

Pengenalan Aplikasi Instagram Sebagai Platform Digital Marketing (Pada Produk Keju Aroma) Di Man 1 Boyolali

Saffah Haya Ibrahim¹, Deska Ainun Rissanti², Suryani³, Khoirun nisa⁴, Unna Ria Safitri⁵

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Boyolali
Email : hayasaffah@gmail.com, suryanyani0203@gmail.com, xyinun92@gmail.com, khoirunnisa1275@gmail.com , unnaria68@gmail.com

ABSTRACT

In this digital era, social media has become a means that makes it easier for people to interact with other users, express themselves, collaborate, share, and communicate with others. Instagram is one of the social media that is often used by the public, especially young people. Instagram makes its users more creative and innovative, and is the most effective social media platform for marketing businesses or companies. This can be a great opportunity to promote business products through digital marketing on the Instagram platform. Digital marketing as a marketing process and the use of digital media to introduce products or services in order to achieve marketing goals. The implementation of this Community Service activity aims to provide an introduction to the use of Instagram as a digital marketing platform to young people, especially students of State Elementary Schools. The methods we use in this activity include the preparation stage starting from making introductory materials for the Instagram application as a digital marketing medium including the creation and use of instastory, reels, Instagram live, and highlights with relevant hashtags. The next stage is the implementation of activities, delivery of materials and discussion sessions with the audience. This activity was held on Saturday, June 7, 2025 at 10:00 WIB - finished which was attended by students of MAN 1 BOYOLALI which was carried out directly. Overall, the audience was able to clearly understand the material provided and were able to apply the material that had been delivered including the creation and use of instastory, reels, instagram live, and highlights with relevant hashtags.

Keywords: Social media, Instagram, Digital marketing

ABSTRAK

Di era digital ini, media sosial menjadi sarana yang memudahkan Masyarakat dalam berinteraksi dengan sesama penggunanya, untuk mengekspresikan diri mereka, berkolaborasi, berbagi dan berkomunikasi dengan orang lain. Instagram menjadi salah satu media sosial yang sering digunakan oleh Masyarakat terutama kalangan anak muda. Instagram menjadikan penggunanya lebih kreatif dan inovatif, serta menjadi platform media sosial yang paling efektif untuk memasarkan bisnis atau usaha. Hal ini bisa menjadi peluang besar untuk mempromosikan produk usaha melalui digital marketing di platform Instagram. Digital marketing sebagai proses memasarkan dan menggunakan media digital untuk memperkenalkan produk atau layanan agar mencapai tujuan pemasaran. Pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat ini bertujuan memberikan pengenalan mengenai penggunaan Instagram sebagai Platform digital marketing kepada kalangan anak muda terutama pelajar Madrasah Aliyah Negeri. Metode yang kami gunakan pada kegiatan ini meliputi tahap persiapan mulai dari pembuatan materi pengenalan aplikasi Instagram sebagai media digital marketing mencakup pembuatan dan penggunaan instastory, reels, instagram live, dan sorotan (highlights) dengan hashtag yang relevan. Tahap

selanjutnya yakni pelaksanaan kegiatan, penyampaian materi dan sesi diskusi Bersama audiens. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Sabtu 7 Juni 2025 pukul 10.00 WIB – selesai yang diikuti oleh siswa dari MAN 1 BOYOLALI yang dilaksanakan secara langsung. Secara menyeluruh, audiens dapat dengan jelas memahami materi yang diberikan serta mampu menerapkan materi yang telah disampaikan meliputi pembuatan dan penggunaan instastory, reels, instagram live, dan sorotan (highlights) dengan hashtag yang relevan.

