

Optimasi Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Bisnis Persewaan Kostum Cosplay Surabaya

Andien Putri Amalia & Jojok Dwiridotjahjono

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

20042010013@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Adanya perkembangan dunia dan juga transformasi digital menjadikan hal ini menciptakan situasi “krisis” untuk semua brand serta pemilik bisnis di Indonesia. Sebab umumnya pebisnis tidak mampu beradaptasi dengan teknologi. Karena jumlah pengguna Instagram yang meningkat, akun dibuat untuk berfungsi sebagai media dan saluran iklan. Salah satunya adalah akun Instagram @pungkicosplay. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk mengumpulkan data. Hasil dari upaya penelitian ini, pengikut terpicu oleh postingan, membuat komentar, membagikan, mentag akun @pungkicosplay sebagai tanda testimoni, dan menyewa kostum cosplay di @pungkicosplay.

Kata Kunci: Media Sosial, Promosi, Persewaan.

ABSTRACT

World developments and digital transformation have created a "crisis" situation for all brands and business owners in Indonesia. Because generally business people are not able to adapt to technology. Due to the increasing number of Instagram users, accounts were created to serve as media and advertising channels. One of them is the Instagram account @pungkicosplay. This research uses a qualitative approach with descriptive methods to collect data. As a result of this research effort, followers were captivated by the post, made comments, shared it, tagged the @pungkicosplay account as a testimonial, and rented cosplay costumes at @pungkicosplay.

Keywords: Social Media, Promotion, Rental.



PENDAHULUAN

Adanya perkembangan dunia dan juga transformasi digital menjadikan hal ini menciptakan situasi “krisis” untuk semua brand serta pemilik bisnis di Indonesia. Sebab umumnya pebisnis tidak mampu beradaptasi dengan teknologi. Peningkatan jumlahnya pengguna Instagram menyebabkan hadirnya akun Instagram untuk bertindak sebagai saluran iklan serta media. Diantaranya akun sosial media Instagram @pungkicosplay. Metode penelitian yang dipergunakan pada penelitian ini yaitu metode deskriptif dimana dalam mengumpulkan data menggunakan fakta – fakta yang ada. Hasil atas penelitian ini yaitu para followers memiliki minat pada produk yang di promosikan pada akun sosial media Instagram @pungkicosplay dengan tanda memberikan like, komentar, dan melakukan transaksi pada toko tersebut.

Semua aspek kehidupan dunia berkembang dengan sangat cepat, dan ini telah menyebabkan banyak transformasi sosial di lingkungan publik saat ini. Pengaruh teknologi, terutama karena kemudahan memperoleh berbagai informasi, membuat mereka sangat bergantung padanya. Pengembangan berbagai jenis hiburan berbasis internet membuka peluang bisnis bagi komunitas lokal. Media sosial menawarkan lebih dari sekedar peluang untuk bisnis produk; perusahaan jasa dan perjalanan juga mulai menggunakannya untuk memberi tahu orang tentang barang yang dipromosikan. Menggunakan media sosial untuk menjual barang untuk menarik pembeli dengan menyebarkan data tentang produk yang diiklankan kepada publik. Pemakaian media sosial dapat berdampak positif pada produk karena masyarakat modern menggunakan media social untuk berbagai tujuan, termasuk hiburan, bisnis, dan pencarian berita. Persepsi konsumen

terhadap produk dipengaruhi oleh pemasaran media sosial, yang pada gilirannya memengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk (Maoyan dalam Fedianty A dan Widayati 2019:4).

