

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

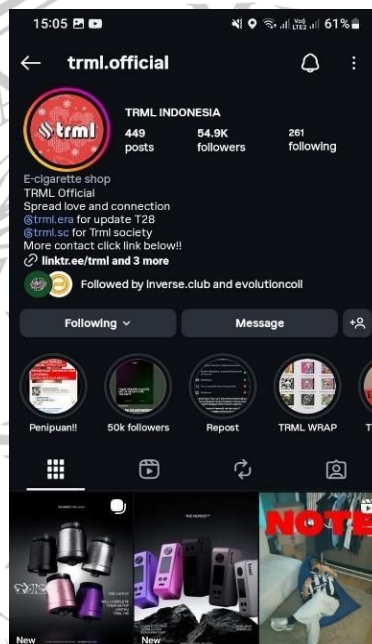
#### **4.1 Sejarah Akun Instagram @trml.official**

Akun Instagram @trml.official merupakan akun resmi dari brand trml yang bergerak pada bidang vape dan pod di Indonesia. Brand ini didirikan oleh Azul Alif pada Desember 2023 sebagai salah satu produk lokal yang berfokus pada pengembangan perangkat vape dengan konsep modern dan karakter visual yang khas. Sejak awal kemunculannya, akun Instagram @trml.official digunakan sebagai media komunikasi digital untuk menyampaikan informasi produk, promosi, serta membangun hubungan dengan audiens media sosial. Trml pertama kali memperkenalkan produk T200 yang memiliki desain sederhana namun tetap menampilkan kesan modern dan premium. Produk tersebut menjadi salah satu awal perkembangan brand trml di kalangan pengguna vape lokal. Dalam aktivitas komunikasinya, akun Instagram @trml.official memanfaatkan berbagai bentuk konten seperti reels, feeds, teaser produk, serta konten kolaborasi untuk memperkenalkan produk kepada audiens.

Selain digunakan sebagai media promosi produk, akun Instagram @trml.official juga aktif membangun interaksi dengan komunitas pengguna vape melalui berbagai aktivitas digital maupun kegiatan komunitas. Akun ini beberapa kali menampilkan dokumentasi kegiatan komunitas, meet and greet, serta kolaborasi dengan komunitas daerah seperti @trml.bogor, @trml.bandung, dan @trml.era. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa media sosial Instagram tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana publikasi produk, tetapi juga digunakan untuk memperkuat hubungan antara brand dan audiens. Berdasarkan hasil observasi peneliti, akun Instagram @trml.official memiliki jumlah pengikut sebanyak 54,9 ribu followers dengan 449 unggahan. Selain akun utama, terdapat akun komunitas pendukung seperti @gallerytrml yang memiliki 12,6 ribu pengikut dan 258

unggahannya. Kehadiran akun komunitas tersebut memperlihatkan adanya keterlibatan audiens terhadap perkembangan brand trml dalam media sosial Instagram.

Secara umum, akun Instagram @trml.official digunakan sebagai media komunikasi pemasaran digital yang berfungsi untuk menyampaikan informasi produk, membangun identitas brand, serta memperluas jangkauan promosi melalui konten media sosial.



**Gambar 4.1** Profil akun Instagram @trml.official

#### 4.2 Visi dan Misi TRML

Trml memiliki visi “*Spread Love and Connection*” yang digunakan sebagai identitas komunikasi brand dalam membangun hubungan dengan audiens media sosial. Visi tersebut mencerminkan upaya trml dalam membangun kedekatan dengan komunitas pengguna melalui aktivitas komunikasi digital yang dilakukan secara konsisten pada media sosial Instagram.

Melalui akun Instagram @trml.official, visi tersebut diwujudkan melalui penggunaan slogan seperti #waktunyatrml dan #trmlkalcer yang digunakan sebagai identitas komunikasi brand. Penggunaan slogan tersebut menjadi bagian dari upaya trml dalam membangun citra serta memperkuat identitas sebagai brand lokal Indonesia. Selain visi tersebut, trml juga memiliki beberapa misi dalam aktivitas komunikasi pemasarannya, antara lain:

1. Mengembangkan konten visual yang konsisten sebagai sarana membangun brand awareness.
2. Memperluas jangkauan brand melalui komunitas pengguna vape di berbagai daerah.
3. Menjalankan aktivitas engagement melalui kolaborasi influencer dan komunitas.
4. Memperkuat identitas brand lokal melalui penggunaan slogan dan hashtag pada media sosial Instagram.

Berdasarkan hasil observasi, visi dan misi tersebut tercermin melalui aktivitas promosi yang dilakukan akun Instagram @trml.official dalam membangun interaksi dengan audiens media sosial.

#### **4.3 Karakteristik Konten Akun Instagram @trml.official**

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, akun Instagram @trml.official memiliki karakteristik konten yang disajikan secara konsisten dan memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan akun brand vape lainnya. Konten yang dipublikasikan lebih banyak menampilkan konsep visual modern dan urban dengan penekanan pada tampilan produk sebagai bagian dari komunikasi pemasaran digital. Karakteristik konten akun Instagram @trml.official terlihat melalui penggunaan reels, teaser produk, feeds, serta video unboxing yang dipublikasikan secara rutin. Konten unboxing menampilkan detail produk melalui visual dan audio sehingga memberikan gambaran produk kepada audiens media sosial.