Kata kunci: Media sosial, Instagram, Digital marketing

PENDAHULUAN

Pada perkembangan zaman modern seperti sekarang ini semua kemajuan teknologi, informasi, serta komunikasi telah berbasis digital. Masyarakat sudah terbiasa menggunakan sosial media dalam kehidupan sehari-hari, namun tidak banyak Masyarakat yang mengetahui bahwa media sosial seperti (Instagram, Tik-tok, Facebook, dll) tidak hanya digunakan untuk kesenangan semata, tetapi juga bisa digunakan untuk mengiklankan produk atau layanan. Media sosial merupakan platform digital yang memudahkan penggunanya untuk terlibat, membagikan, dan menciptakan berbagai konten seperti blog, jaringan sosial, wiki, forum, dan dunia maya. Blog, jaringan sosial, dan wiki adalah tipe media sosial yang paling sering dimanfaatkan oleh orang-orang di seluruh dunia. Sebagian orang berpendapat bahwa media sosial adalah sarana online yang memfasilitasi interaksi sosial dan menggunakan teknologi berbasis web untuk mengubah cara berkomunikasi menjadi lebih mudah. Media sosial menjadi platform digital yang memfasilitasi pengguna untuk mengekspresikan diri mereka serta berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, dan berkomunikasi dengan orang lain (rafiq, 2020).

Media sosial sebagai platform interaksi yang berlangsung secara online, di mana orang-orang dapat berkomunikasi satu sama lain tanpa adanya batasan ruang dan waktu (Musyirah Rahman, Ifah Nur Syabilah, Peni Astuti, Muh.Irfan Syam, Sam'un Mukramin, Waode Ingra Kurnawati, 2023). Van Dijk dalam Nasrullah menjelaskan bahwa media sosial adalah platform yang menekankan keberadaan penggunanya dan memberikan kemudahan bagi mereka untuk beraktivitas serta berkolaborasi. Media sosial berfungsi sebagai alat yang memungkinkan individu untuk menampilkan diri, berkomunikasi, bekerja bersama, berbagi, dan menjalin hubungan sosial secara online. Media sosial adalah aplikasi yang didasarkan pada internet yang memberi kesempatan kepada setiap pengguna untuk saling berinteraksi dengan cara menciptakan dan membagikan konten informasi serta menerima informasi dari orang lain (Fitriani, 2021).

Instagram menjadi salah satu platform sosial media yang sudah di kenal dan sering di gunakan oleh masyarakat umum, terutama dari kalangan anak muda yang rata-rata berumur 15-30 tahun. Selain itu terdapat juga dari berbagai kalangan mulai dari remaja, dewasa, hingga orang tua yang memanfaatkan platform ini untuk berbagai kepentingannya. Mulai dari membagikan momen, mengikuti selebriti, hingga di jadikan sebagai media promosi bisnis. Penggunaan Instagram tentunya bisa memengaruhi cara pandang dan tindakan seseorang. Beberapa orang menjadi lebih inovatif dan berusaha untuk terlihat menarik, tetapi ada juga yang kerap menunjukkan barang-barang mereka, seolah Instagram menjadi ajang persaingan. Cara hidup generasi muda sekarang lebih mengutamakan pengakuan di dunia digital daripada di kehidupan sehari-hari. Banyak dari mereka yang memposting foto atau video hanya untuk mendapatkan likes dan komentar dari pengguna lain di platform media sosial (Resi Safitri, Nadya Melya Hidayat, Rossy Kesumawati, dkk, 2025).

Hootsuite Social Trends 2021 mengemukakan bahwa Instagram adalah platform media sosial teratas yang paling efektif untuk memasarkan bisnis. Hasil survei yang dilakukan mengindikasikan bahwa Instagram mampu menjangkau pasar dengan presentase tinggi sebesar 70% (Bisnis. com, 2021). Angka tersebut sesuai dengan kenyataan di lapangan, di mana saat ini banyak perusahaan besar di Indonesia juga memanfaatkan Instagram sebagai sarana promosi.

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang paling terkenal di seluruh dunia, khususnya di kalangan remaja. Pada bulan Juli 2021, platform ini melaporkan bahwa jumlah pengguna aktif Instagram mencapai 1,07 miliar dan 354 juta di antaranya adalah pengguna reguler (Indita Dewi Aryani, Dita Murtiariyati, 2022).

