



PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI ERA DIGITAL

UTILIZATION OF INSTAGRAM AS A PROMOTIONAL MEDIA IN THE DIGITAL ERA

Marhamah¹, Irma Juliyanti Sitorus²

¹Universitas Malikulsaleh

marhamah.210240007@mhs.unimal.ac.id; Irma.210240036@mhs.unimal.ac.id

Diterima Mei 2024 Direvisi Juni 2024 Disetujui Juni 2024

ABSTRACT

With the development of internet technology in the era of digitalization in a changing world, even in all sectors in company life it has become significant, not only in the marketing sphere. Lots of entrepreneurs have successfully promoted their products on Instagram social media and the many strategies they use to promote them. By using social media like Instagram, their products will be better known. This study uses a qualitative method. The results of this study are the strategy of using social media to become a tool or intermediary in promoting products more quickly and easily without even incurring large costs. The benefits of using Instagram social media as a promotional medium are that Instagram can increase potential in marketing and even become an alternative solution which is very good to be used as promotional media.

Keywords: *Instagram, promotion, technology*

ABSTRAK

Dengan perkembangan teknologi internet di era digitalisasi dalam perubahan dunia, bahkan di seluruh sektor dalam kehidupan perusahaan menjadi signifikan, tidak hanya dalam ruang lingkup pemasaran. Akan tetapi di zaman era digital sekarang orang banyak sekali menggunakan media sosial salah satunya Instagram menjadikannya sebagai sarana mencari peluang dalam bisnis bahkan banyak sekali pengusaha yang sukses mempromosikan produknya dalam media sosial Instagram dan banyak strategi-strategi yang mereka gunakan untuk mempromosikan dengan mereka menggunakan media-media sosial seperti Instagram maka produknya akan lebih dikenal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini adalah Strategi penggunaan media sosial untuk menjadi sebuah alat atau perantara dalam mempromosikan produk dengan lebih cepat dan mudah bahkan tanpa mengeluarkan biaya-biaya yang besar dan Manfaat menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi adalah Instagram dapat meningkatkan potensi dalam pemasaran bahkan menjadi solusi alternatif yang sangat bagus untuk dimanfaatkan sebagai media promosi.

Kata Kunci: Instagram, promosi, teknologi

1. PENDAHULUAN

Latar belakang.

Kemajuan teknologi telah menjadi ikon utama dalam perubahan dunia. Bahkan di seluruh sektor dalam kehidupan perusahaan menjadi signifikan, tidak hanya dalam ruang lingkup pemasaran. Peran teknologi telah menjadi peran utama bagi perubahan sikap bahkan tingkat laku manusia dan berbondong-bondong dalam menyambutnya sebagai tanda demokrasi konsumsi atau di artikan





sebagai para konsumenlah yang hanya menentukan bagaimana para pengusaha bisa menciptakan produk yang luar biasa, bahkan memberikan jasa mereka dan menetapkan harga yang sangatlah fantastis dan sebagainya, teknologi yang menjadi perantara atau kendaraan bagi para pengusaha-pengusaha.

Di Indonesia sekarang jumlah populasi sekitar 256,4 juta orang dan 130 juta orang atau sekitar 49 persen, yang bahkan sangat aktif dalam menggunakan media sosial. Media sosial sangatlah beragam jenis yang sangat di minati di seluruh penjuru Indonesia bahkan hampir seluruh penduduk Indonesia menggunakan media-media sosial tersebut. Di antaranya Instagram, YouTube, Twitter, Facebook, Telegran, tik tok dan lain sebagainya. Terutama Instagram hampir menjadi objek utama terbesar penggunaan terberat di Asia dengan jumlah yang sangat banyak pengguna nya dengan total 45 juta orang yang aktif bahkan total pengguna yang global sekitar 700 orang.

Instagram merupakan media sosial yang biasa nya gunakan untuk mengunggah foto, Vidio, dan bahkan dalam Instagram kita bisa mencari teman , bukan hanya itu dalam Instagram banyak fitur-fitur yang disediakan salah satunya kita bisa menonton video dan melihat foto-foto.

Akan tetapi di zaman era digital sekarang orang banyak sekali menggunakan media sosial salah satunya Instagram menjadikannya sebagai sarana mencari peluang dalam bisnis bahkan banyak sekali pengusaha yang sukses mempromosikan produknya dalam media sosial Instagram dan banyak strategi-strategi yang Mereka gunakan untuk mempromosikan Dengan mereka menggunakan media-media sosial seperti Instagram maka produk nya akan lebih dikenal.

