

Media Sosial Instagram Dalam Mendukung Promosi Usaha Sebagai Sebuah Pilihan Atau Paksaan

Khairil Hamdi¹, Dorris Yadewani² Reni Wijaya³

¹Sistem Informasi, STMIK Jayanusa Padang

^{2,3}Manajemen Informatika, AMIK Jayanusa Padang

*dorris290@gmail.com.

Abstract

The Promotion in business is an important thing that needs to be done by every business, both small and large, as an effort to increase business growth and development. Hengki chicken eggs are a small entrepreneur who focuses on selling eggs, located in the city of Pariaman, West Sumatra, in the routine activities carried out by this business in marketing eggs it is still considered minimal, so that the final sales report produced is not in accordance with the reality of the data in the store. . This became the background so that this community service activity was carried out with the aim of helping to facilitate and overcome the problems faced by the Hengky chicken egg business. This promotion through Instagram is expected to be able to provide information in a short time so that it can manage transactions - transactions made can be viewed quickly from every request through the DM feature or via telephone, whatsapp which is installed on the account profile. The first stage of this activity is to install the application, which is followed by training on the use of modules, data entry and recording requests. The results of community service activities that accept the Instagram social media application have increased marketing information that does not only come from word of mouth or store brands seen by visitors who happen to pass or are in the area.

Keywords: Instagram, Marketing, Teknologi

Abstrak

Promosi dalam usaha merupakan hal penting yang perlu dilakukan oleh setiap usaha baik kecil maupun besar, sebagai salah satu upaya peningkatan dalam pertumbuhan dan perkembangan usaha. Telur ayam hengki merupakan wirausaha kecil yang menitikberatkan pada penjualan telur, yang berada di kota pariaman, Sumatera Barat, dalam kegiatan rutinitas yang dijalani usaha ini dalam memasarkan telur masih dirasa minim sekali, sehingga laporan akhir penjualan yang dihasilkan menjadi tidak sesuai dengan kenyataan data di toko. Hal tersebut menjadi latar belakang sehingga dilakukanlah kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan tujuan untuk membantu memperlancar dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh usaha telur ayam hengky. Promosi melalui *instagram* ini diharapkan mampu memberikan informasi dalam waktu yang singkat sehingga dapat mengatur transaksi - transaksi yang dilakukan dapat dilihat dengan cepat dari setiap pemintaan melalui fitur DM atau via Telpon, whatsapp yang di pasang pada profil akun tersebut. Tahap pertama dari kegiatan ini berupa melakukan penginstalan aplikasi yang dilanjutkan dengan pelatihan penggunaan modul, entri data dan pencatatan permintan. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat penerimaan aplikasi media sosial *instagram* ini mempunyai peningkatan informasi pemasaran yang tidak hanya berasal dari mulut ke mulut atau pun merk toko yang dilihat oleh pengunjung yang kebetulan melewati atau berada pada daerah tersebut.

Kata kunci : Instagram, Pemasaran, Teknologi

© 2021 Jurnal Pustaka Mitra

Submitted : 15-09-2021 | Reviewed : 16-09-2021 | Accepted : 21-11-2021

1. Pendahuluan

Seiring dengan melesatnya kemajuan teknologi yang terjadi di dunia, manusia menjadi semakin mudah untuk berkomunikasi satu sama lain tak peduli kapanpun atau dimanapun mereka berada. Batas ruang dan waktu bukan lagi menjadi masalah untuk melakukan komunikasi dua arah bahkan lebih. Salah satu hal yang membuka gerbang komunikasi tanpa batas tersebut adalah internet. Banyak sekali manfaat yang didapat dari penggunaan internet, pentingnya internet dalam menunjang kegiatan usaha untuk memasarkan produk yang dihasilkan.[1]. Dan manfaat yang akan diterangkan disini adalah manfaat internet dalam dunia pemasaran.

Tujuan diadakan pelatihan pembuatan media *instagram* ini diantaranya adalah untuk menambah pengetahuan dan keterampilan dalam bidang aplikasi komputer dan memaksimalkan penggunaan internet [2]memudahkan dalam memberikan informasi kepada masyarakat, membuat akun bisnis untuk usaha telur pada usaha hengky. Diharapkan setelah pelatihan ini, para peserta khususnya operator sudah dapat menampilkan berbagai informasi tentang telur, memiliki pengetahuan tentang email dan internet, serta memanfaatkan secara maksimal pencarian data[3]

