

Pelatihan Media Sosial Instagram Dalam Pemanfaatan Fiturnya Sebagai Peluang Usaha

Andes Fuady Dharma Harahap^{1*}, Fatma Suryani Harahap², Melvariani Syari Batubara³, Jalilah Azizah Lubis⁴, Elisa elisa⁶, Heni Mulyani Pohan⁶, Riski Baroroh⁷ Asmaryadi⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan

e-mail: fatma.suryani@um-tapsel.ac.id

Abstract

Instagram is an application used to share photos and videos. Now Instagram is developing as a medium for business people to communicate business through promotional activities on the Instagram application. This community service aims to provide knowledge, insight and motivation about using Instagram as a forum for business opportunities, especially in the online field. The method used in this community service is the lecture method in the form of delivering material about using Instagram features as a business or business opportunity, in addition to the lecture method it also uses the discussion method in the form of questions and answers with students as service participants. Based on the results of this community service, it can be concluded that in fact there are still many participating students who do not understand business Instagram optimization. Instagram was only used as a personal account, but after participating in this Community Service event to the end, the participants began to understand and make many changes to their Instagram, which previously was a personal Instagram that had turned into a business Instagram.

Keywords: *Instagram; Business Opportunities; Promotional Media*

Abstrak

Instagram merupakan salah satu aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video. Kini Instagram sedang berkembang sebagai media para pembisnis untuk mengomunikasikan bisnis melalui kegiatan promosi di aplikasi Instagram. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan, wawasan dan motivasi tentang pemanfaatan Instagram sebagai wadah peluang usaha khususnya dibidang online. Metode yang dilakukan pada pengabdian masyarakat ini yaitu metode ceramah berupa penyampaian materi tentang pemanfaatan fitur-fitur Instagram sebagai peluang usaha atau bisnis, selain metode ceramah juga menggunakan metode diskusi berupa tanya jawab dengan mahasiswa sebagai peserta pengabdian. Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat ini maka dapat disimpulkan bahwa ternyata masih banyak mahasiswa peserta yang belum paham optimasi instagram bisnis. Instagram hanya digunakan sebagai akun pribadi saja, namun setelah mengikuti acara Pengabdian Kepada Masyarakat ini hingga akhir, peserta mulai paham dan melakukan banyak perubahan terhadap instagramnya, yang mana sebelumnya instagram personal berubah menjadi instagram bisnis.

Kata Kunci: *Instagram; Peluang Usaha; Media Promosi*

Pendahuluan

Perkembangan jaman semakin pesat pasar bisnis di Indonesia saat ini sangat diuntungkan dan terbantu dengan kehadirannya Instagram. Sebagai wujud dari kemajuan teknologi semakin hari semakin berkembang pesat, Instagram sebuah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video, penggunaan yang mudah membuat aplikasi Instagram ini membuat aplikasi ini banyak diminati berbagai kalangan. Baik untuk berbagi informasi sehari-hari maupun untuk bisnis. Selain itu, komunikasi pemasaran juga berkontribusi dalam ekuitas merek dengan menanamkan merek di dalam ingatan konsumen. Tidak dapat dipungkiri bahwa komunikasi pemasaran juga membutuhkan media komunikasi dalam proses komunikasi pemasaran, salah satunya melalui media sosial (Novita, D dan Yuliani, 2021). Dengan semakin berkembangnya pengguna internet yang semakin pesat maka arus penukaran informasi semakin cepat dan mudah, hal inilah yang membuat masyarakat lebih cenderung berkomunikasi melalui internet, karna memudahkan penggunanya untuk berkomunikasi tanpa ada batasan waktu, tempat, dan jarak. Dengan kemudahan ini membuat jutaan orang di dunia. Berinteraksi menggunakan internet sehingga terbentuknya situs media sosial.