Aplikasi berbasis gambar Instagram telah berkembang menjadi salah satu media pemasaran yang paling efektif untuk mempromosikan produk. Selain itu, Instagram juga menawarkan fitur Instagram Ads untuk beriklan di platform tersebut. Instagram menarik banyak perhatian masyarakat karena kemudahan aksesnya dan dapat diakses baik melalui komputer maupun ponsel. Selain itu, platform ini juga semakin populer karena kemudahan penggunaannya dan beragam fitur yang ditawarkannya (Subagio, 2024). Promosi di Instagram saat ini menjadi metode yang ampuh untuk meningkatkan kepopuleran usaha, termasuk di bidang kuliner. Pemasaran melalui Instagram mendukung UMKM dalam meningkatkan omset serta mendorong kemajuan sektor kuliner. Berdasarkan Rangkuti (Rambi, 2024), promosi sangat diperlukan untuk menyampaikan informasi, serta mengingatkan konsumen tentang produk (Khairunnisa Ritonga, N Abdul Rasyid, 2025).

Besarnya manfaat platform media sosial seperti Instagram ini akan menjadi peluang pengusaha dalam mempromosikan usahanya melalui digital marketing dan juga memudahkan pelanggan untuk menemukan kebutuhan yang sesuai dengan minatnya. Pemasaran digital didefinisikan sebagai proses memasarkan dan menggunakan media digital untuk memperkenalkan produk atau layanan berbasis web, termasuk situs web, blog, email, media sosial, serta teknologi digital lainnya untuk mencapai tujuan pemasaran. Pemasaran digital merupakan strategi yang menggunakan teknologi digital untuk mengenalkan produk atau layanan. Dengan memanfaatkan berbagai platform online seperti media sosial, mesin pencari, situs web, dan email, pemasaran digital bertujuan untuk secara efektif mencapai audiens target dan berkomunikasi dengan calon pelanggan melalui saluran komunikasi berbasis online. Pendekatan ini dapat meningkatkan kesadaran merek, memperkuat interaksi dengan konsumen, serta meningkatkan penjualan secara signifikan (Subagio, 2024).

Menurut American Marketing Association (AMA), definisi pemasaran digital mencakup tindakan, lembaga, dan proses yang didukung oleh teknologi digital untuk menciptakan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan nilai kepada konsumen serta pemangku kepentingan lainnya. Pemasaran digital merupakan segala usaha untuk memperkenalkan produk dan layanan melalui platform online (Jamiat, 2020). Pemasaran Digital adalah kegiatan untuk mempromosikan merek atau produk melalui platform digital atau internet. Tujuannya untuk mencapai konsumen dan calon konsumen dengan cepat dan tepat. Lebih singkatnya, Pemasaran Digital merupakan metode untuk mengiklankan produk atau merek tertentu menggunakan media online. Ini bisa dilakukan melalui iklan di internet, Facebook, YouTube, atau platform media sosial lainnya (Abdul Karim, Usmanto, Elfit Rianim Purba, 2022).

Beragamnya penawaran suatu produk melalui digital marketing menjadi salah satu faktor pendorong bervariasinya selera konsumen, bahkan pada cara pengolahan produknya. Selera merujuk pada perasaan bahwa kebutuhan telah dipenuhi atau bahkan melebihi apa yang diinginkan oleh pelanggan. Selera konsumen adalah tingkat keinginan yang stabil yang dirasakan konsumen terhadap suatu produk setelah mereka melakukan perbandingan dengan apa yang mereka harapkan (Ida Bagus Made Ok Suryawan, Anak Agung Putu Agung, Ni Putu Cempaka Darmadewi Atmaja, 2022).

METODE

1. Tahap Awal

Pada awal kegiatan ini dimulai dengan mengobservasi beberapa platform sosial media yang sudah dikenal dan sering digunakan oleh masyarakat umum. Dalam aplikasi Instagram banyaknya fitur yang dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produk usaha seperti video reels yang dapat menarik minat konsumen. Dilanjutkan dengan pembuatan materi yang akan disampaikan pada kegiatan pengenalan aplikasi Instagram sebagai platform digital marketing (pada produk keju aroma) di MAN 1 Boyolali.