Selain itu, akun Instagram @trml.official juga menampilkan variasi warna dan desain produk pada setiap unggahan promosi. Penyajian visual tersebut dilakukan secara konsisten untuk memperkuat identitas brand pada media sosial Instagram. Aspek komunikasi verbal juga terlihat melalui penggunaan caption dengan bahasa santai dan komunikatif sehingga pesan promosi dapat disampaikan secara lebih dekat kepada audiens media sosial. Akun Instagram @trml.official juga secara konsisten menggunakan hashtag #waktunyatrml sebagai bagian dari identitas komunikasi brand dalam media sosial.

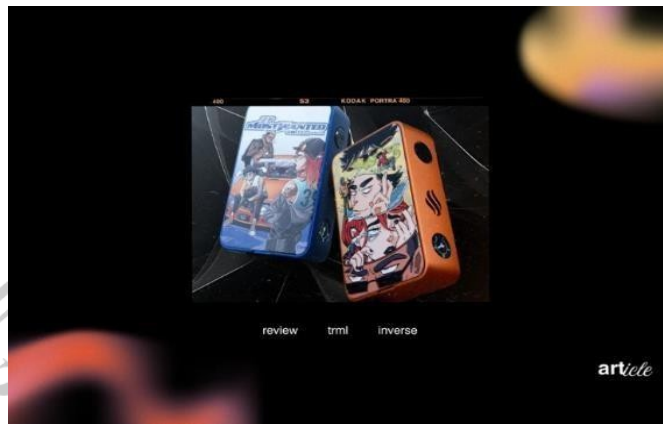
Tidak hanya berfokus pada publikasi produk, akun Instagram @trml.official juga menampilkan konten kolaborasi bersama influencer dan komunitas pengguna vape. Konten tersebut dipublikasikan dalam bentuk unggahan promosi, dokumentasi kegiatan, maupun campaign media sosial yang bertujuan untuk memperluas jangkauan komunikasi pemasaran. Secara umum, karakteristik konten akun Instagram @trml.official menunjukkan adanya pola komunikasi visual dan verbal yang digunakan secara konsisten dalam menyampaikan informasi promosi kepada audiens media sosial.

#### **4.4 Kolaborasi dengan Influencer dan TRML**

Dalam aktivitas komunikasi pemasarannya, akun Instagram @trml.official juga melakukan kolaborasi bersama influencer sebagai bagian dari promosi produk kepada audiens media sosial. Kolaborasi tersebut dilakukan melalui unggahan konten promosi, perilisan series produk, serta campaign media sosial. Salah satu kolaborasi yang dilakukan TRML yaitu bersama influencer Ivan Ibrahim dan Nadya Luqmana dalam perilisan series T200 Inverse pada tahun 2024. Kolaborasi tersebut mendapatkan perhatian dari audiens media sosial dan menjadi salah satu bentuk promosi yang membantu memperluas jangkauan brand TRML di kalangan pengguna vape.

Selain menampilkan produk hasil kolaborasi, akun Instagram @trml.official juga menggunakan gaya komunikasi yang menyesuaikan karakter

audiens media sosial melalui penggunaan bahasa santai dan penyampaian pesan promosi yang komunikatif. Penggunaan hashtag #waktunyatrml juga dimanfaatkan sebagai identitas promosi brand pada media sosial Instagram.



**Gambar 4.2 Poster trml x inverse**

Brand ini tidak hanya meluncurkan produk hasil dari kolaborasi namun merilis mod khusus hari Kemerdekaan yang menampilkan nuansa merah putih dengan tampilan yang modern sehingga banyak konsumen yang rela antri pada saat Vape Fair 2024 di Jakarta.

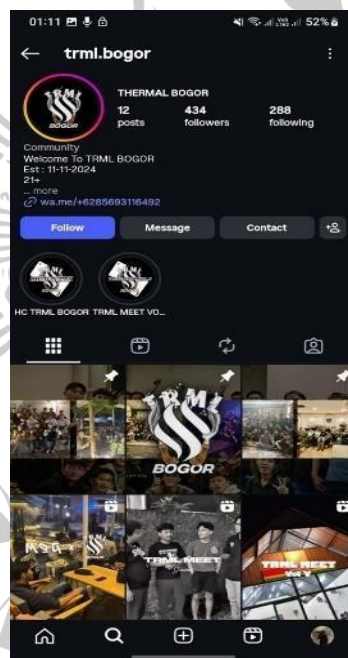
#### **4.5 Partisipasi TRML dalam Vape Fair**