Rumusan masalah

Berdasarkan dari latar belakang maka dapat di rumuskan beberapa masalah yang lebih berfokus untuk mempermudah penelitian ini sebagai berikut yaitu:

1. Bagaimana strategi yang digunakan untuk mempromosikan produk -produk di Instagram?
2. Apa saja manfaat Instagram sebagai media promosi?

Tujuan penelitian

Untuk mengetahui strategi apa saja yang digunakan untuk mempromosikan produk-produk melalui media sosial Instagram dan apa saja keuntungan yang dapat dimiliki oleh konsumen dan yang memasarkan produk tersebut Melalui akun -akun Instagram yang mereka miliki.

Metode penelitian

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang berdasarkan penelitian yang membahas Dalam bentuk objek dan pendekatan menggunakan teori-teori.

2. METODE PENELITIAN

Dalam sebuah penelitian metode sangatlah di perlukan dalam sebuah riset, dan penelitian ini menggunakan metode kualitatif . Adapun penelitian kualitatif adalah suatu jenis penelitian yang pada dasarnya secara objektif yang pendekatannya menggunakan teori- teori dan gagasan menurut para ahli-ahli. Dalam sebuah penelitian kualitatif juga mengkhususkan pada fenomena-fenomena atau realistik dalam mengkaji sebuah penelitian. Adapun fenomenologi juga mempunyai dua makna





tersendiri yaitu filsafat sains bahkan metode penelitian ini mempunyai tujuan tertentu untuk mencari arti atau sebuah makna dari pengalaman -pengalaman yang di temui. Baik dalam kehidupan yang telah di lalui atau di alami di oleh beberapa individual tentang bagaimana konsep atau fenomena tertentu yang yang bisa mengeksplor kesadaran manusia terhadap suatu fenomena.

Dengan menggunakan metode penelitian ini dapat menjabarkan dan langkah-langkah apa saja yang akan dilakukan sehingga dapat di uraikan secara eksploratif dengan menggunakan metode ini. Bahkan kasus yang diteliti sangat memerlukan pengamatan. Adapun dengan penelitian kualitatif akan lebih mudah apalagi dalam proses pemasaran produk -produk melalui media yang digunakan

Adapun kajian dari hasil riset penelitian ini mengenai pemasaran produk secara online menggunakan media sosial Instagram dan analisisnya adalah konsumen baik itu remaja bahkan orang tua sekalipun, yang hampir sering menggunakan media sosial Instagram untuk melihat atau membeli barang-barang yang di produksi oleh akun -akun Instagram onshop, bahkan yang sering menggunakan olshop di Instagram seringkali wanita bahkan hampir menjadi rutinitas setiap bulanya .

Adapun untuk menguji bagaimana strategi yang harus dilakukan dalam meningkatkan pemasaran dalam sebuah media yang digunakan yaitu dengan harus mempermudah dalam pelayanan, harus memasarkan produk -produk yang banyak diminati, harga yang terjangkau dengan kualitas nya , dan metode pembayaran yang cukup fleksibelitas agar dapat meningkatkan pemasaran produk dalam penjualan.

Kajian Literatur

Media sosial merupakan media yang mengandung banyak makna dan definisi. Salfon menjelaskan media sosial adalah mereferensikan serangkaian aktivitas, praktik dan tingkah laku dalam sebuah komunitas orang terdapat dalam media sosial untuk membagikan setiap informasi dan pengetahuan yang ada yang memunculkan opini-opini dengan menggunakan media menjadikanya sebagai alat komunikasi atau percakapan. Dalam media sosial dapat di paparkan beberapa definisi dari berbagi penelitian, antara lain yaitu:

Menurut body (2009) media sosial merupakan sekumpulan perangkat lunak yang bisa di gunakan oleh setiap individu atau komunitas kelompok untuk berbagi informasi, dan jberkumpul dalam media sosial tersebut. Bahkan dalam kasus tertentu untuk bisa saling berkolaborasi dan bisa bermain dengan individu -individu lainnya.

Menurut Mandiberg (2012), media sosial adalah mengumpulkan informasi antara pengguna untuk dapat menghasilkan konten -konten yang menarik (user-generated content).

Menurut shirky (2008) media sosial merupakan suatu perangkat lunak dan alat yang bisa menambah atau meningkatkan kemampuan seseorang agar bisa berbagi bahkan berkerjasama baik pengguna yang melakukan tindakan secara kolektif dan semua berada di luar institusional dan organisasi.