2. Tahap pelaksanaan kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat yang dilakukan dengan pemaparan materi secara langsung, yang dilaksanakan pada hari Sabtu 7 Juni 2025 pukul 10.00 WIB – selesai. Setelah selesai memaparkan materi, kami juga membuka sesi diskusi dengan para peserta.

3. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini kami melakukan evaluasi yang didapatkan dari sesi tanya jawab pemateri dengan audiens, sehingga kami dapat mengetahui kekurangan dari pemaparan materi dan menjadi bahan evaluasi bagi kami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses kegiatan pengenalan aplikasi Instagram sebagai platform digital marketing yang telah dipersiapkan terdiri dari berbagai materi seperti, media sosial, aplikasi Instagram, dan digital marketing yang disampaikan oleh Deska Ainun Rissanti. Media sosial merupakan platform yang sering digunakan untuk berinteraksi antar penggunanya, serta dapat digunakan sebagai salah satu sarana untuk pemasaran suatu produk atau jasa yang efektif. Media sosial menjadi sarana yang memudahkan Masyarakat dalam berkomunikasi dan memberikan akses bagi penggunanya untuk beraktivitas dan berkolaborasi dengan menggunakan berbagai fitur yang ada pada media sosial.

Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang sering digunakan oleh Masyarakat, terutama kalangan anak muda. Penggunaan Instagram tentunya bisa memengaruhi cara pandang dan tindakan seseorang menjadi lebih kreatif dan inovatif. Selain dari kalangan anak muda, ada juga dari kalangan remaja, dewasa, hingga orang tua yang memanfaatkan platform ini untuk berbagai kepentingannya. Mulai dari membagikan momen, mengikuti selebriti, hingga di jadikan sebagai media promosi bisnis. Instagram menjadi platform media sosial teratas yang paling efektif untuk memasarkan bisnis melalui fitur Instagram reels untuk beriklan di platform tersebut untuk menarik perhatian masyarakat karena kemudahan aksesnya dan dapat diakses baik melalui komputer maupun ponsel.

Banyaknya pengguna aplikasi instagram memberikan peluang suatu usaha untuk melakukan pemasaran melalui aplikasi ini, serta memudahkan pelanggan untuk menemukan kebutuhan yang sesuai dengan minatnya. Digital marketing yaitu sebuah upaya pemasaran yang menggunakan media online untuk menjangkau target pelanggan, selain itu Digital marketing menjadi sarana dalam mempromosikan merek atau produk melalui platform digital dengan tujuan memudahkan pengusaha untuk mendapatkan calon konsumen dengan cepat dan tepat agar memaksimalkan pendapatan pengusaha untuk mencapai targetnya.

Untuk itu kami menerapkan digital marketing melalui platform instagram pada produk kami “SWISAVORY” yakni keju aroma dengan mengunggah reels dan poster untuk memberikan informasi mengenai produk yang kami jual. Dari hasil pemanfaatan digital marketing melalui platform Instagram ini memberikan dampak yang sangat signifikan yakni semakin banyak orang yang mengetahui produk kami dan meningkatnya pembelian keju aroma oleh konsumen yang dapat meningkatkan pendapatan usaha kami. Dari pengaplikasian digital marketing yang kami lakukan, dapat memberikan contoh penerapan digital marketing melalui Instagram.

Dari sosialisasi yang kami lakukan, audiens dapat mengetahui bahwa platform Instagram dapat dimanfaatkan sebagai sarana digital marketing yang efektif. Audiens bisa menerapkan digital marketing ini sebagai media belajar mereka dimasa depan. Dari hasil diskusi dengan para audiens, mengenai cara mengoptimalkan digital marketing melalui aplikasi Instagram yakni dengan membuat konten menarik dan berkualitas, memanfaatkan fitur-fitur yang ada diinstagram seperti story, reels, instagram live, dan sorotan (highlights) menggunakan hashtag yang relevan, menganalisis jangkauan konten yang dibuat, memahami target audiens dan membangun branding yang kuat.