Zaman digital membawa banyak perubahan ini, yang menuntut seluruh masyarakat untuk beradaptasi. Baik perusahaan besar maupun UMKM kecil termasuk dalam kategori ini. Para pelaku bisnis, khususnya perusahaan kecil dan menengah, harus berkolaborasi untuk menghadapi transformasi digital. Karena itu adalah masalah utama bagi pelaku bisnis, sebagian besar masih mempercayakan model bisnis fisik. Semua merek dan pemilik bisnis di Indonesia berada dalam "krisis" karena perkembangan global dan transformasi digital. Karena kebanyakan pebisnis tidak mampu beradaptasi dengan situasi "krisis" tersebut, itu bukan omong kosong karena masih banyak bisnis kecil, masih tidak tahu tentang teknologi. Oleh karena itu, sosialisasi dan edukasi seperti e-commerce dan internet marketing adalah tanggung jawab pemerintah dan federasi, seperti federasi laundry (Rahayu dalam Diah Ayu dkk 2021:4).

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial paling populer karena memungkinkan pengguna mengirim foto sambil melihat kiriman lainnya. Instagram dianggap sebagai media sosial yang memiliki pengaruh besar. Instagram sekarang menjadi alat periklanan yang menarik untuk tujuan bisnis dan non-bisnis. Sekarang ada 22 juta pengguna aktif di Indonesia, dengan 89% dari mereka yang berusia 18 hingga 34 tahun dan 97% menggunakan mesin pencari untuk mencari informasi yang lebih spesifik.

Persewaan Kostum *Cosplay* Surabaya merupakan bisnis yang menyediakan perlengkapan *cosplay* yang bisa disewa oleh konsu-

men. Akun Instagram @pungkicosplay merupakan salah satu bisnis persewaan kostum *cosplay* yang ada di Surabaya dan telah berdiri lama sejak tahun 2015. Pada akun istagram @pungkicosplay berisikan informasi tentang kegiatan event *cosplay*, konten promosi berupa video penyewa yang menggunakan kostum dari @pungkicosplay, dan tautan pada bio instagram @pungkicosplay. Dengan adanya akun instagram @pungkicosplay memudahkan masyarakat mendapatkan informasi terkait persewaan kostum *cosplay*. Penelitian ini tertarik untuk melakukan penelitian tentang optimasi media sosial sebagai sarana promosi persewaan kostum *cosplay* Surabaya karena penggunaan media sosial ini sebagai media informasi dan untuk pemasaran bisnis persewaan kostum *cosplay* di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemasaran digital bisnis persewaan kostum *cosplay* dengan menggunakan akun sosial media Instagram. Dengan adanya akun instagram Ini akan membuat bisnis persewaan kostum *cosplay* lebih dikenal oleh pelanggan lokal dan internasional.

METODE PELAKSANAAN

Pawito (Dalam I Putu Hendika P dan Ni Kadek Ayu 2021:1) mengatakan bahwa metode penelitian termasuk metode berpikir yang menunjukkan topik penelitian, pendekatan, dan teknik ilmiah untuk mengumpulkan data dan menarik kesimpulan. Penelitian ini menggunakan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Sudaryanto (Dalam I Putu Hendika p dan Ni Kadek Ayu 2021:1) menjelaskan bahwa metode ini digunakan untuk menganalisis berbagai fakta yang ada. tujuan untuk menghasilkan deskripsi yang sistematis, tepat, dan nyata tentang berbagai fakta dan hubungan antara fenomena yang dipelajari dan yang dicari tahu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tampilan dan Isi Feed Instagram

@pungkicosplay adalah akun sosial media yang dirancang untuk berbagi informasi dan memikat konsumen pecinta *cosplay*. Sangat sulit untuk menampilkan konten di akun Instagram @pungkicosplay karena video utama dipilih dengan cermat. Konten adalah kunci untuk mendapatkan pengikut di Instagram. Konten yang diposting di akun Instagram @pungkicosplay harus menarik sehingga banyak orang akan terpikat dan menonton hingga akhir. Pemilihan konten yang menarik ini bisa dimulai dengan penggunaan ide, bakat yang cakap dan kreatif, dan pengaturan video yang menarik agar tidak terlihat membosankan. Fokus pengolahan akun sosial media Instagram @pungkicosplay adalah informasi mengenai event *cosplay* dan konten dari *cosplayer* yang menggunakan produk dari @pungkicosplay.