Saat ini dunia social media khususnya *Instagram* sangat banyak peminatnya, mulai dari usia anak – anak sampai pada usia dewasa . Teknologi juga semakin canggih dan semakin cepat berkembang salah satu social media yang sedang banyak diminati oleh masyarakat di seluruh dunia tak terkecuali di Indonesia[4]. Dalam dunia bisnis, kehadiran social media memberikan banyak keuntungan. Penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran akan sangat membantu penjual atau perusahaan dalam mengurangi biaya pemasaran dibandingkan ketika perusahaan menggunakan saluran pemasaran tradisional seperti reklame maupun iklan di media elektronik[5]. Selain itu, penggunaan media sosial dapat meningkatkan kinerja finansial dan nonfinansial secara signifikan. Salah satu social media yang sedang banyak digandrungi masyarakat pada saat ini yaitu social media yang mungkin sering sekali kita gunakan, yaitu social media yang bernama *instagram*[6]

Media sosial berbagi foto, *Instagram*, kini memiliki 45 juta pengguna aktif setiap bulan pada kuartal pertama 2017 di Indonesia[7]Pengguna *Instagram* di Indonesia adalah komunitas terbesar di Asia Pasifik. Jumlah pengguna *Instagram* melonjak lebih dari dua kali lipat dari 22 juta orang pada awal tahun lalu. Jumlah tersebut membuat Indonesia menjadi salah satu pasar terbesar *Instagram* di dunia, yang kini

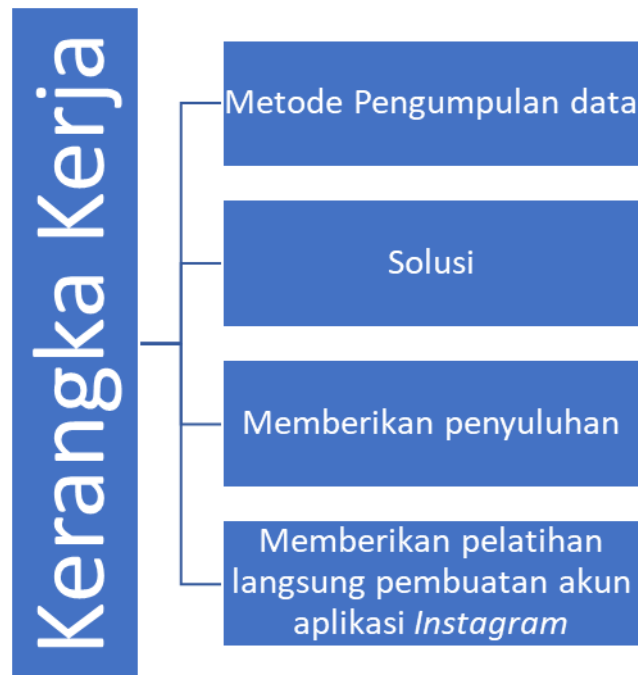
memiliki 700 juta pengguna aktif secara global, berdasarkan data internal per April 2017[8]. Pengguna Indonesia pun masuk ke dalam lima besar negara yang paling sering menggunakan *Instagram* sebagai akun bisnis, bersama Amerika Serikat, Brazil, Rusia dan Inggris Raya. Saat ini secara global 8 juta akun di *Instagram* digunakan sebagai profil bisnis[7]

Banyak keunggulan yang di miliki oleh aplikasi *Instagram* yaitu bisa mengupload foto maupun video. Serta aplikasi ini juga bisa mengedit foto, sehingga akan membuat tampilan foto menjadi semakin bagus. Sehingga aplikasi *instagram* ini sangat cocok sekali untuk dijadikan sebagai lahan marketing yang tentunya akan sangat menguntungkan untuk menjadi lahan promosi sebuah produk[9]

Saat ini *Instagram* bukan hanya sebagai sarana komunikasi dan informasi saja, melainkan sudah mewabah kebeberapa sektor terutama pemasaran. Dalam mengimplementasikan sebuah pemasaran pada media sosial *instagram*, perlu adanya strategi untuk menghasilkan atau mengelola sesuatu menjadi bernilai. Hal ini merupakan cara bagaimana pengguna mempunyai calon target yang akan tertarik, baik berupa produk atau jasa yang diciptakan. Tentunya bagi pelanggan atau konsumen untuk dapat membelinya, pengguna *Instagram* terlebih dahulu harus memasarkan produk atau jasa tersebut. Hal ini perlu dilakukan agar calon pelanggan atau konsumen mengetahui keberadaan dari produk atau jasa tersebut. Salah satu cara untuk meningkatkan strategi pemasaran, terutama dalam hal pemasaran media sosial adalah membangun ekuitas merek yang kuat[8]

Sedangkan komponen-komponen pelatihan sebagaimana dijelaskan oleh Mangkunegara [7] terdiri dari : tujuan dan sasaran pelatihan dan pengembangan harus jelas dan dapat di ukur, para pelatih (trainer) harus ahlinya yang berkualitas memadai (profesional), materi pelatihan dan pengembangan harus disesuaikan dengan tujuan yang hendak dicapai, Peserta pelatihan dan pengembangan (trainers) harus memenuhi persyaratan yang ditentukan

Permasalahan yang di hadapi oleh mitra adalah pemilik ayam petelur hengki saat ini masih minimnya pengetahuan mereka terhadap pemasaran berbasis digital serta belum adanya memanfaatkan aplikasi *Instagram* sebagai salah satu lahan promosi. Oleh karena itu diperlukan sosialisasi dan pelatihan pembuatan akun *Instagram* dan penggunaan aplikasi *Instagram* tersebut.



