

**ANALISIS PENGGUNAAN PLATFORM DIGITAL INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA GLOBAL INDONESIA
SCHOOL KECAMATAN KRAMATWATU
KABUPATEN SERANG BANTEN****Fia Adriani¹ dan Safri²**Program Pascasarjana
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten
e-mail : ¹Fiaadriani2711@gmail.com, ² Safri@stiabanten.ac.id**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Penggunaan Platform Digital Instagram Sebagai Media Promosi pada Global Indonesia School Kecamatan Kramatwatu Kabupaten Serang Banten. Penelitian ini dilatar belakangi oleh beberapa permasalahan yang terjadi (1) Akun Instagram Global Indonesia School tidak terpisah tiap satuan Pendidikan TK-SD-SMP-SMA. (2) Global Indonesia School belum memiliki jadwal rutin posting yang teratur. (3) Apakah Instagram terimplikasi baik sebagai media promosi di GIS. Melihat dari permasalahan tersebut peneliti melakukan penelitian menggunakan teori Gunelius Susan. Mengacu pada tujuan penggunaan platform digital (sosial media) yang juga dikaitkan pada fitur-fitur Instagram teori Atmoko Dwi. Metode penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah dengan direktur pendidikan Global Indonesia School (GIS), staff bagian dokumentasi dan publikasi GIS, serta salah satu orang tua murid yang menjadi pengikut akun Instagram GIS dalam hal ini merupakan konsumen. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Faktor yang menentukan Global Indonesia School (GIS) memilih Instagram ada lima, yaitu sebagai (a) media relasi, (b) membangun merek, (c) publisitas, (d) promosi, (e) riset pasar. (2) Aktivitas promosi Global Indonesia School (GIS) melalui Instagram menggunakan berbagai fitur yang menarik, yaitu (a) story, (b) ads, (c) Instagram reels, (d) live, (e) feed. (3) Implikasi instagram pada Global Indonesia School (GIS), adalah dapat memberikan peningkatan baik secara kualitas maupun kuantitas. Yang pada akhirnya, penelitian ini menunjukkan bahwa Global Indonesia School (GIS) telah memanfaatkan Instagram sebagai sarana media promosi dengan baik namun tetap perlu melakukan beberapa peningkatan.

Kata kunci: Promosi, Platform Digital, Instagram.

Abstract

This study aims to determine how the use of the Instagram Digital Platform as a Promotional Media at Global Indonesia School Kramatwatu District Serang Regency Banten. This research is motivated by several problems

that occur (1) Global Indonesia School's Instagram account is not separate for each educational unit, from kindergarten to high school. (2) Global Indonesia School does not have a regular posting schedule. (3) Does Instagram have a good implication for Global Indonesia School. Considering these issues, the researcher conducted the study using Gunelius Susan's theory of digital platform usage, which is also linked to Instagram features according to Atmoko Dwi's theory. The research method employed is descriptive research with a qualitative approach. Data collection was conducted through interviews and documentation. The informants in this study were the director of education at Global Indonesia School (GIS), the staff of the documentation and publication section of GIS, and one of the parents of students who are followers of the GIS' Instagram account, in this case representing consumers. The results of this study shows that (1) There are four factors determining Global Indonesia School (GIS) choosing Instagram: (a) media relations, (b) brand building, (c) publicity, (d) promotion, (e) market research. (2) Global Indonesia School's (GIS) promotional activities through Instagram utilize various engaging features, namely (a) stories, (b) ads, (c) Instagram reels, (d) live videos, (e) feeds. (3) The implication of Instagram in Global Indonesia School (GIS) is having a good impact on increasing business both quality and quantity. Which at the end, this study indicates that Global Indonesia School (GIS) has utilized Instagram as a means of promotional media well but still needs to make some improvements.

Keywords: Promotion, Digital Platform, Instagram.

A. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini yang semakin hari semakin pesat berbanding lurus pula dengan penggunaan teknologi yang semakin marak. Hal tersebut dibuktikan dengan temuan-temuan baru yang canggih dan terkini atau yang disebut dengan tren digital. Tren digital merangkap segala penggunaan perangkat-perangkat teknologi, internet, dan juga beberapa platform di dalamnya yang juga disebut platform digital.

Ada banyak jenis platform digital yang berkembang saat ini namun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gultom (2018) yang mengungkapkan bahwa Instagram merupakan salah satu platform digital populer dikalangan masyarakat. Hal demikian juga ditemukan pada penelitian Wayan et al., (2021) yang menyatakan bahwa hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), dari sekian banyak media sosial yang berkembang di masyarakat Indonesia, Instagram menjadi salah satu yang paling populer di masyarakat. Maka peneliti pun tertarik dan membatasi platform digital pada penelitian ini yaitu media sosial Instagram.

