



## Prosiding

### Seminar Nasional

Unit Kegiatan Mahasiswa Penalaran dan Riset  
IKIP PGRI Bojonegoro

Tema “Meningkatkan Kualitas Hasil Riset dengan Metode Penelitian yang Adaptif untuk Menyiapkan Generasi Peneliti yang Kompeten”



## Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi

Clara Simanjuntak<sup>1</sup>, Monica Manalu<sup>2</sup>, Rifka Simbolon<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas HKBP Nommensen  
Pematangsiantar, Indonesia

[rifkaaprilia713@gmail.com](mailto:rifkaaprilia713@gmail.com)<sup>1</sup>, [Cledyclecle@gmail.com](mailto:Cledyclecle@gmail.com)<sup>2</sup>,

[Monikamanalu309@gmail.com](mailto:Monikamanalu309@gmail.com)<sup>3</sup>

**abstrak** – Dunia pemasaran dan penjualan telah berubah karena adanya media sosial, terutama karena peningkatan pangkat yang telah menghasilkan tren bisnis online. Instagram merupakan salah satu media sosial yang telah memberikan wadah bagi para penjual online untuk memasarkan serta menjual produk mereka di media online. Studi ini berfokus pada penggunaan Instagram sebagai alat promosi utama dalam penjualan online. Tujuan utama dari adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penjual online menggunakan media sosial Instagram bagaimana penjual online memanfaatkan Instagram sebagai media pemasaran produk. Studi ini pun menggunakan metodologi kualitatif. Selain itu, wawancara, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data yang digunakan. Hasil penelitian ini pun menunjukkan penggunaan media sosial Instagram dengan mengunggah konten dan menggunakan fitur.

**Kata kunci** – Instagram, Media Promosi, Komunikasi Pemasaran.

**abstract** – The world of marketing and sales has changed because of social media, especially because of the rise in rank that has resulted in online business trends. Instagram is a social media that has provided a platform for online sellers to market and sell their products on online media. This study focuses on the use of Instagram as the main promotional tool in online sales. The main aim of this research is to find out how online sellers use Instagram social media. How online sellers use Instagram as a product marketing medium. This study also uses qualitative methodology. Apart from that, interviews, observation, documentation and literature study are the data collection techniques used. The results of this research also show the use of Instagram social media by uploading content and using features

**Keywords** – Instagram, Promotional Media, Marketing Communications.

## PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan kegiatan sosial, ketika perorangan atau kelompok dapat mencapai tujuan yang menjadi keinginannya dengan melakukan pertukaran produk, jasa dan nilai antara diri mereka sendiri dan orang lain. Pemasaran juga merupakan kegiatan yang memerlukan kolaborasi dengan kebutuhan produk konsumen, karena

pemasaran sangat penting bagi bisnis untuk menjamin kelangsungan hidup, perkembangan, dan keuntungannya.

Promosi membantu memperkenalkan produk pada konsumen. Mereka yang menjual produk yang biasanya mendorong konsumen untuk membeli produknya dengan menentukan produk yang diinginkan melalui pesan-pesan yang membujuk, menginformasikan, dan mengingatkan mereka untuk membeli produk yang ditawarkan. Promosi pada Instagram sebagai aliran informasi pada kegiatan pemasaran interaktif berasal dari lisan ke lisan dalam proses penjualan.

Menurut Tull dan Kahle (Tjiptono, 2004) Strategi pemasaran merupakan sebuah alat mendasar yang dirancang untuk membantu perusahaan mencapai tujuannya dengan menyebarkan keunggulan kompetitif melalui program pemasaran pasar yang berkelanjutan untuk mencapai pasar sasaran. Menurut (Kotler, P., 2012), Strategi pemasaran dapat dipahami dengan menggunakan tiga taktik (segmentasi, penargetan, dan positioning) yang dikenal sebagai teknik manajemen STP.

Media sosial adalah media yang dianggap sebagai media online dan media sosial adalah platform yang nyaman dan sangat efektif untuk mengkomunikasikan pesan. (Ramadhan, 2017). Menurut (Keller, 2012) Media sosial merupakan media yang membantu konsumen mendistribusikan berita, teks, gambar, audio dan video.

