
Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi SMP Muhammadiyah Nusawungu

Ridho Muktiadi¹⁾ | Lahan Adi Purwanto²⁾ | Listika Yusi Risnani³⁾

^{1,2,3)} Universitas Muhammadiyah Purwokerto

ridhomuktiadi@ump.ac.id | lahanadipurwanto@ump.ac.id | listikayusirisnani@gmail.com

Abstrak: Pergerakan teknologi memang tidak bisa dipungkiri bergerak sangat cepat, seperti halnya pada segi komunikasi. Beberapa media komunikasi diciptakan selain sebagai media komunikasi juga diikutkan beberapa fitur yang mendukung media tersebut. Bentuk dari media komunikasi yang memiliki banyak fitur adalah media sosial, dimana kini media sosial dapat menyartakan suara, gambar atau bahkan *video*. Media sosial berkembang sangat cepat, salah satunya yaitu Instagram yang semakin meningkat jumlah penggunaannya. Media sosial sebagai alat yang menghubungkan antar orang kini perlahan juga beralih menjadi media *marketing* dan promosi. Melalui media sosial Instagram dengan tingkat jangkauan yang luas harapannya mampu sebagai media promosi bagi SMP Muhammadiyah Nusawungu, sehingga mampu meningkatkan jumlah siswa pada SMP tersebut. Kegiatan yang dilakukan pada pengabdian ini meliputi tiga tahap, antara lain: 1) koordinasi awal pelaksanaan kegiatan, yang bertujuan menentukan peserta dan waktu pelaksanaan kegiatan selanjutnya, 2) pengenalan media sosial Instagram sebagai media *marketing* dan promosi kepada tenaga pendidik di SMP Muhammadiyah Nusawungu serta pada pengelola akun Instagram nantinya dan 3) pendampingan pengelolaan akun Instagram untuk membuat konten yang dimasukkan dalam akun Instagram. Hasil dari pelaksanaan pengabdian ini adalah adanya akun Instagram SMP Muhammadiyah Nusawungu yang dapat di akses pada <https://www.instagram.com/smpmumansw/>. Pada kegiatan ini juga telah berhasil dibuat tiga konten *video* yang berhubungan dengan penerimaan peserta didik baru yang diunggah pada reel Instagram SMP Muhammadiyah Nusawungu.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Media *Marketing*, Media Promosi, SMP Muhammadiyah Nusawungu

Pendahuluan

Perkembangan teknologi sekarang ini hampir merubah segi komunikasi yang dilakukan antar manusia. Komunikasi saat ini bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun tanpa ada batasan jarak dan waktu melalui berbagai media dan aplikasi yang terdapat di perangkat *smartphone* atau komputer. *Smartphone* dapat melakukan banyak hal, bahkan tanpa komputer pun *smartphone* dapat melakukan apa yang bisa dilakukan oleh komputer seperti *marketing* pada *smartphone*. Dampak positif dari *smartphone* adalah memudahkan kita mendapatkan informasi dengan cepat, yang dimana selama terdapat koneksi internet kita dengan mudah mendapat informasi entah itu melalui *browser* ataupun sosial media (Wiryaningrum et al., 2019). Salah satu aplikasi yang banyak digunakan adalah media sosial yang memiliki berbagai fitur baik teks, foto, *video* dan komunikasi secara langsung. Salah satu peran media sosial adalah mempererat interaksi antar anggota keluarga yang nampak dalam peran sosial sebagai sarana informasi antar anggota keluarga, sebagai sarana komunikasi antar anggota keluarga, sebagai sarana pembelajaran, sebagai sarana saling mendukung antar anggota keluarga, dan sebagai sarana kontrol antar anggota keluarga. Jadi, penggunaan media sosial sangat membantu dalam mempererat interaksi antar anggota keluarga (Liedfray et al., 2022).