Instagram adalah salah satu aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video. (Hubner, 2021). Kini Instagram sedang berkembang sebagai media para pembisnis untuk mengomunikasikan bisnis melalui kegiatan promosi di aplikasi Instagram, telah banyak dipergunakan perusahaan di seluruh dunia. Sebuah studi yang dilakukan oleh Simply Maesured mengungkapkan bahwa sebanyak 54 persen perusahaan dengan brand terkenal telah menggunakan Instagram sebagai media promosi, hal ini merangsang perusahaan dan penyedia iklan untuk berlombalomba memasarkan produk mereka ke Instagram, para pelaku bisnis memilih menggunakan Instagram untuk mempromosikan produk mereka dengan alasan kemudahan menawarkan produkproduk mereka kepada calon konsumen (Zuhri, 2019). Maka secara tidak langsung penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana media komunikasi pemasaran termasuk kedalam ruang lingkup promosi pemasaran, dengan menggunakan Instagram pengguna dapat dengan mudah sendiri dalam memasarkan produknya

karena dapat meningkatkan produk mereka dengan pengeluaran tidak terlalu banyak seperti uang, tenaga, dan waktu.

Pada Juni 2018, Instagram resmi mengumumkan bahwa mereka sudah mengantongi satu miliar pengguna dari seluruh dunia. Jumlah ini jelas terbilang sangat besar dengan peningkatan yang signifikan, mengingat pada September 2017 mereka masih memiliki 800 juta pengguna. (Yusa, 2018). Dengan jumlah pengguna yang terus bertambah setiap tahunnya ini tentunya bisa membuka peluang untuk memanfaatkan media social Instagram sebagai alat promosi. Memanfaatkan social media seperti Instagram jelas sangat dibutuhkan untuk digunakan sebagai alat promosi bagi kebutuhan bisnis dan bisa juga dijadikan salah satu sumber pendapatan bagi pengguna Instagram tersebut (Solekhan dan Winarso, 2016).

Berdasarkan Napoleon chat (<https://napoleoncat.com/>) Pengguna Instagram di Indonesia Januari 2021 terdapat 82.320.000 pengguna Instagram di Indonesia pada Januari 2021 , yang merupakan 29,9% dari seluruh populasi. Mayoritas dari mereka adalah wanita 52,6%. Orang yang berusia 18 sampai 24 adalah kelompok pengguna terbesar (30.000.000). Dengan data pengguna yang begitu banyak jumlahnya menjadikan potensi Instagram untuk mendapatkan penghasilan dari konten *creator* atau pun menjadi pebisnis. Untuk itu perlu pengguna Instagram untuk mendapatkan follower mulai dari 0 hingga ratusan ribu follower agar bisa dimanfaatkan untuk dijadikan sumber *traffic* yang nanti bisa menghasilkan potensi *income* bagi pengguna Instagram. Tapi tidak semua orang tahu bagaimana menggunakan Instagram untuk mendapatkan follower dalam jumlah banyak untuk dijadikan sumber penghasilan dari media social ini.

Dalam mengatasi permasalahan yang terjadi maka pengadi memberikan solusi dengan pemberian materi serta pelatihan mengenai Informasi tentang seputar fitur instagram, bagaimana membuat Instagram dengan follower yang terus bertambah dan memanfaatkan Instagram sebagai salah satu sumber penghasilan.

Metode Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka dalam kegiatan PKM ini metode pelaksanaan yang digunakan adalah metode ceramah dan diskusi. Kegiatan pelatihan dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan yang dihadiri oleh mahasiswa

Pendidikan Kimia dan Pendidikan Biologi sebanyak 15 Orang. Adapun sistematika pelaksanaan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Pertama (Metode Ceramah)

Pemateri menjelaskan pengenalan Instagram beserta fitur-fiturnya serta memberikan wawasan sekaligus motivasi untuk mengubah pola pikir mahasiswa dalam memanfaatkan Instagram sebagai peluang usaha. Adapun metode ceramah berlangsung selama 1 jam.