Gambar 1 Kerangka Kerja

2. Metode Pengabdian Masyarakat

Untuk menunjang kegiatan pengabdian masyarakat ini, maka metode yang digunakan untuk mendukung pelaksanaan kegiatan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

Digital marketing serta pentingnya digital marketing dalam menjalankan sebuah bisnis

Memberikan pelatihan langsung pembuatan akun aplikasi *Instagram*, mulai dari membuat laman *Instagram* sampai dengan promosi produk.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara terhadap sistem pemasaran yang ada di ayam petelur hengki. Dari hasil wawancara yang dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwasannya sampai saat ini ayam petelur hengki belum memiliki pengetahuan mengenai digital marketing dan juga belum memanfaatkan salah satu social media yaitu aplikasi *Instagram* dalam melakukan pemasaran. Hal ini menyebabkan jangkauan pemasaran terbatas dan belum mampu meraih pangsa pasar yang lebih luas. Sehingga perkembangan usaha ayam petelur hengki belum menunjukkan peningkatan. Dan berdampak pula terhadap pendapatan yang diperoleh.

Solusi yang ditawarkan ke ayam petelur hengki adalah memberikan penyuluhan untuk meningkatkan pengetahuan mengenai digital marketing sebagai alat untuk menjalankan bisnisnya. sekaligus pelatihan pembuatan akun aplikasi *Instagram* sebagai cara memasarkan produk.

Memberikan penyuluhan mengenai pentingnya digital marketing. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu meningkatkan pengetahuan mengenai

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian dimulai dengan pemberian materi tentang digital marketing selain itu juga memberikan pelatihan mengenai aplikasi *Instagram* sebagai salah satu media pemasaran online.. Penyuluhan pentingnya digital marketing dalam usaha bisnis online dan disampaikan lebih mendalam. Kepada Mitra, dijelaskan mulai dari pengertian digital marketing. Digital marketing yaitu adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis website. Sebagai contoh adalah blog, website, *adwords*, dan berbagai macam jaringan sosial media. Selain itu digital marketing merupakan perkembangan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak digembar gemborkan secara langsung akan tetapi memiliki efek yang sangat berpengaruh

Digital marketing merupakan pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan akses internet, memanfaatkan media sosial dan perangkat digital lainnya. Digital Marketing dapat membantu membantu pelaku usaha contohnya adalah UMKM dalam mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa mereka dan mampu memperluas pasar baru yang sebelumnya tertutup atau terbatas karena adanya keterbatasan waktu, jarak dan cara berkomunikasi [10] Selain itu juga dijelaskan mengenai beberapa Kelebihan digital marketing : (1) kecepatan penyebaran; (2) kemudahan evaluasi; (3) jangkauan lebih luas; (4) murah dan efektif; (5) membangun

nama brand. Selanjutnya juga dipaparkan mengenai Manfaat yang didapatkan dengan digital marketing (1) Bisa menjangkau pasar yang lebih luas, (2) Mengefektifkan biaya pemasaran, (3) Mampu membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. (4) Selain itu, digital marketing bersifat real time sehingga pengusaha dapat langsung memperhatikan minat dan feedback dari pasar yang dituju, serta dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan untuk hasil yang lebih baik dengan lebih cepat (Hendriadi et al., 2019).

Kegiatan selanjutnya adalah pembuatan akun pada aplikasi *Instagram* untuk pemasaran produk yang dikemas secara efektif dan menarik. Di mana pembuatan akun *Instagram* hanya melalui HP karena petelur hengkki dalam menjalankan bisnisnya masih belum menggunakan computer. Selain itu, juga mempersiapkan jenis-jenis produk yang akan dipasarkan serta dilanjutkan dengan pengarahannya menggunakan *Instagram* secara maksimal untuk pemasaran produk, menjelaskan dan

3.1 Pelaksanaan Pelatihan

Kegiatan pelatihan ini telah dilakukan pada ruang admin telur ayam hangky yang telah dilengkapi meja dan perangkat komputer lengkap, dimana setiap peserta mendapat kesempatan untuk menggunakan perangkat komputer yang telah dilengkapi dengan internet yang terhubung baik.