Perkembangan jaman yang semakin pesat telah membuat pasar usaha Indonesia saat ini semakin sangat diuntungkan. Dengan hadirnya aplikasi Instagram sebagai wujud kemajuan teknologi telah membantu kita untuk memasarkan produk untuk memasarkan suatu produk melalui aplikasi. Instagram adalah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk membuat foto dan video, mengedit, membuat cerita, mengirim pesan pada orang lain dan banyak hal lainnya. Penggunaan yang mudah membuat aplikasi Instagram ini banyak diminati berbagai macam kalangan dan usia.

Faktanya, studi Usaha.com pada tahun 2021 menemukan bahwa Instagram memiliki tingkat penetrasi pasar yang tinggi, yaitu 70%. Data tersebut berjalan dengan suatu fenomena di bidang ini, bahwa berbagai perusahaan besar di Indonesia saat ini telah banyak menggunakan Instagram sebagai media periklanan.

Menurut (Atmoko Dwi, 2012), Instagram adalah sebuah program berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengeditnya dengan filter digital, dan mengunggahnya ke beberapa platform media sosial, termasuk di Instagram sendiri. Salah satu media publik yang digunakan oleh para pelaku bisnis sebagai media periklanan untuk memasarkan produk dan jasanya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif dengan pendekatan secara kualitatif. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk meningkatkan pengetahuan melalui pemahaman dan eksplorasi. Di sisi lain, metode naratif berdasarkan (Umami,

2015) berfokus pada data analisis tingkat tinggi daripada data mendalam atau makna data dan bertujuan untuk menjelaskan situasi dan status suatu peristiwa.

Dalam hal ini, Instagram adalah topik penelitian yang digunakan untuk memastikan posisi Instagram saat ini sebagai jejaring sosial yang paling populer. Penelitian ini juga berfokus pada pengguna Instagram yang ingin memanfaatkan platform tersebut untuk pemasaran dan bisnis serta yang telah mengaktifkan akun bisnis mereka (*Business Tools*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Instagram adalah salah satu software jejaring sosial yang berfokus pada foto serta video. Pengguna dapat memanfaatkan Instagram sebagai media mengedit gambar serta video menggunakan filter, membagikan foto dan video serta membuat cerita. Memanfaatkan media sosial untuk membawa akibat dengan aneka macam aspek kehidupan pribadi juga gerombolan.

Menggunakan instagram sebagai salah satu media promosi juga dikenal sangat efektif karena tingkat keterlibatan yang tinggi dari penggunaannya. Foto dan video yang menarik seringkali mendapat respon yang lebih baik daripada teks biasa. Dengan mengunggah konten berkualitas secara teratur, bisnis dapat membangun keterlibatan yang kuat dengan pengikut mereka, meningkatkan interaksi, dan membangun hubungan yang lebih dalam dengan para pelanggan potensial.

Gambar 1. Aplikasi Instagram



Tabel 1. Fitur dan Manfaat Instagram

No	Fitur Instagram	Manfaat
1.	Membagikan Foto dan Video:	Pengguna dapat mengunggah foto dan video ke profil mereka, serta menambahkan caption, tag lokasi, serta tagar.
2.	Mengedit Foto serta Video:	Instagram menyediakan banyak sekali filter dan indera untuk mengedit foto dan video, seperti memotong, memutar dan menyesuaikan kecerahan, kontras, serta saturasi.

3.	Membuatkan Cerita:	Pengguna dapat menghasilkan cerita yg terdiri dari foto, video, dan teks yang hilang sehabis 24 jam.
4.	Berinteraksi menggunakan pengguna lain:	Pengguna dapat menyukai, mengomentari, serta menunjukkan postingan orang lain, serta mengikuti akun pengguna lain buat melihat postingan mereka.
5.	Pesan pribadi:	Pengguna bisa mengirim pesan pribadi kepada pengguna lain.
6.	Fitur IGTV	Pengguna bisa mengunggah video yang lebih panjang (sampai 60 menit) ke IGTV
7.	Fitur Reels	Pengguna bisa membentuk video pendek yang seperti dengan TikTok
8.	Fitur Belanja	Pengguna dapat membeli produk berasal bisnis yg terdaftar pada Instagram.

