

Pemanfaatan *Social Media Analytic* pada Instagram dalam Peningkatan Efektivitas Pemasaran

Pravita Ema Rifani✉

Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas IVET, Indonesia

Info Articles

Sejarah Artikel:

Dikirim 6 Oktober 2023

Direvisi 21 Oktober 2023

Disetujui 1 November 2023

Keywords:

Instagram, Social Media

Analytic, insight;

Abstrak

Saat ini Instagram tidak hanya menjadi sarana komunikasi dan informasi, tetapi juga untuk sarana pemasaran. Pemasaran yang dilakukan pada Instagram adalah penjualan, periklanan, branding, dan layanan. Untuk mendukung kegiatan pemasaran perlu dilakukan tidak hanya melalui cara konvensional atau lama, tetapi juga harus menggunakan media sosial untuk lebih menjangkau semua konsumen yang diinginkan. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan fokus pada penggunaan alat analisis media sosial di Instagram sebagai media dalam meningkatkan efektivitas pemasaran. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. *Social Media Analytic* yang diterapkan oleh Instagram dalam membantu pengguna profil bisnis adalah menyediakan fitur insight dimana ada tiga fungsi yaitu aktivitas, audiens, dan konten yang disediakan dalam bentuk dari visualisasi data. Pemanfaatan fitur insight di Instagram memiliki peran penting dalam membantu pengguna bisnis guna meningkatkan efektivitas pemasaran produk dan layanan mereka.

Abstract

Currently, Instagram is not only for communication and information, but also for marketing purpose. Marketing that carried on on Instagram is sales, advertising, branding, and services. To support marketing activities, it is necessary to do it not only through convection or old methods, but also using social media to better reach all desired consumers. This study aims to find a focus on the use of Social Media Analysis tools on Instagram as a medium to increase marketing effectiveness. This study is a qualitative descriptive study. *Social Media Analytics* applied by Instagram in helping business profile users is to provide insight features where there are three functions, namely activity, audience, and content provided in the form of data visualization. Utilization of insight features on Instagram has an important role in helping business users to increase the effectiveness of marketing their products and services.

✉ Alamat Korespondensi:
Surel: pravitaema@gmail.com

PENDAHULUAN

Teknologi internet secara otomatis turut mempengaruhi perkembangan data analisis ke beberapa sector, salah satunya adalah media social. Data analisis sendiri merupakan metode pengolahan data yang mampu menyatukan substansi dari masing-masing data yang dikumpulkan dari berbagai sumber untuk diubah menjadi suatu gambaran besar informasi yang dibutuhkan.

Saat ini banyak media sosial yang menggunakan data analisis untuk mengembangkan fitur-fitur mereka agar menjadi lebih baik. Dengan adanya media social komunikasi dan penyebaran informasi terjadi sangat cepat sehingga seorang konsumen akan semakin ingin mengetahui suatu informasi dengan cepat dan dapat diakses kapanpun. Saat ini, media social online seperti Facebook, Instagram, YouTube, Twitter dan lainnya bahkan telah merubah gaya hidup seorang konsumen. Dengan mudahnya penyebaran informasi, keberadaan media social ternyata merupakan langkah baru bagi para pelaku bisnis untuk memasarkan produk.

Pasar bisnis di Indonesia kini sangat diuntungkan dengan kehadiran social media Instagram, dampak dari kemajuan teknologi yang semakin hari semakin berkembang pesat. Instagram adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto, maupun video. Penggunaannya yang mudah membuat aplikasi ini begitu di minati oleh berbagai kalangan, baik untuk sekedar membagi informasi terkait kegiatan sehari-hari, ataupun untuk berbisnis.

Dalam mengimplementasikan sebuah pemasaran pada media social Instagram, perlu adanya strategi untuk menghasilkan atau mengelola sesuatu menjadi bernilai. Hal ini merupakan cara bagaimana pengguna mempunyai calon target yang akan tertarik, baik berupa produk atau jasa yang ditawarkan. Pasar bisnis di Indonesia khususnya yang bergerak di bidang kuliner saat ini juga tak lepas dari pemanfaatan Instagram. Berbagai produk makanan dan minuman yang dipasarkan secara online dikemas sedemikian rupa untuk menarik minat konsumen. Tingkat persaingan yang ketat dalam bisnis di bidang kuliner tersebut, menuntut para pelaku bisnis untuk menciptakan produk yang tak hanya memiliki cita rasa lezat, akan tetapi juga ciri khas untuk mendapatkan perhatian konsumen.