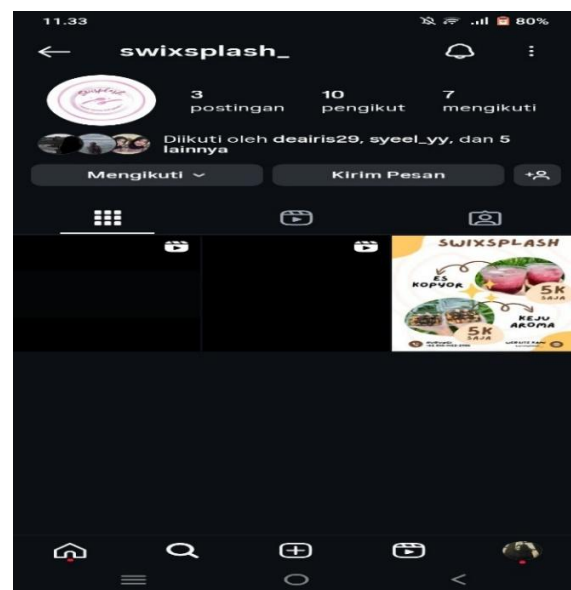
Gambar 0.1 Pemaparan materi



Gambar 0.2 Foto bersama



Gambar 0.3 Contoh postingan dengan hashtag yang relevan



Gambar 0.4 Contoh postingan reels

KESIMPULAN

Melalui fitur-fitur Instagram seperti unggahan foto dan video yang menarik, fitur stories, dan penggunaan hashtag yang relevan, dapat menarik perhatian konsumen dan membuat mereka sadar terhadap produk usaha melalui konten tersebut. Untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas, Instagram menjadi salah satu platform yang efisien untuk mempromosikan produk melalui digital marketing.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Karim, Usmento, Elfit Rianim Purba. (2022, Juni). " Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Masyarakat Tanjung Medan ". *Jurnal Mitra Pengabdian Varmasi*, 1, 85-88.
- Fitriani, Y. (2021, November). " Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi atau Pembelajaran Digital ". *Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5.
- Ida Bagus Made Ok Suryawan, Anak Agung Putu Agung, Ni Putu Cempaka Darmadewi Atmaja. (2022, January). " Pengaruh Selera Konsumen, Persepsi Harga dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki PT Sejahtera Indobali Trada Cabang Bangli ". *Jurnal Emas*, 3.
- Indita Dewi Aryani, Dita Murtiariyati. (2022, Juni). " Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada A.D.A Souvenir Project ". *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE widya wiwaha*, 2, 466-477.
- Jamiat, N. (2020, Juni). " Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM Sukakura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung ". *ATRBIS : Jurnal Administrasi*, 6, 1-15.
- Khairunnisa Ritonga, N Abdul Rasyid. (2025, Mei). " Strategi Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Kuliner Pada Akun @Kepdan_Kopi ". *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4, 341-351.
- Musyirah Rahman, Ifah Nur Syabilah, Peni Astuti, Muh.Irfan Syam, Sam'un Mukramin, Waode Ingra Kurnawati. (2023, Maret-April). " Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran ". *Jurnal On Education*, 5.
- rafiq, A. (2020, Juli). " Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat ". *Global Komunika*, 1, 18-29.
- Resi Safitri, Nadya Melya Hidayat, Rossy Kesumawati, dkk. (2025, January). " Analisis Komunikasi Digital Melalui Fitur " Add yours " : Studi Kasus Penggunaan Instagram diKalangan Usaha ". *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2.
- Subagio, V. A. (2024, April). " Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Pada Kedai Loeang Kopi Surabaya ". *Jurnal Of Multidisciplinary Research and Development*, 6.