Gambar 2. 170 Juta Pemakai atau Sebesar 61,8%



Sebagian besar masyarakat yang telah menggunakan media sosial, telah mendukung proses terjadinya jual beli secara online. Dengan demikian, para penjual beralih untuk memasarkan barang mereka. Menurut penelitian Wearesocial Hootsuite yang dirilis pada Januari 2021, 170 juta orang, atau 61,8% dari populasi Indonesia, aktif menggunakan sosial media.

Pemanfaatan media sosial ialah sarana komunikasi yang memiliki dampak lebih luas dan mempermudah identifikasi permasalahan menyebabkan peningkatan jumlah penggunaannya yang kini mencakup lebih dari separuh penduduk Indonesia. Menurut Hermawan (2012), pemasaran media sosial lebih menguntungkan karena memungkinkan pemasaran yang lebih efisien, waktu reaksi yang lebih cepat, dan biaya yang lebih murah.

Di Indonesia, Instagram adalah situs jejaring sosial yang berkembang dengan cepat. Berdasarkan analisis Databoks tahun 2021, Instagram telah muncul sebagai jaringan media sosial yang paling banyak digunakan.

Beberapa kelebihan fitur Instagram, antara lain:

1. Terhubung dengan teman dan keluarga:

Instagram merupakan sebuah cara yang memudahkan untuk menjaga hubungan dengan teman dan keluarga yang tinggal jauh.

2. Mengembangkan pengikut:

Pengguna dapat mengembangkan pengikut di Instagram dan membangun merek pribadi mereka.

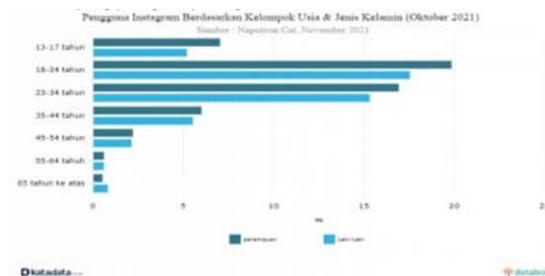
3. Mempromosikan bisnis:

Bisnis dapat menggunakan Instagram untuk mempromosikan produk dan layanan mereka kepada pelanggan potensial

4. Tetap update dengan tren:

Instagram adalah tempat yang bagus untuk mengikuti tren terbaru dalam style, musik, dan budaya

Gambar 3. Pengguna Instagram berdasarkan kelompok usia Jenis Kelamin



Sebanyak 33,90 juta pengguna Instagram berasal dari kelompok usia 18 hingga 24 tahun, dengan 19,8 persen Perempuan dan 17,5 persen laki-laki. Kelompok usia 25 hingga 34 tahun adalah kelompok kedua dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak, dengan 16,9 persen Perempuan dan 15,5 persen laki-laki. Selain itu, ada peningkatan jumlah pengguna Instagram diseluruh dunia.

## SIMPULAN

Instagram dulunya adalah aplikasi foto sederhana. Namun di Instagram, banyak yang telah berubah. Instagram adalah situs jejaring sosial yang terkenal di mana pengguna dapat berkomunikasi satu sama lain melalui pesan langsung dan komentar sambil berbagi gambar dan video. Selain itu, perusahaan dapat memperluas basis pelanggan mereka dengan mengiklankan barang dan jasa mereka. Penting untuk diingat bahwa pengguna Instagram menghargai konten berkualitas tinggi.

**REFERENSI**

- R. A, Reni, dkk. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, Vol. 5 No. 3, 8920-8928. <https://doi.org/10.31004/jptam.v5i3.2400>.
- Subiyanto.L A, dkk (2022) Pemanfaatan Media Instagram sebagai Media Promosi Penjualan di masa pandemi Covid-19. *Jurnal IKON Ilmu Komunikasi 2022*, Vol. 3 1978-6972. Retrieved from <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKON/article/view/2621>.
- Untari, D., dkk., (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, Vol. 2 No. 2, 271-278. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i2.4387>.