Bisnis kuliner yang saat ini tengah merebak di Indonesia, khususnya di Kota Semarang tepatnya di daerah Gunungpati, salah satunya adalah bisnis makanan Risoles. Para pelaku bisnis Risoles, baik yang memasarkan produknya secara online maupun offline menawarkan dan menjajakan produknya berupa Risoles dengan berbagai varian isi dengan harga yang menarik, tentu saja agar konsumen tertarik untuk membeli. Adapun salah satu produk makanan Risoles, yang ada di Kota Semarang adalah "*Risol Masisseo*".

Produk makanan Risoles dari "*Risol Masisseo*" hadir dengan berbagai varian rasa yang menarik, yang pastinya tidak ketinggalan zaman. Ciri khas dan varian rasa yang unik, adalah salah satu modal untuk kreatif untuk mengenalkan brand yang dimiliki oleh Risol Masisseo, di tengah maraknya bisnis Risol yang ada Kota Semarang. Selain dari varian rasa yang unik, Risol Masisseo memiliki keunikan nama yaitu kata "*Masisseo*" yang diambil dari Bahasa Korea yang berarti "*enak*".

Risol Masisseo baru saja berdiri kurang lebih satu bulan tepatnya pada tanggal 11 Juni 2022. Risol Masisseo menjunjung tema Frozen Food, tetapi apabila ada salah satu customer yang request untuk digoreng pun bisa. Untuk saat ini Risol Masisseo baru memiliki 1 reseller yang baru berada di daerah Ungaran Barat. Belum ada outlet khusus untuk membeli secara langsung produk dari Risol Masisse, karena usaha tersebut baru berjalan kurang lebih satu bulan jadi selaku owner sendiri baru memasarkan melalui online salah satunya lewat Sosial Media Instagram. Risol Masisseo memiliki satu buah akun Instagram, yaitu "*@risol_masisseo*".

Terlebih di Indonesia sendiri, Risoles merupakan makanan yang sangat banyak peminat diantara banyaknya jenis makanan yang dijual di Pasar dan Toko Roti. Persaingan yang ketat dalam bisnis makanan Risoles ini menuntut owner untuk memasarkan produknya dengan strategi

penawaran atau promosi yang menarik sehingga produk yang dihasilkan dan dipasarkan memiliki nilai jual yang tinggi, serta mampu bersaing dalam bisnis di bidang yang sama.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelian kualitatif dilaksanakan untuk membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan. Metode deskriptif lebih banyak pada menganalisis permukaan data, bukan kedalam data dan bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau status kejadian (Umami, 2015).

Dalam penelitian ini menggunakan Instagram sebagai objek penelitian dikarenakan di antara banyaknya situs jejaring sosial lainnya, Instagram merupakan media sosial yang paling populer saat ini. Selain itu, subyek penelitian ini merupakan salah satu pengguna Instagram yang megaktifkan akun bisnisnya dan aktif sebagai pengguna yang bertujuan memanfaatkannya dalam hal bisnis atau pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Fitur Bisnis Instagram

Social Media Analytics yang diterapkan oleh Instagram dalam membantu pengguna profil bisnis yaitu dengan menyediakan fitur Insight. Pada fitur tersebut didalamnya terdapat tiga fungsi yaitu *activity*, *content*, dan *audience* yang disediakan dalam bentuk visualisasi data. Hal ini dapat dilihat pada minat pengguna ketika mengaktifkan akun bisnis mereka di awal kemunculannya pada tahun 2016.

Maraknya pemanfaatan media social dalam melakukan pemasaran mulai menjadi tren saat ini, hingga banyak pengguna mulai beralih untuk mengaktifkan fitur bisnis mereka baik para pelaku bisnis ataupun yang hanya sekedar akun pribadi. Dengan memanfaatkan media social, pengguna lebih mudah berinteraksi dengan pelanggan. Salah satunya pengguna dapat berbagi informasi penting dengan pelanggan, dan mendapatkan *feedback* dengan cara yang sangat mudah dan cepat.