Menurut Van Dijk (2013), media sosial merupakan sebuah platform media sosial yang mengutamakan pengguna agar dapat memfasilitasi mereka untuk bisa beraktivitas. Dalam media sosial pengguna dapat melihat sebagai medium (fasilitator) online agar dapat meningkatkan hubungan antar pengguna lainnya dan bisa menguatkan sebuah ikat sosial.

Menurut Meike dan Young (2012) media sosial adalah sebagai konvergensi baik antara komunikasi personal dapat di artikan dapat bertukar atau berbagai informasi di antara individu -





individu (to be shared one -to -one) adapun media sosial untuk berbagi siapa saja Tanpa dikhususkan individual.

Kajian Terdahulu

Penelitian pertama oleh Nico Singgih Miyati (2019) Efektivitas Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Kristen Petra. Dalam penelitian ini mengenai Instagram menjadikan sebagai media promosi dan penelitian ini meneliti tentang promosi dalam organisasi non-profit, adapun khususnya terhadap perpustakaan yang masih sangat terbatas.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang menggunakan metode wawancara. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perpustakaan universitas Kristen pesta masih belum efektif dalam menggunakan Instagram Sebagai Media promosinya. Hal ini disebabkan karena Instagram perpustakaan universitas Kristen Petra. Kesimpulan penelitian ini yang telah dilakukan Instagram perpustakaan UK Petra tidak efektif. Meskipun menurut engagement rate perpustakaan UK mendapatkan hasil nilai-nilai rata, namun berdasarkan ketercapaian tujuan ya, Instagram perpustakaan UK Petra dapat dikatakan tidak efektif sebagai media promosi. Instagram perpustakaan UK Petra akan menjadi alat promosi yang efektif jika dapat memenuhi kebutuhan pengunjung akan informasi yang ingin didapatkan oleh pengunjung.

Penelitian kedua marhamah (2023) Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Diera Digma dalam penelitian ini mengenai Instagram menjadikan sebagai sebuah media promosi untuk mencari peluang dalam memperkenalkan produk-produk usaha agar lebih dikenal dan diminati oleh banyak orang dari media sosial yang kita gunakan . penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan proses observasi dan menggunakan pendekatan kerangka -kerangka teori. Adapun kajian dari hasil riset penelitian ini mengenai pemasaran produk secara online menggunakan media sosial Instagram dan analisisnya adalah konsumen baik itu remaja bahkan orang tua sekalipun, yang hampir sering menggunakan media sosial Instagram untuk melihat atau membeli barang-barang yang diproduksi oleh akun -akun Instagram onshop, bahkan yang sering menggunakan onshop di Instagram seringkali wanita bahkan hampir menjadi rutinitas setiap bulanya . Adapun untuk menguji bagaimana strategi yang harus dilakukan dalam meningkatkan pemasaran dalam sebuah media yang digunakan yaitu dengan harus mempermudah dalam pelayanan, harus memasarkan produk -produk yang banyak diminati, harga yang terjangkau dengan kualitas nya , dan metode pembayaran yang cukup fleksibilitas agar dapat meningkatkan pemasaran produk dalam penjualan.





3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi yang digunakan untuk mempromosikan produk -produk di Instagram.

Strategi penggunaan media sosial untuk menjadi sebuah alat atau perantara dalam mempromosikan produk dengan lebih cepat dan mudah bahkan Tanpa mengeluarkan biaya-biaya yang besar dan terlebih dahulu harus memiliki akun dalam media sosial intagram agar proses mempromosikan berjalan dengan lancar. Oleh karena pemilik akun Instagram harus selalu aktif agar konsumen dapat membeli atau melihat produk yang kita pasarkan, adapun pemilik akun Instagram tersebut harus mencari followers sebanyak -banyaknya agar banyak orang yang akan mengenal produk kita dan minat. Bukan hanya itu pemilik akun Instagram tersebut harus selalu menposting foto dan video tentang pproduknya. Oleh karna itu strategi marketing harus lebih kreatif dalam menentukan strategi pemasaran yang cepat dan menggunakan produk – produk yang sering di minati oleh remaja atau orang dewasa agar banyak peminat nya , dan dalam strategi Marketing juga harus bisa mempermudah dalam proses transaksi pembayaran. Adapun dalam strategi juga harus menunggukan potongan -potongan harga dan dengan kualitas yang bagus dan pengguna akun juga harus membuat konten-konten yang menarik dalam memasarkan produknya dan pasti banyak konsumen yang akan melihat dan tertarik untuk membeli menggunakan smartphone yang mereka miliki. Dengan berkembangnya media sosial banyak masyarakat yang berbelanja online. Dan bukan hanya itu dengan masyarakat sering berbelanja online akan memberikan keuntungan tersendiri bagi pelaku bisnis online. Adapun dengan adanya pembelaan online juga mempermudah aktivitas masyarakat dalam berbelanja. Dalam kegiatan marketing secar tidak langsung media telah mempengaruhi konsumen agar tertarik dalam satu merek yang terdapat di dalam akun tersebut . dengan adanya media sosial dapat memberikan indentitas tentang produk yang di tawarkan, bahkan media menjadi salah satu informasi dalam mencari apa yang dibutuhkan konsumen dan media juga menjadi penghubung komunikasi antar konsumen, bukan hanya itu media menjadi peran penting yang selalu menampilkan produk dalam setiap waktu.