Seiring dengan berjalannya waktu, media sosial kini mulai dikenal sebagai alternatif dalam proses jual beli (*marketing*). Informasi yang diberikan pada media sosial bisa menjadi salah satu cara menghubungkan antara pedagang dan pembeli yang terpisah jarak. Selain hal tersebut penggunaan media sosial juga mampu menjadi sarana promosi dalam meningkat penjualan. Hal ini pula yang mendorong perkembangan sebuah media baru yang dari tahun ke tahun semakin terasa efeknya. Awalnya, kata media sosial bahkan tidak dikenal. Dalam era jejaring sosial sekarang ini terjadi pergeseran dari pemasaran *offline* ke pemasaran *online* (Augustinah & Faluktas, 2019). Media sosial dapat menjadi salah satu media yang dapat mempercepat proses promosi dengan efektivitas yang baik, dengan adanya media sosial akan menghemat waktu, tenaga dan modal dari kegiatan promosi yang berlangsung antara penjual dan pembeli (Rama et al., 2023). Selain itu, pemasaran tidak hanya dilakukan dengan memasang iklan di televisi, radio maupun media cetak, pemasaran bisnis *online* juga dilakukan dengan menggunakan *new* media yakni melalui jejaring sosial atau media sosial salah satunya adalah Instagram, karena memiliki banyak fitur dan dapat lebih banyak menarik peminat untuk *onlineshop* tersebut (Rusdiono, 2019).

Instagram adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna mengunggah foto sambil tetap memperhatikan postingan lainnya. Instagram dianggap menjadi media sosial dengan dampak menakjubkan (Amalia & Farida, 2023). Instagram mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi, seperti untuk menyampaikan sebuah informasi kepada konsumen tidak membutuhkan biaya dan tenaga, bahkan waktu yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke banyak orang sangatlah singkat. Melalui instagram, informasi yang ingin kita sebarakan tidak harus berupa tulisan, foto bahkan *video* pun dapat kita sebarakan kepada konsumen dengan mudah (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Keuntungan lain dari Instagram yaitu sebagai media untuk memperkenalkan produk serta mengupdate produk, karena jangkauannya luas sehingga cepat untuk menarik para konsumen (Aryani et al., 2022), memudahkan penggunaannya dalam mencari akun ataupun sesuatu yang dibutuhkan penggunaannya (Subiyanto & Valiant, 2022).

SMP Muhammadiyah Nusawungu merupakan salah satu SMP swasta milik Muhammadiyah yang terletak di Nusawungu, Cilacap. Beberapa tahun terakhir SMP ini memiliki jumlah siswa yang tidak terlalu banyak, apa lagi saat pandemi melanda menurunkan jumlah peserta didik yang mendaftar ke SMP tersebut. Melihat peluang pemanfaatan teknologi informasi di media sosial khususnya pada pemanfaatan Instagram untuk media publikasi dan promosi kegiatan atau program yang terdapat pada SMP tersebut, sehingga nantinya akan terdapat akun Instagram untuk SMP Muhammadiyah Nusawungu sebagai media promosi dan publikasi dengan harapan dapat meningkatkan jumlah peserta didik pada SMP tersebut. Pengabdian yang dilakukan harapannya bagi pengelola akun Instagram SMP Muhammadiyah Nusawungu nantinya adalah mampu mengelola akun Instagram yang meliputi: pengelolaan postingan di *feed*, *caption* yang menarik dan penggunaan *hashtag* (#) agar memperluas jangkauan pemasaran produk (Muktiadi et al., 2021).

Realisasi Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian berupa Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi SMP Muhammadiyah Nusawungu dilakukan di SMP Muhammadiyah Nusawungu. Kegiatan ini dilakukan dalam tiga kali pertemuan, yang antara lain:

1. Melakukan koordinasi awal dengan pihak SMP Muhammadiyah Nusawungu yang dilakukan untuk menentukan waktu pelaksanaan dan peserta pada kegiatan tersebut.
2. Pengenalan Instagram sebagai media sosial *marketing* dan promosi), dimana pada kegiatan ini melibatkan tenaga pendidik yang ada di SMP Muhammadiyah Nusawungu. Kegiatan ini bertujuan mengenalkan Instagram sebagai media sosial sekaligus sebagai media *marketing* dan publikasi. Berikut sebagian materi yang disampaikan pada kegiatan tersebut terdapat pada Gambar 1, untuk lebih lengkapnya materi tersebut dapat dilihat pada tautan berikut: <https://bit.ly/MateriIGMediaPromosi>



Gambar 1. Materi Pengenalan Instagram Sebagai Media Sosial *Marketing* dan Promosi

Penyampaian materi ke seluruh tenaga pendidik di SMP Muhammadiyah Nusawungu merupakan tahap awal dalam proses pengelolaan Instagram (Gambar 2), yang selanjutnya akan ditunjuk atau ditugasi oleh pihak SMP Muhammadiyah Nusawungu sebagai pengelola akun Instagram tersebut.