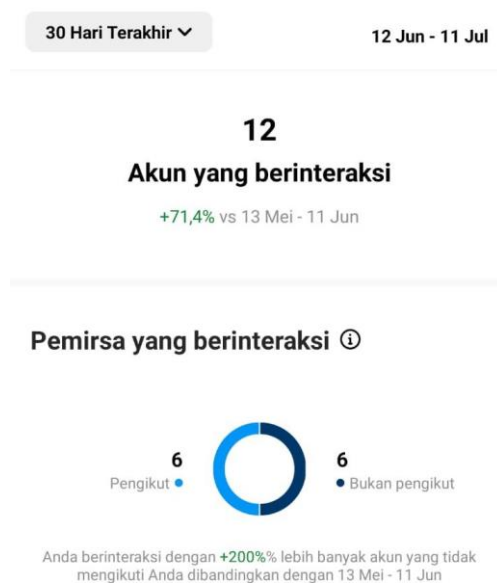
Dapat dikatakan bahwa Instagram merupakan platform yang sangat efektif untuk berkomunikasi dan mendengarkan konsumen, seperti memberi kritik, saran, serta complain. Meskipun kegiatan komunikasi pemasaran dilakukan secara online, namun efek dari pemasaran yang dilakukan pun bisa berdampak offline yaitu melalui mulut ke mulut.

Pemanfaatan Insight Instagram

Ketertarikan masyarakat untuk menjadi pengguna Instagram didasarkan pada fitur-fitur yang ditawarkan itu sendiri, salah satunya peningkatan kecepatan arus informasi sebagai dasar dari sebuah interaksi.

Fitur Activity

Pada fitur *Activity* sendiri terdapat beberapa data analisis yaitu *interaction* dan *discovery*. Interaction merupakan fitur yang berfungsi merekam interaksi dari setiap pengunjung yang memberikan *feedback*. Berikut adalah hasil analisis data yang terdapat pada fitur *activity Insight* Instagram melalui Instagram Risol Massieo (@risol_masisseo) selama 30 hari terakhir.



Gambar 1 Analisis data pada fitur activity di Insight Instagram

Pada gambar 1 menunjukkan analisis data pada fitur *Insight* di Instagram yang menunjukkan interaksi antara penjual dengan pelanggan. Tertera terdapat 12 interaksi yang dihitung dari 30 hari terakhir yang diantaranya adalah 6 orang pengikut akun Instagram Risol Masisseo dan 6 orang bukan pengikut dari akun Risol Masisseo.

Selain itu, pada fitur *activity* juga memudahkan pelaku bisnis untuk mengetahui berapa pengunjung yang berkunjung pada profil Instagram. Ada beberapa deskripsi yang akan ditampilkan pada fitur ini, antara lain: Kunjungan profil, ketukan situs web, ketukan tombol email, ketukan alamat bisnis, dan ketukan tombol hubungi.

Aktivitas Profil ⓘ	148
Kunjungan Profil	145
Ketukan Situs Web	1
Ketukan Tombol Email	0
Ketukan Alamat Bisnis	2
Ketukan Tombol Hubungi	0

Gambar 2 Aktivitas profil

Pada studi kasus ini, kunjungan profil Instagram Risol Masisseo sebanyak 148 orang, ketukan situs web sebanyak 1 ketukan, dan ketukan alamat bisnis sebanyak 2. Aktivitas memang kurang signifikan, dikarenakan akun Instagram Risol Masisseo belum lama dibuat. Dalam menangani kasus ini, owner selaku pemegang akun Instagram Risol Masisseo berupaya meningkatkan pemasaran yang lebih dengan melakukan pengunggahan *content* sesering mungkin dan juga kreatif mungkin. Selain itu, owner juga selalu menerapkan inovasi produk dengan menambahkan berbagai varian rasa pada menu.

Sedangkan, pada *Discovery* merupakan data untuk pengukuran setiap konten. Pada fitur ini terdapat fitur *Reach* (jumlah pencapaian terhadap konten dari setiap waktu) dan *impression* (jumlah

pengunjung yang pernah melihat konten yang kita tampilkan). Hasil analisis dari Instagram Risol Masisseo pada fitur *Discovery* adalah sebagai berikut.



Gambar 3 Fitur Discovery Insight

Selama 30 hari terakhir akun Instagram Risol Masisseo mengunggah beberapa konten dan dijangkau oleh 706 akun dengan deskripsi, 13 dari akun pengikut dan 693 dari akun yang bukan pengikut. Pada analisis tersebut mengalami kenaikan 3,97% dari tanggal 11 Juni. Dapat disimpulkan bahwa masyarakat memiliki ketertarikan pada produk yang dijual oleh Risol Masisseo. Namun karena ada beberapa faktor maka tidak menjadikan pengunjung profil untuk membeli produk tersebut.