Tak dapat dipungkiri kini Instagram semakin berkembang penggunaannya dalam bidang bisnis karena semakin banyaknya pebisnis yang menggunakan Instagram sebagai media promosi. Bahkan sebuah studi dilakukan oleh Simply measured (Mardalis & Hastuti, 2017) mengungkapkan bahwa sebanyak 54 persen perusahaan

dengan brand terkenal telah menggunakan Instagram sebagai media promosi. Maka hal ini merangsang para pelaku bisnis diberbagai belahan dunia termasuk di Indonesia untuk berlomba-lomba memasarkan produknya melalui Instagram.

GIS merupakan sekolah swasta yang terdiri dari mulai unit taman bermain kanak-kanak (TK) sampai sekolah menengah atas (SMA) dengan taraf nasional plus yang berada di kawasan kompleks perumahan Emerald Lake, Kramatwatu Serang Banten. Sekolah ini berdiri pada tahun 2019 dan jika dilihat unggahan pertama pada laman Instagramnya di @officialgis :



Unggahan tersebut diunggah pada tahun 2019. Yang berarti Global Indonesia School sudah

memilih untuk menggunakan media sosial Instagram bahkan sejak tahun pertama sekolah ini berdiri.

Saat ini Global Indonesia School (GIS) pada akun Instagramnya yaitu @officialgis_ telah mengunggah 366 postingan baik dalam bentuk foto, video, maupun reel dan memiliki 3,762 pengikut dengan hanya 66 akun yang diikuti (data pada 17/12/2023).

Jumlah pengikut yang terbilang banyak itu membuktikan bahwa banyak konsumen yang tertarik terhadap info atau konten yang diposting oleh akun Instagram GIS. Sehingga tentunya ini bermanfaat bagi Global Indonesia School (GIS) dalam hal mempublikasikan kegiatan dan hal lainnya dalam rangka promosi.

Penelitian ini bertujuan untuk 1. mengidentifikasi sejauh mana pemanfaatan platform digital Instagram Global Indonesia School (GIS), serta 2. menguraikan aktifitas promosi yang dilakukan GIS melalui fitur-fitur Instagram. 3. Mengetahui implikasi penggunaan Instagram pada Global Indonesia School (GIS) sebagai media promosi.

B. PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif (Patton, 1999), peneliti membahas "Penggunaan Platform Digital Instagram Sebagai Media Promosi pada Global Indonesia School Kecamatan Kramatwatu Kabupaten Serang Banten". Penelitian ini dilatar belakangi oleh beberapa permasalahan yang terjadi (1) Akun Instagram Global Indonesia School tidak terpisah tiap satuan Pendidikan TK-SD-SMP-SMA. (2) Global Indonesia School belum memiliki jadwal rutin posting yang teratur. (3) Kurangnya penelitian terkait penggunaan platform digital Instagram pada bidang usaha Pendidikan. Melihat dari permasalahan tersebut peneliti melakukan penelitian menggunakan teori Gunelius Susan yang memiliki 5 indikator tujuan umum penggunaan platform digital sebagai media promosi yaitu (1) Membangun relasi, (2) Membangun merek, (3) Publisitas, (4) Promosi, dan (5) Riset pasar. Yang juga mengacu pada bagaimana fitur-fitur Instagram menurut Dwi Atmoko digunakan yaitu (a) story, (b) ads, (c) Instagram reels, (d) live, (e) feed.

Berdasarkan hasil observasi serta wawancara yang dilakukan peneliti di Global Indonesia School (GIS) meliputi:

1. Pemanfaatan Platform Digital Instagram

(1) Sebagai media membangun relasi

Dalam hal ini, akun Instagram Global Indonesia School (GIS) selalu me-repost atau posting kembali story yang menandai akun GIS. Selain itu langkah lainnya dengan aktif membalas komentar maupun pesan yang masuk ke dalam akun Instagram GIS. sehingga dapat membangun relasi dengan para pengikut melalui interaksi re-post story dan balas komentar/pesan tersebut. Dalam beberapa kegiatan yang melibatkan pihak ketiga untuk kerja sama pun, akun GIS aktif menandai akun lain sehingga ketika akun pihak ketiga melakukan re-post story menjadi nilai tambah dalam membangun relasi sehingga dapat pula menumbuhkan nilai kepercayaan sebagai akun professional bukan fiktif.