Gambar 2. Pemaparan Materi Pengenalan Instagram Sebagai Media Sosial *Marketing* Dan Promosi

3. Pendampingan pengelolaan akun Instagram SMP Muhammadiyah Nusawungu ditujukan langsung ke pada pengelola Instagram tersebut. Kegiatan ini juga meliputi pembuatan konten untuk Instagram yang berupa *video* yang melibatkan siswa-siswa SMP Muhammadiyah Nusawungu (Gambar 3).



Gambar 3. Pendampingan Pembuatan Konten Instagram

Hasil

Hasil dari pelaksanaan kegiatan pengabdian di SMP Muhammadiyah Nusawungu adalah sebuah akun Instagram yang sudah disesuaikan dengan profil dari SMP Muhammadiyah Nusawungu yang mampu diakses dimanapun melalui alamat: <https://www.instagram.com/smpmumansw/> (Gambar 4).



Gambar 4. Instagram SMP Muhammadiyah Nusawungu

Selain menambahkan profil dari SMP Muhammadiyah Nusawungu, hasil dari kegiatan ini juga dibuat tiga konten berupa *video* dengan tema penerimaan peserta didik baru yang diunggah di Instagram *reel* yang disertai *caption* agar menarik orang untuk berkunjung ke konten atau Instagram tersebut, yang masing-masing dapat diakses sebagai berikut:

1. Konten *video reel* 1: <https://www.instagram.com/p/C8e4q-Jy1Rf/>
2. Konten *video reel* 2: <https://www.instagram.com/p/C8bcnK8y67U/>
3. Konten *video reel* 3: <https://www.instagram.com/p/C8YsAbmSiQE/>

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan di SMP Muhammadiyah Nusawungu bertujuan memperkenalkan dan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosi yang mampu membantu dalam meningkatkan jumlah peserta didik. Kegiatan ini dilakukan dalam tiga tahap, yaitu: koordinasi awal pelaksanaan kegiatan, pengenalan media sosial Instagram sebagai media *marketing* dan promosi, dan pendampingan pengelolaan akun Instagram. Hasil dari kegiatan tersebut berupa akun Instagram SMP Muhammadiyah Nusawungu yang disertai dengan tiga konten *video* dengan tema penerimaan peserta didik baru dimana disertai juga dengan caption yang menarik pada setiap *video* tersebut.

Daftar Pustaka

- Aryani, I. D., Murtiariyati, D., Widya, S., & Yogyakarta, W. (2022). Indita Dewi Aryani Dita Murtiariyati SOUVENIR PROJECT. In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha* (Vol. 2, Issue 2).
- Augustinah, F., & Faluktas, W. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*, 4(2).
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1).
- Muktiadi, R., Hamka, M., & Fitriani, M. A. (2021). Pemanfaatan Internet *Marketing* untuk Pengembangan Pemasaran dan Kewirausahaan di Kampung Sri Rahayu Banyumas. *Jurnal Pengabdian Teknik Dan Sains*, 1(2), 20–26.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common* |, 3(1).
- Amalia, A. P., & Farida, S. N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Aneka Dodolan Kauman Di Kota Blitar Utilization Of Instagram Sosial Media As A Promotional Media For Aneka Dodolan Kauman In Blitar City. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3). <https://doi.org/10.55606/jpkm.v2i3.180>
- Rama, P. E., Yanthi, D., Kadek, N., Padma Nirmala, D., Putu, N., & Dewi, S. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Digital *Marketing* Pada Crème Pastry di Denpasar Barat Tahun 2022 Instagram Utilization as a Digital *Marketing* Promotion Media at Crème Pastry in Denpasar Barat 2022. *Arthaniti Studies*, 4(1), 16–24. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7776553>
- Rusdiono. (2019). Peran Media Sosial Sebagai Upaya Pemasaran Bisnis *Online Shop* Pada *Online Shop* Antler MakeUp @antler.makeup. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 3(2), 195–202.
- Subiyanto, L. A., & Valiant, V. (2022). Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun @hollace.id). *Universitas Persada Indonesia Y.A.I*, 3, 286.
- Wirany, D., Yanuar Idris, A., & Ferdiansyah, J. (2019). *Pengaruh Perkembangan Teknologi Terhadap Perubahan Gaya Hidup pada Masyarakat Indonesia*. 23–34.