkan fitur *Tag* dan *Mention* Instagram [25].

Dari data yang terkumpul, dapat disimpulkan bahwa variasi penggunaan *hashtags* pada konten yang diposting di Instagram @xpose_protein menunjukkan perubahan tingkat interaksi pengguna seiring waktu. Pola fluktuasi ini memberikan gambaran yang jelas tentang upaya membangun *Top of Mind* dalam konteks kesadaran merek pada produk Xpose White Egg Drink. Data ini memberikan landasan yang kuat untuk mengeksplorasi lebih lanjut strategi-strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan interaksi pengguna dan *Top of Mind* dalam konteks media sosial.

Daftar Pustaka

- [1] T. Siswanto, "Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah", Jurnal Liquidity 2(1), Jakarta, Vol. 2, No. 1, pp. 80-86, Juli 2018.
- [2] S. Gunarso, "Fenomena Aplikasi TikTok Shop Sebagai Alternatif Belanja Hemat", Jurnal Esensi Daruna, Jakarta, Vol 3, No 1, pp. 109-114, November 2023.
- [3] N. Cat, "Instagram users in Indonesia August 2023", <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/08/>, diakses pada 17 Januari 2024 pada pukul 15.55 WIB.
- [4] Fadhil, "10+ Alasan Instagram Menjadi Social Media Terbaik Untuk Branding", <https://bithourproduction.com/blog/alasan-instagram-terbaik-untuk-branding/>, diakses pada 17 Januari 2024 pada pukul 16:00 WIB.
- [5] H. D. Siahaan, A. L. Yulianti, "Pengaruh Tingkat Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Victoria's Secret (Studi Pada Konsumen Victoria's Secret di PVJ Bandung)", Bandung, 2016.
- [6] Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", Bandung, CV. Alfabeta, 2017.
- [7] Ibrahim, "Metodologi Penelitian Kualitatif", Bandung, CV. Alfabeta, 2018.
- [8] S. N. Sukmadinata, "Metode Penelitian Pendidikan", Bandung, Remaja Rosdakarya, 2016.
- [9] M. Rahardjo, "Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif Konsep dan Prosedurnya", Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017.
- [10] S. Haddad, "Visual Brand: Pengertian, Manfaat, Tips, dan 3 Contoh Brand", <https://upgraded.id/visual-brand-pengertian-manfaat-tips>, diakses pada 17 Januari 2024 pada pukul 19.20 WIB.
- [11] A. Pratiwi, "4 Cara Menambah Like Instagram Auto Banyak, Gratis dan Aman!", <https://jalantikus.com/tips/cara-menggunakan-auto-like-instagram/>, diakses pada 17 Januari 2024 pada pukul 21.45 WIB
- [12] A. Maharani, "Tips Hadapi Pasangan yang Suka Follow Cewek Cantik di Media Sosial", <https://www.klikdokter.com/psikologi/relationship/tips-hadapi-pasangan-yang-suka-follow-cewek-cantik-di-media-sosial>, diakses pada 17 Januari 2024 pada pukul 23.35 WIB
- [13] K. C. Jones, "Fortune-Telling Book of Colors", San Francisco, Chronicle Books LLC, 2014.
- [14] J. Warino, "Manfaat Komentar di Instagram dan Cara Mendapatkannya!", https://jokowa.id/manfaat-komentar-di-instagram/#6_Interaksi_yang_Aktif, diakses pada 17 Januari 2024 pada pukul 23.55 WIB
- [15] H. Abdi, "50 Contoh Kata Seru, Pahami Pengertian, Ciri-ciri, dan Fungsinya", <https://www.liputan6.com/hot/read/5496931/50-contoh-kata-seru-pahami-pengertian-ciri-ciri-dan-fungsinya?page=2>, diakses pada 19 Januari 2024 pada pukul 14.16 WIB.

- [16] D. R. Denishtsany, "Mengenal Fungsi Instagram sebagai Platform Media Sosial", https://toffeedev.com/blog/seo/fungsi-instagram/#2_Meningkatkan_Engagement_dengan_Pengguna, diakses pada 19 Januari 2024 pada pukul 20.07 WIB.
- [17] S. Ranti, "Cara Menonaktifkan Komentar dan Suka di Unggahan Instagram", <https://teknokompas.com/read/2023/09/09/15150087/cara-menonaktifkan-komentar-dan-suka-di-unggahan-instagram>, diakses pada 19 Januari 2024 pada pukul 20.59 WIB.
- [18] H. Aly, "Top of Mind Awareness: Pentingnya Meningkatkan Kesadaran Brand E-Commerce", <https://haidiraly.com/top-of-mind-awareness/>, diakses pada 18 Januari 2024 pada pukul 15.10 WIB
- [19] Lindsay Kolowich Cox, "How to Use Hashtags on Twitter, Facebook & Instagram", <https://blog.hubspot.com/marketing/hashtags-twitter-facebook-instagram>, diakses pada 19 Januari 2024 pada pukul 21.10 WIB
- [20] R. Qofi, "Potensi Fitur Hashtag Instagram, Maksimalkan!", <https://post.app/blog/potensi-fitur-hashtag-instagram-maksimalkan/>, diakses pada 19 Januari 2024 pada pukul 18.54 WIB.
- [21] A.S. Oktriwina, "Hashtag: "Apa Itu, Cara Kerja, Manfaat, dan Tips Menggunakannya", <https://glints.com/id/lowongan/hashtag-adalah/#tips-menggunakan-hashtag-yang-tepat> , diakses pada 19 Januari 2024 pada pukul 18:56 WIB
- [22] A. Nurfaizah, M.F. Dewi, S. Aranditio, "Menjaga Toleransi melalui Konten Digital", <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/04/17/menjaga-toleransi-melalui-konten-digital> , diakses pada 19 Januari 2024 pada pukul 16.24.
- [23] C.O'Brien, "How to Use Hashtags Effectively on Social Media", <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/how-to-use-hashtags-in-social-media>, diakses pada 19 Januari 2024 pada pukul 19:22 WIB
- [24] S. Raski, "Mere Exposure Effect: Jadi Cinta Karena Terbiasa", <https://www.sribu.com/id/blog/mere-exposure-effect-jadi-cinta-karena-terbiasa/> , diakses pada 5 Mei 2023 pada pukul 16.00.
- [25] S. Annisa, Cara Mudah Melakukan Optimasi SEO di Instagram, <https://www.niagahoster.co.id/blog/cara-optimasi-seo-instagram/> , diakses pada 6 Mei 2023 pada pukul 15.00.