Trml juga aktif mengikuti berbagai kegiatan vape exhibition seperti Vape Fair Indonesia 2024 yang diselenggarakan di Jakarta Convention Center (JCC) pada tanggal 28–29 September 2024. Selain itu, TRML juga dijadwalkan mengikuti Vape Fair Indonesia 2025 di Hall B Jakarta International Convention Center (JICC). Keikutsertaan trml dalam kegiatan Vape Fair menjadi bagian dari aktivitas promosi brand untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen. Dalam kegiatan tersebut, TRML tidak hanya menampilkan produk, tetapi juga membangun interaksi dengan audiens dan komunitas pengguna vape. Berdasarkan hasil observasi, partisipasi dalam Vape Fair menunjukkan bahwa aktivitas promosi

TRML tidak hanya dilakukan melalui media sosial Instagram, tetapi juga melalui kegiatan offline sebagai sarana memperluas jangkauan promosi brand.

#### 4.6 Komunitas TRML di Media Sosial Instagram

Perkembangan brand trml juga ditunjukkan melalui terbentuknya beberapa komunitas pengguna di media sosial Instagram. Komunitas tersebut hadir di berbagai daerah seperti @trmlmalang, @trml.bogor, dan @trml.era. Selain aktif pada media sosial Instagram, komunitas trml juga beberapa kali mengadakan kegiatan vape meet sebagai sarana berbagi pengalaman antar pengguna vape. Aktivitas tersebut kemudian dipublikasikan kembali melalui media sosial Instagram sebagai bagian dari interaksi komunitas.



**Gambar 4.4 Profil Instagram @trml.bogor**

Keberadaan komunitas pengguna tersebut memperlihatkan adanya keterlibatan audiens terhadap perkembangan brand TRML di media sosial. Aktivitas komunitas juga menjadi bagian dari penyebaran informasi mengenai produk TRML kepada pengguna vape lainnya



**Gambar 4.3 Profil Instagram @trmlmalang**





**Gambar 4.5 Profil Instagram @trml.era**

Selain aktivitas komunitas, trml juga beberapa kali mengadakan giveaway pada perilisan produk tertentu seperti series T99 Paper White yang dipublikasikan melalui media sosial Instagram. Aktivitas giveaway tersebut menjadi salah satu bentuk interaksi brand dengan audiens media sosial.

#### 4.7 Series TRML

##### 1. Series T28

Pada tahun 2024, TRML memperkenalkan series T28 sebagai salah satu produk pod dengan ukuran yang lebih ringkas dan mudah digunakan. Produk ini dipublikasikan melalui akun Instagram @trml.official menggunakan konten reels, teaser, dan video promosi.

Promosi series T28 lebih banyak menampilkan desain produk, bentuk visual, serta publikasi konten secara konsisten pada media sosial Instagram. Selain itu, akun Instagram @trml.official juga memanfaatkan kolaborasi influencer dan konten unboxing dalam memperkenalkan produk kepada audiens.



**Gambar 4.6 Series T28**

## 2. Series Cursed Bloom



**Gambar 4.7 Series Cursed Bloom**

Series Cursed Bloom merupakan salah satu konsep visual yang ditampilkan akun Instagram @trml.official melalui penggunaan elemen bunga dengan nuansa visual gelap dan kontras. Konten pada series ini menggunakan tone warna dan desain visual yang konsisten dalam beberapa unggahan promosi. Penyajian visual pada series Cursed Bloom memperlihatkan karakter visual yang berbeda dibandingkan series lainnya. Penggunaan elemen desain tersebut menjadi bagian dari identitas visual yang digunakan dalam komunikasi promosi produk.

## 2. Series Paper White



**Gambar 4.8 Trml Paperwhite**

Series Paper White menampilkan konsep visual yang lebih sederhana dengan dominasi warna putih pada tampilan produk dan konten promosi. Penyajian visual yang minimalis digunakan untuk memperlihatkan detail produk secara lebih jelas. Selain itu, penggunaan pencahayaan terang dan komposisi desain yang sederhana juga menjadi bagian dari identitas visual series Paper White pada media sosial Instagram.

## 4.8 Website TRML



**Gambar 4.9 Website trml**

Selain menggunakan media sosial Instagram, trml juga memiliki website resmi yang digunakan sebagai sarana penyampaian informasi mengenai brand dan produk kepada audiens. Website tersebut menjadi bagian dari media digital yang mendukung aktivitas komunikasi pemasaran trml. Berdasarkan hasil observasi, website trml menampilkan informasi produk melalui pendekatan visual yang konsisten dengan identitas brand pada media sosial Instagram. Website tersebut juga memuat informasi mengenai variasi produk, tampilan visual produk, serta informasi lain yang berkaitan dengan brand trml.

Struktur penyajian informasi pada website dibuat secara sistematis sehingga memudahkan audiens dalam mengakses informasi produk. Selain itu, website trml juga terintegrasi dengan media sosial Instagram sebagai bagian dari penyebaran informasi digital yang saling mendukung.

Keberadaan website resmi tersebut menunjukkan bahwa trml memanfaatkan berbagai media digital dalam mendukung aktivitas komunikasi pemasaran kepada audiens.