(2) Membangun merk

Postingan yang diposting pada akun @officialgis_ yang dilakukan berulang dan sesuai identitas GIS yaitu bergerak di bidang Pendidikan dapat membangun merk atau identitas yang melekat. Walaupun disayangkan saat ini akun @officialgis_ masih mencakup seluruh unit sehingga upaya membangun merk ini dirasa belum optimal karena masih bersifat umum belum spesifik tingkatan satuan pendidikannya. Sehingga pengikut mengalami kesulitan dalam menyaring informasi..

(3) Sebagai publisitas

Instagram sebagai salah satu platform digital yang saat ini banyak digandrungi masyarakat merupakan pilihan yang sangat tepat. Karena penggunaan akun @officialgis_ sebagai media untuk memperkenalkan sarana prasarana yang tersedia maupun kegiatan yang berlangsung, karena jangkauannya luas sehingga cepat untuk menarik para konsumen baik secara informasi maupun visualisasi.

(4) Sebagai media promosi

Melalui akun @officialgis_ Global Indonesia School juga dapat memberikan promosi tertentu misal sebagai sarana promosi penyampain diskon dan sebagainya. Ketika ada kegiatan yang akan digelar pun akun @officialgis_ menjadi sarana promosi pertama yang tepat, efisien, dan efektif.

(5) Sebagai riset pasar

Akun @officialgis_ juga dimanfaatkan dalam hal riset pasar, misal dengan melihat animo pengikut terkait postingan yang diposting apakah menarik atau tidak. Hal lainnya yaitu melihat profil akun pengikut guna melihat target pasar, dan yang

terakhir sebagai sarana untuk melihat akun-akun sejenis yang bersifat sebagai pesaing.

2. Aktifitas Promosi melalui Fitur Instagram

(1) Instagram story

Akun @officialgis_ menggunakan fitur Instagram story untuk memposting kegiatan terkini atau keseharian. Dan pada fitur ini juga memungkinkan untuk mengunggah kembali story akun lain ketika menandai akun @officialgis_. Namun saat ini kurang optimal penggunaannya karena belum adanya jadwal tetap ketika mengunggah story. Mengingat sifat dari fitur ini yang bersifat harian (hilang sendirinya dalam 24 jam), maka akan lebih baik jika ada story yang diunggah perhari nya guna mengoptimalkan fitur story ini sebagai sarana promosi.

(2) Instagram ads

Instagram ads merupakan salah satu fitur yang dipilih @officialgis_ dalam proses promosi berbayar. Fitur ini melakukan penargetan iklan berdasarkan demografi, sehingga targetnya jelas. Dimulai dari usia, jenis kelamin, jenjang pendidikan, pekerjaan, minat, kebiasaan, dan lain sebagainya. Biaya yang dikeluarkan pun relatif terjangkau. Dalam praktiknya pun diberi kebebasan terkait jangka waktu sesuai yang diinginkan. Instagram ads @officialgis_ ini biasanya muncul pada pengguna Instagram yang berada di wilayah Serang, Cilegon yang merupakan target pasar dari Global Indonesia School.

(3) Instagram reels

Pada fitur ini dimanfaatkan @officialgis_ untuk mengunggah video yang durasinya lebih panjang dari story. Fitur ini juga dirasa memiliki nilai tambah karena tidak seperti story yang bisa hilang sendirinya dalam 24 jam melainkan Instagram reels ini bertahan sampai waktu yang dikehendaki pemiliknya untuk dihapus atau diarsipkan. Selain itu Instagram reels ini juga dapat dilihat oleh non-follower sehingga dapat menarik pengikut baru yang tertarik pada unggahan reels @officialgis_.

(4) Instagram live

@officialgis_ menggunakan fitur ini untuk melakukan siaran langsung. Biasanya ketika Global Indonesia School (GIS) sedang menggelar kegiatan. Sehingga memungkinkan menjangkau para pengikut merasakan suasana kegiatan secara daring pada waktu bersamaan acara berlangsung.

(5) Instagram feed

Fitur ini merupakan tampilan yang disuguhkan pada profil tiap akun. @officialgis_ memanfaatkan fitur ini sebaik mungkin dengan menata foto atau video yang diposting serapih mungkin sehingga menarik jika dilihat dan memikat bagi para pengikut maupun calon pengikut @officialgis_. Walaupun dalam pelaksanaannya, @officialgis_ perlu menyesuaikan atau membuat perencanaan posting yang rutin sehingga nantinya fitur ini dapat mengoptimalkan fungsinya sebagai pola konten pengenalan prodak atau juga disebut brand awareness.