2. Kedua (Metode Diskusi)

Pada metode diskusi ini para peserta diberikan kesempatan untuk bertanya jawab seputar aplikasi Instagram dan penggunaannya sebagai peluang usaha secara online. Metode ini dilakukan selama 1 jam.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan yang dihadiri oleh mahasiswa kimia dan biologi sebanyak 20 orang. Acara pengabdian kepada masyarakat yang berjudul “Pelatihan Media Sosial Instagram dalam Pemanfaatan Fiturnya sebagai Peluang Usaha”. Adapun pelatihan ini diisi dengan dua materi yang berbeda yaitu **pertama** materi pengenalan fitur-fitur instagram dan antara lain:

a. Fitur Instagram Kamera

Yang membuat Instagram ini banyak digemari adalah karena fitur kameranya. Tidak hanya bisa mengunggah foto dari galeri tetapi para pengguna secara langsung dapat berselfi atau merekam momen dari dalam aplikasi serta dapat langsung mengeditnya serta memberi caption selanjutnya dibagikan.

b. Editor

Fitur kedua yang membuat Instagram ini digemari banyak kaum milenial adanya tool editor yang dapat memoles foto yang di jepret. Terdapat 10 tool editor pada Instagram yang dengan sangat mudah untuk dipelajari.

c. Tag dan Hashtag

Seperti halnya media sosial yang lain, Instagram juga memiliki fitur tag dan hashtag yang berfungsi untuk menandai teman pada satu foto yang sama. Tagar oleh para pelaku bisnis juga memanfaatkan fitur ini untuk mencari pelanggan ataupun untuk menambah jumlah followernya. Biasanya untuk InstaMarket hanya menggunakan satu tagar saja.

d. Caption

Pada fitur ini pengguna bisa menjabarkan atau memberi keterangan pada foto atau video yang akan di unggah serta boleh juga dengan menambahkan hashtag.

e. Integrasi ke Jejaring Sosial

Aplikasi Instagram, Facebook, Twitter, Flickr dan Tumblr saling terhubung antara satu dengan yang lain. Apabila tool tersebut diaktifkan maka setiap foto-foto yang di unggah atau dibagikan akan secara otomatis Instagram juga akan membagikannya ke media social yang sudah terhubung.

f. Insight

Insight adalah fitur yang memberikan informasi tentang follower/pengikut dalam Instagram Bisnis. Informasi yang diberikan seputar aktivitas, jenis konten apa yang menarik dan demografi yang datang berkunjung ke akun instagram bisnis.

g. Auto Reply

Auto reply adalah fitur dalam memudahkan membalas Direct Message (Pesan Langsung) di akun instagram. Fitur ini biasanya digunakan untuk membalas pertanyaan yang masuk ke akun Instagram kita. Kita bisa menyetting pesan balasan otomatis yang dikirimkan ke orang yang masuk ke akun kita.

h. Filter Inbox

Filter inbox adalah filter yang fungsinya untuk menyaring berbagai pesan masuk yang datang. Karena biasanya ada yang iseng berkunjung dan mengirimkan kata-kata atau pesan yang tidak sesuai dengan bisnis kita. Filter ini bisa memunculkan pesan yang belum terbaca

i. Siarang Langsung (Live)

Fitur siaran langsung pada akun instagram memungkinkan pengguna akun untuk siaran langsung (live) untuk berinteraksi dengan followernya atau pun calon konsumen. Fitur siaran langsung bisa meningkatkan kepercayaan terhadap bisnis kita dan interaksi yang lebih tinggi. (Andriana, 2022).

Sedangkan materi yang **kedua** yaitu cara mempromosikan akun Instagram untuk jualan online. Pada materi ini materi ini akan membahas fitur Instagram Business. Karena akun instagram ada 3 jenis yaitu personal, Instagram Business, dan Instagram kreator. Karena peserta yang hadir masih menggunakan akun instagram personal mereka harus mengupgrade akunnya

menjadi Instagram Business agar bisa mendapatkan fitur instagram yang lengkap dalam memperoleh data yang bisa membantu marketing secara online.



Gambar 1. Peserta Antusias Dalam Mendengar Materi

Potensi Intragam dalam meningkatkan penjualan sangat memberikan efek signifikan bagi mereka yang bisa membaca dan menganalisa dari insigth yang diberikan oleh pihak instagram. Dalam media sosial seperti instagram, maka yang perlu kita perbaiki agar menarik follower atau calon konsumen adalah display dari akun kita. Baik itu tampilan foto, logo, caption, bio akun.