Gambar. 1 kandang ayam sebagai Supplier

Tiga orang instruktur secara bergantian sesuai materinya, memandu pemberian teori pelatihan di depan. Untuk efektifitas pelayanan, pelatihan dibantu oleh 2 (dua) orang rekan yang merupakan anggota tim pangabdian, yang akan membantu peserta yang mengalami kesulitan. Pemberian teori dilakukan bersamaan dengan pemberian latihan sehingga para peserta dapat langsung mempraktikkannya. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1 dan gambar 2

Selama pelatihan, para peserta sangat antusias mengikuti jalannya pelatihan karena dukungan sarana dan prasarana memadai, dan juga dibantu oleh asisten yang sigap, sehingga mereka memperoleh kesempatan mempraktikkan langsung

Daftar Pustaka

mempraktekkan pengambilan gambar produk dengan cara video dan Teknik stop motion.

3.2. Intrumen Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan program pelatihan ini dibutuhkan para pengajar, modul ajar, sarana komputer, LCD (Proyektor) dan juga fasilitas internet yang sudah terhubung dengan baik pada komputer. Dalam pelaksanaannya, keterkaitan dari 4 komponen instrumen tersebut menjadi satu kesatuan yang mengikat karena metode pelatihan dilakukan dalam ruang yang sekaligus menyatu sebagai ruang admin usaha telur hengkky.

Sehingga dalam pelaksanaan pelatihan, keberadaan instruktur adalah memandu pemberian teori pelatihan, sementara asisten instruktur bertugas memastikan bahwa setiap peserta mampu memahami modul ajar serta mengikuti arahan paparan materi dari instruktur. Selanjutnya, keberadaan komputer digunakan sebagai media simulasi, praktikum dan juga pengerjaan studi kasus.



Gambar. 2 Lokasi Telur ayam Hengkky

materi yang disajikan pada media komputer. Dengan begitu, mereka merasa lebih bisa mengeksplorasi dengan baik dan lebih mampu memahami detail materi yang diajarkan.

4. Kesimpulan

Dari hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mengenai Pelatihan cara promosi di *Instagram* sebagai lahan promosi dapat disimpulkan terjadi peningkatan pengetahuan tentang digital marketing

Meningkatnya pemahaman tentang pemanfaatan *Instagram* dalam menjalankan bisnisnya, mulai dari menyiapkan produk produk yang akan di promosikan serta foto ataupun video yang akan di publish

- [1] K. Hamdi and D. Yadewani, "Pengembangan usaha kuliner home industri sebagai peluang kaum perempuan menuju industri kreatif," *Din. J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 3, pp. 101–116, 2019.
- [2] D. R. Indika and C. Jovita, "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen," *J. Bisnis Terap.*, vol. 1, no. 01, pp. 25–32, 2017, doi: 10.24123/jbt.v1i01.296.
- [3] A. M. Afrilia, "Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran 'Waroenk Ora Umum' Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen," *J. Ris. Komun.*, vol. 1, no. 1, pp. 147–157, 2018, doi: 10.24329/jurkom.v1i1.21.
- [4] A. P. Astuti and A. Nu. Rps, "Teknologi Komunikasi Dan Perilaku Remaja," *J. Anal. Sociol.*, vol. 3, no. 1, 2018, doi: 10.20961/jas.v3i1.17452.
- [5] I. Liesander and D. Dharmayanti, "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening pada ...," *J. Strateg. Pemasar.*, pp. 1–13, 2017, [Online]. Available: <https://pdfs.semanticscholar.org/33f7/54402a404996356641740db042d5626cb9d6.pdf>.
- [6] Azman, "Penggunaan Media Massa dan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Komunikasi," *J. Peurawi*, vol. 1, 2018.
- [7] Kominfo, "Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang," 2021, [Online]. Available: https://www.kominfo.go.id/content/detail/3415/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang/0/berita_satker.
- [8] S. P. Kinanti and B. P. S. Putri, S.I.Kom.,M.Si, "Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic," *J. Komun.*, vol. 9, no. 1, p. 53, 2017, doi: 10.24912/jk.v9i1.164.
- [9] R. I. Mustikowati and I. Tysari, "Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Ukm Sentra Kabupaten Malang)," *J. Ekon. Mod.*, vol. 10, no. 1, p. 23, 2015, doi: 10.21067/jem.v10i1.771.
- [10] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Diambil kembali dari Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia," *Kominfo*, 2017. [https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Laporan_Survei APJII_20%0A17_v1.3.pdf](https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Laporan_Survei_APJII_20%0A17_v1.3.pdf).