Fitur Content

Terkait konten pada media sosial Instagram, terdapat beberap fitur yaitu *post*, *stories*, *reels*, dan *promotion* yang semua data berupa foto maupun video. Seluruh data fitur tersebut tersimpan pada Insight Instagram fitur content. Sehingga, seluruh data yang berisikan pencapaian dari setiap *post*, *stories*, dan *promotion* yang di upluod dapat diketahui pada fitur tersebut. Berikut adalah hasil analisis pada akun Instagram Risol Masisseo (@risol_masisseo) yang terdapat pada fitur content. Pada gambar diatas, terlihat ada beberapa unggahan yang dilakukan oleh akun Instagram.



Gambar 4 Jangkauan Konten

Risol Masisseo yaitu berupa Reels, postingan, storys, dan video. Dapat disimpulkan pada analisis data tersebut jangkauan berupa unggahan Reels (dalam bentuk video panjang) berpotensi memiliki potensi jangkauan lebih banyak dibandingkan unggahan-unggahan lain berupa postingan, story, dan juga video. Selain itu unggahan berupa vidio juga dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk dikarenakan memiliki tampilan yang lebih detail dan menarik.

Fitur Audience

Fitur *Audience* berfungsi untuk dapat memahami karakteristik *followers*. Hal ini adalah langkah penting bagi pelaku bisnis untuk dapat menentukan pasar mereka. Dengan alat ukur yang tersedia di *Insight* Instagram, fitur *Audience* dapat melihat berapa jumlah *followers*, keberadaan lokasi *followers*, *gender followers*, berapa range umurnya, dan kapan waktu *followers* aktif. Tetapi pada fitur ini memiliki ketentuan untuk melihat semua deskripsi analisa tersebut, kita dapat melihat deskripsi tersebut dengan minimal jumlah *followers* 100 orang.

Hasil analisis pada fitur *Audience* di Instagram Risol Masisseo hanya mendeskripsikan banyaknya *followers* yaitu 14 pengikut, dikarenakan jumlah pengikut belum mencukupi untuk menampilkan beberapa deskripsi pada fitur *audience*.



Gambar 5 Analisis Fitur Audience

Adanya pemanfaatan *social media analytics* ini maka banyak pula pengguna bisnis yang dapat menganalisis bisnis mereka untuk mendapatkan efektivitas pemasaran yang tinggi sehingga daya saing pun semakin meningkat. Maka dari itu diharapkan pelaku bisnis dapat membuat suatu strategi pemasaran yang baik dan tepat, dengan memanfaatkan hasil dari *social media analytics* tersebut untuk strategi pemasaran produk kedepannya.

SIMPULAN

Pemanfaatan *social media analytics* pada Instagram yaitu dengan adanya fitur *insight* ternyata memiliki peranan penting dalam membantu pengguna terutama pelaku bisnis dalam meningkatkan efektivitas pemasaran produk maupun layanan. Dengan adanya fitur *insight* ini, para pengguna juga merasa sangat puas karena mereka dapat menganalisis *followers* mereka, menentukan strategi pemasaran, menentukan waktu paling tepat untuk promosi, dan sebagainya. Perkembangan era digital seperti sekarang juga membuka peluang untuk mengarahkan konten-konten yang dimiliki pengguna kearah kreatif dan spesifik, seperti penyebaran budaya, edukasi, seni, dan juga mengakibatkan terjadinya *cultural flows*, yang merujuk pada pemindaian objek, kemampuan, kepercayaan, dan praktek melalui media social dan teknologi komunikasi sebagai bentuk pemerataan budaya dan format media yang ada didunia.

Penelitian ini masih dalam ruang lingkup yang terbatas dan tidak cukup menjawab keseluruhan dampak dari pemanfaatan *social media analytics* pada Instagram, karena hanya mencakup populasi dari suatu produk yaitu Risol Masisseo yang berada di Semarang dan belum memiliki banyak pengikut. Maka dari itu, pada penelitian selanjutnya disarankan untuk memilih sampel penelitian atau studi kasus dengan melihat factor, kriteria-kriteria, dan ruang lingkup yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiffatus Sholihah. 2018. Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Produk The Thailand Pickameame di Yogyakarta). Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Muhamad Fitra Alfajri, Viranda Adhiazni, dan Qurrotul Aini. 2019. Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan Efektivitas Pemasaran. Jurnal Ilmu Komunikasi Program Studi Sistem Informasi. Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Viniyati Maftuchah SE., MM. 2018. Makalah Perilaku Konsumen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Jakarta.
- Marheni Eka Saputri. 2016. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. Jurnal Sosioteknologi Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Universitas Telkom.