Pemanfaatan Bio Instagram

Bio Instagram adalah informasi singkat tentang pemilik akun yang ditampilkan di bagian bawah foto profil bersama dengan nama pengguna. Bio IG biasanya ditulis oleh pengguna yang mencerminkan karakter atau citra yang ingin dibangun di media sosial. Selain itu, pengguna membuat bio mereka semenarik mungkin. Pada akun Instagram @pungkicosplay memiliki bio Instagram yang berisi informasi tentang keterangan akun, tahun berdirinya bisnis, tautan akun, alamat dan link lokasi toko.

Pemanfaatan Highlights Instagram

Instagram Highlights adalah fitur yang memungkinkan suatu akun memberikan highlights (sorotan) untuk snapgram favorit pada profil akun instagram selama lebih dari 24 jam dengan

menambahkannya dari arsip. Pada akun Instagram @pungkicosplay memiliki highlights Instagram yang berisi snapgram tentang kerjasama bisnis, informasi mengenai transaksi apabila menyewa, dan peraturan menyewa.

Penggunaan Hashtag dan Tag

Hashtag, juga dikenal sebagai "tag", menghimpun gambar dan video yang diunggah pada akun sosial media agar mudah ditemukan dengan memasukkan kata kunci pada caption gambar atau video unggahan. Tag juga digunakan untuk mengidentifikasi akun Instagram aktif lain yang terkait dengan postingan tersebut, sehingga lebih mudah ditemukan. Menggunakan hashtag dalam feed postingan di akun Instagram @pungkicosplay akan memudahkan pengikut untuk menemukan informasi tambahan. Apabila terdapat pengikut yang telah menyewa kostum pada @pungkicosplay, ada tag untuk mention akun tersebut.

Tinjauan Hasil yang Dicapai

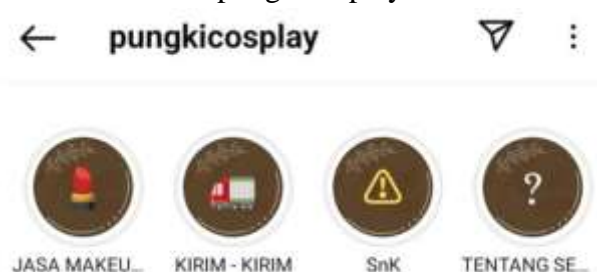
Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa unggahan dari akun media sosial Instagram @pungkicosplay menarik pengikutnya untuk melakukan penyewaan kostum cosplay yang dipromosikan di akun tersebut, terutama kostum-kostum yang baru dan tidak ada di toko lain. Berhasilnya promosi di akun sosial media Instagram @pungkicosplay dapat dilihat saat pengikut terpicat oleh postingan, membuat komentar, membagikan, mentag akun @pungkicosplay sebagai tanda testimoni, dan menyewa kostum cosplay di @pungkicosplay.



Gambar 1. Akun dan Bio Instagram @pungkicosplay



Gambar 2. Tampilan dan Isi Feed Instagram @pungkicosplay



Gambar 3. Penggunaan Hashtag dan Tag @pungkicosplay



Gambar 4. Hashtag dan Tag Akun @pungkicosplay.

KESIMPULAN

Dunia yang selalu berubah dan berkembang dengan sangat cepat dalam semua aspeknya telah menyebabkan banyak transformasi sosial di lingkungan publik. Salah satu contohnya adalah zaman sekarang, atau modern. Penjualan produk melalui media sosial untuk memikat pelanggan dengan memberi tahu masyarakat tentang produk. Semua merek dan pemilik bisnis di Indonesia berada dalam "krisis" karena perkembangan global dan transformasi digital. Karena kebanyakan bisnis tidak memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi.