Tips cara menggunakan akun instagram sebagai media promosi online

1. Gunakan Gambar yang Jelas

Sebagian besar promosi online harus menggunakan poto atau gambar yang bagus. Hindari photo yang buram dan pencahayaan yang buruk. Ini akan mengurangi rasa ketertarikan orang melihat akun kita. Semakin bagus gambar yang kita posting akan membuat calon konsumen menlike, share dan coment.

2. Gunakan caption menarik

Pastikan memberikan detail tentang produk yang Anda post di instagram. Tuliskan keterangan yang jelas dan berikan kalimat yang mempengaruhi seseorang untuk menghubungi Anda, biasanya kalimat ini diletakkan di akhir paragraph. Instagram sendiri sendiri membatasi 2200 karakter untuk penulisan caption. Pastikan menggunakannya dengan baik.

3. Gunakan Video Pendek

Tidak di pungkiri kalau video memberikan efek jangkauan yang lebih tinggi dibandingkan dengan gambar. Fitur reels pada instagram memberikan jangkauan video kita lebih luas artinya kita memanfaatkan ini untuk meningkatkan promosi produk kita.

4. Bio Akun Instagram Yang Menarik

Tampilkan Bio akun yang jelas dan menarik agar calon konsumen mengetahui tentang apa sebenarnya akun instagram Anda. Bio akun merupakan deskripsi singkat yang harus anda tulis yang memberikan penjelasan, kontak anda, dan apabila memiliki website anda bisa cantumkan juga agar kepercayaan konsumen bertambah.

5. Rajin Posting

Akun instagram yang rajin posting setiap hari akan lebih diberikan jangkauan yang lebih luas dibandingkan akun yang hanya posting sekali dalam 2 hari atau bahkan sekali dalam seminggu. Disarankan untuk melakukan postingan 5x dalam sehari agar meningkatkan pertumbuhan follower akun kita lebih besar. Sehingga jangkauan kita lebih besar lagi.

6. Memberikan Promosi

Untuk trik marketing promosi anda bisa memberikan give away produk dengan syarat tertentu. Misalkan harus follow, like dan share akun anda agar mendapatkan hadiah give away yang anda berikan. Semakin besar nilai barang give away yang diberikan biasanya semakin rame yang akan ikut serta. Sehingga berfek positif pada pertumbuhan follower akun anda yang mana bisa melonjak pertambahan follower selama masa give away berlangsung.

Kesimpulan

Kesimpulan kegiatannya ternyata masih banyak mahasiswa peserta yang belum paham optimasi instagram bisnis. Setelah mengikuti acara hingga akhir, peserta mulai melakukan

banyak perubahan terhadap instagramnya, yang mana sebelumnya instagram personal berubah menjadi instagram bisnis. Agar bisa memanfaatkan fitur instagram yang lebih lengkap dalam menunjang usahanya. Khususnya dalam marketing online yang memanfaatkan media sosial instagram. Saran pengabdian masyarakat selanjutnya sebaiknya mengundang pelaku bisnis seperti UMKM dan lain-lain.

Referensi

- Andriana, A. N. dkk. (2022). Pelatihan Strategi Social Media Marketing Menggunakan Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 6(2), 1477–1486.
- Hubner, I. . dan J. (2021). Pelatihan Penggunaan Instagram Dalam Promosi Produk Kuliner. *Ta'awun: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 162–176.
- Novita, D dan Yuliani, N. (2021). Pemanfaatan Instagram Di Dalam Mengelola Bisnis Online Bagi UMKM. *Forum Ilmiah*, 18(1), 55–63.
- Solekhan dan Winarso. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Sangkar Burung di Kabupaten Kudus. *Prosiding SNATIF*, 3, 445–448.
- Yusa, V. (2018). Pelatihan Pemanfaatan Media Online Sebagai Sarana Pengembangan Usaha Bagi Komunitas Kuliner Sehati. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 2(2), 217–223.
- Zuhri, M. . (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Library Community (Studi Kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo @Koperjas). *Ejournal3*, 35–41.