C. PENUTUP DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian peneliti menyimpulkan bahwa Global Indonesia School telah menggunakan platform digital Instagram sebagai media promosi. Hal tersebut terangkum singkat dalam beberapa poin berikut:

1. Akun @officialgis_ yang merupakan akun Instagram milik Global Indonesia School (GIS) belum memiliki jadwal rutin posting sehingga adakalanya akun tersebut terkesan pasif.
2. Pengikut @officialgis_ dalam hal ini orang tua murid yang juga sebagai konsumen mengeluhkan informasi yang bertumpuk karena akun @officialgis_ menjadi satu akun bagi semua unit satuan pendidikan sehingga terkadang sulit untuk menyaring informasi atau konten yang diinginkan.
3. Adapun dalam praktiknya GIS memilih Instagram sebagai media promosi sudah berdasarkan indikator umum tujuan penggunaan platform digital atau media sosial yaitu (1) Membangun relasi, (2) Membangun merek, (3) Publisitas, (4) Promosi, dan (5) Riset pasar.
4. Aktivitas promosi GIS melalui Instagram menggunakan berbagai fitur yang menarik, yaitu (a) Instagram story, (b) Instagram ads, (c) Instagram reels, (d) Instagram live, dan (e) Instagram feed,
5. Implikasi Instagram sebagai media promosi pada Global Indonesia School (GIS), adalah (a) secara kualitas, peningkatan relasi dan loyalitas konsumen terhadap produk dan brand (b) secara kuantitas peningkatan peserta didik. Dapat disimpulkan dampak positif yang dirasakan oleh GIS dalam penggunaan Instagram sebagai media

SEMNASIA

(Seminar Nasional Ilmu Administrasi)

Kolaborasi *Triple Helix* dalam Membentuk SDM Unggul di Era Society 5.0
24 Februari 2024, Pascasarjana STIA Banten

promosi, meliputi: pendaftaran peserta didik yang meningkat, pengikut Instagram yang bertambah, terbangun relasi yang baik dengan konsumen, mencangkup dikenal oleh banyak orang.

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian di atas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Akan lebih baik jika akun@officialgis_ memiliki jadwal posting sehingga nantinya para pengikut akan tetap mendapatkan informasi terkini terkait GIS.
2. Untuk penyesuaian target pasar pemisahan akun sesuai satuan unit Pendidikan adalah upaya yang baik. Sehingga nantinya informasi yang diberikan akan sesuai dan tidak bertumpuk. Upaya ini juga dapat memudahkan jenis konten yang dibuat karena menyesuaikan tingkatan dari TK sampai SMA.
3. Penggunaan Instagram sebagai media promosi yang dipilih GIS sudah tepat karena memenuhi 5 indikator sesuai teori Gunelius (2011). Namun tentunya tiap-tiap indikator diharapkan dapat ditingkatkan lagi guna memaksimalkan hasil promosi yang diharapkan.
4. Aktifitas promosi GIS melalui Instagram sudah berjalan baik, tinggal kedepannya dibutuhkan konsistensi dan upaya peningkatan tiap fitur yang tersedia sehingga penggunaan Instagram sebagai media promosi di Global Indonesia School dapat terus berjalan optimal.
5. Implikasi penggunaan Instagram sebagai media promosi pada GIS ini sudah menunjukkan hasil yang positif. Maka hal ini

ada baiknya dapat diikuti oleh para pebisnis lain dalam rangka penyesuaian pada era globalisasi saat ini yang mana penggunaan teknologi terkini khususnya platform digital merupakan hal yang penting dan sangat membantu.

REFERENSI

- Gultom, H. C. (2018). Pemanfaatan Sosial Media Instagram Sebagai Sarana Pemasaran Alternatif. *JAB (Jurnal Akuntansi & Bisnis)*, 17–31. <http://www.journal.stie-yppi.ac.id/index.php/JAB/article/view/204/156>
- Gunelius, Susan. (2011). *30-minute social media marketing : step-by-step techniques to spread the word about your business fast and free*. McGraw-Hill.
- Mardalis, A., & Hastuti, A. P. (2017). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MEMBANGUN KEPERCAYAAN MERK*. <https://www.instagram.com/umsurakarta/>
- Patton, M. Q. (1999). *Enhancing the Quality and Credibility of Qualitative Analysis*.
- Wayan Nandaryani, N., Adhi Santosa, N., & Putu Dudyk Arya Putra, dan I. (2021). Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA) p-ISSN. In *Online) SENADA* (Vol. 4). <http://senada.idbbali.ac.id>