Instagram adalah aplikasi yang memungkinkan orang mengunggah foto dan melihat postingan orang lain. Instagram dianggap sebagai media sosial yang memiliki pengaruh besar. Dengan meningkatnya jumlah pengguna Instagram, akun baru dibuat untuk berfungsi sebagai media dan saluran iklan. Salah satunya adalah akun Instagram @pungkicosplay. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemasaran digital bisnis persewaan kostum cosplay dengan menggunakan akun sosial media Instagram. Dengan adanya akun instagram Ini akan membuat bisnis persewaan kostum cosplay lebih dikenal oleh pelanggan lokal dan internasional. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk mengumpulkan data. Keberhasilan penelitian ini dapat dilihat saat pengikut terpicu oleh postingan, membuat komentar, membagikan, menag akun @pungkicosplay sebagai tanda testimoni, dan menyewa kostum cosplay di @pungkicosplay.

Saran pada akun Instagram @pungkicosplay lebih banyak feed yang memberikan informasi mengenai produk yang disewakan. Batas pada penelitian ini yaitu lebih memperluas media sosial yang dijadikan

sebagai media promosi suatu bisnis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis jurnal mengucapkan terima kasih kepada pelaku bisnis persewaan kostum cosplay Surabaya terutama pemilik bisnis @pungkicosplay yang telah memberikan izin bisnisnya untuk menjadi obyek penelitian peneliti. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Dr. Jujuk Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si, yang telah memberikan bimbingan dalam program studi Administrasi Bisnis. Selain itu, rekan-rekan peneliti yang telah memberikan dukungan saat menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyrah, Irfan, STP., Mt., and STP. Maharani, Anastasya. (2020). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Bandung: CV Cendekia Press.
- Augustinah, Fedianty, and Widayanti. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik singkong Di Kabupaten Sampang*. *Jurnal Dialektika* 4, no. 2:165–175.
- Candraningrum, Diah Ayu, Farid Rusdi, and Zita Retno Hapsari. (2021). *Pengelolaan Media Sebagai Sarana Promosi Usaha Warung Bakso Mahkota*. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia* 4, no. 1: 29–38.
- Gumilar, Gumgum. (2015). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion Di Kota Bandung*. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi* 5, no. 2: 77–84.
- Izaak, W. C., Ulul Denisya, F. ", Pratama, G. I., Nurdianty, F. D., Pradana, N. A., & Prayoga, D. (2022). *Optimalisasi Digital Marketing Melalui Instagram Sebagai Strategi Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Medokan Semampir Kota Surabaya*. *Karya Unggul: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 152–160.

- Kurnianto, Yeri Tri. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman Di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @tempatbiasa.Kopi). Ilmu Komunikasi:8.
- Kurniawan, Puguh. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh Puguh Kurniawan Universitas Trunojoyo Madura. Kompetensi 11, no. 2: 217–225.
- Nur, Alya, and Ririn Puspita Tutiasri. (2022). Pemanfaatan Instagram @dapurbalikpapan Sebagai Media Promosi Kuliner Kota Balikpapan. Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian 8, no. 2:871–884.
- Permana, I Putu Hendika, and Ni Kadek Ayu Natalia Pratiwi. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Bisnis Kuliner Pada Komunitas Online @deliciousbali. JUSTBEST: Journal of Sustainable Business and Management 1, no. 1: 12–18.
- Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. Jurnal Common 3, no. 1: 71–80.
- Rahmawati, E. P., & Purwanto, S. (2022). Optimasi Media Sosial Instagram Sebagai Penunjang Digital Marketing Pada Pt Disty Teknologi Indonesia. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(3), 36–40.
- Safitri, D., & Romli, N. A. (2023). Optimalisasi Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk UMKM Jatinegara Kaum. Jurnal Abdimas Perbanas, 4(2), 38–5.
- Zuhri, M. Abdul Malik, and Lydia Christiani. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Library Based Community (Studi Kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo @Koperjas). Jurnal Ilmu Perpustakaan 7, no. 2: 21–30