Manfaat media sosial Instagram sebagai media promosi

Manfaat menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi adalah Instagram dapat meningkatkan potensi dalam pemasaran bahkan menjadi solusi alternatif yang sangat bagus untuk dimanfaatkan sebagai media promosi. Dengan perkembangan internet diera digitalisasi dengan sangat pesat , usaha dalam memanfaatkan jejaring sosial agar dapat memperoleh dapat positif yaitu dengan meningkatkan jumlah pendapatan dengan menggunakan media instagram.

Mungkin perkembangannya tidak langsung berjalan signifikan akan tetapi dengan perkembangan jejaring sosial akan meningkatkan akan potensi pendapatan penjualan dengan memanfaatkan media sosial tersebut dengan benar. Oleh karena itu dengan adanya memanfaatkan jejaring media sosial sebagai salah satu jalur untuk mempromosikan produk , bahkan pelaku -pelaku bisnis bisa memperoleh keuntungan besar dengan menggunakan media sosial yang biasa menjadi peluang yang cerah dan bahkan dapat bersaing dengan banyak pembisnis di dalam media sosial tersebut. Adapun dalam mempromosikan suatu produk pelaku bisnis juga bisa memanfaatkan fitur - fitur yang terdapat dalam jejaring sosial Instagram baik itu sebagai akses informasi bagi para konsumen atau penggunaan lain agar bisa mendapatkan informasi mengenai atau yang berkaitan





dengan bisnis yang di pasarkan. Dengan menggunakan fitur yang Instagram storioies dan bahkan dalam Instagram juga ada fitur video pendek (reels) pelaku bisnis bisa membuat Vidio pendek tentang produk nya.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penyajian di atas mengenai pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi adalah di erah digitalisasi media sosial Instagram menjadikan sebagai sebuah media promosi untuk mencari peluang dalam memperkenalkan prudok-produk usaha agar lebih dikenal dan diminati oleh banya orang dari media sosial yang kita gunakan . Bahkan manfaat menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi adalah Instagram dapat meningkatkan potensi dalam pemasaran bahkan menjadi solusi alternatif yang sangat bagus untuk dimanfaatkan sebagai media promosi. Dengan perkembangan internet diera digitalisasi dengan sangat pesat , usaha dalam memanfaatkan jejaring sosial agar dapat memperoleh dapat positif yaitu dengan meningkatkan jumlah pendapatan dengan menggunakan media instagram.

Saran

1. Media sosial Instagram harus meningkatkan atau memperbanyak fitur dalam Instagram agar pelung pelaku bisnis bisa lebih mudah dalam mempromosikan produk nya melalui Instagram dan akan dikenal oleh banyak orang
2. Dalam media sosial Instagram, pelaku bisnis harus bisa memanfaatkan media sosial Instagram menjadi salah satu cara untuk mempromosikan dan bahkan pembisnis harus menggunakan strategi – srategi yang menarik

DAFTAR PUSTAKA

- Sari, S. P. (2020). Strategi meningkatkan penjualan di era digital. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 291-300.
- Gumilar, G. (2015). Pemanfaatan instagram sebagai sarana promosi oleh pengelola industri kreatif fashion di kota Bandung. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 2.
- Nugroho, T. A., & Azzahra, F. C. (2022). Pemanfaatan instagram sebagai media promosi social commerce usaha bro. Do. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 136-149.
- Miyata, N. S. (2019). Efektivitas Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Kristen Petra. *Agora*, 7(2).
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@ subur_batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.





Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi pemasaran bisnis kuliner menggunakan *influencer* melalui media sosial instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 192-203.

Sari, S. P. (2020). Strategi meningkatkan penjualan di era digital. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 291-300.

Rachmawati, S., Pramularso, E. Y., & Sari, I. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 37-42.

