

Strategi Optimalisasi Media Sosial Instagram Terhadap Peningkatan Promosi Vespa Smart Di Waru Sidoarjo

Fitra Ardiansyah¹, Muhammad Syarfan Andriansyah², Hanif Haidar Anansida^{3*}, Achmad Baidhowi⁴, Nindya Kartika Kusmayati⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, STIE Mahardika, Kota Surabaya, Indonesia

Email: ¹msyarfanandriansyah@gmail.com, ²fitraardi1305@gmail.com, ^{3*}hanifhaidar88@gmail.com,
⁴achmadb061101@gmail.com, ⁵Nindya.kusmayati@stiemahardika.ac.id

(* : coresponding author)

Abstrak – Untuk menunjukkan bagaimana penggunaan Instagram dapat dioptimalkan untuk mempromosikan Vespa Matic, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis konten media sosial, interaksi antara pengelola akun dan audiens, serta konten yang digunakan untuk mempromosikan Vespa. Hasilnya menunjukkan bahwa unggahan dari akun Instagram @do.vespamatic menarik pengikutnya untuk membeli barang promosi Vespa Matic. Akun Instagram @do.vespamatic sukses menarik pengikut dengan strategi konten kreatif, konsistensi posting, dan pemanfaatan fitur Instagram seperti hashtag dan tag. Upaya ini meningkatkan keterlibatan minat, dan penjualan produk vespa matic menjadikannya akun yang berpengaruh di komunitas penggemar vespa matic. saran untuk @do.vespamatic agar dapat fokus pada konten interaktif, kolaborasi dengan influencer. agar dapat memperkuat posisi @do,vespamatic di komunitas matic dan mendorong penjualan.

Kata Kunci: Optimalisasi Media Sosial Instagram, Promosi

Abstract – To show how the use of Instagram can be optimized to promote Vespa Matic, this research uses a descriptive qualitative approach to analyze social media content, interactions between account managers and audiences, as well as content used to promote Vespa. The results show that uploads from the Instagram account @do.vespamatic attract followers to buy promotional Vespa Matic items. The Instagram account @do.vespamatic has been successful in attracting followers with creative content strategies, posting consistency, and utilizing Instagram features such as hashtags and tags. This effort increases interest engagement, and sales of Vespa automatic products make it an influential account in the Vespa automatic fan community. Suggestions for @do.vespamatic to focus on interactive content, collaboration with influencers. In order to strengthen @do,vespamatic's position in the automatic community and encourage sale.

Keywords: Instagram Social Media Optimization, Promotion

1. PENDAHULUAN

Dengan berkembangnya teknologi informasi, telah terjadi perubahan besar dalam cara perusahaan mempromosikan produk mereka. Media sosial sekarang menjadi salah satu media yang paling efektif untuk mendukung promosi sebuah produk. Terutama instagram, yang merupakan yang paling cepat berkembang dan menawarkan banyak fitur yang berfokus pada konten visual dapat memberikan peluang besar untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

vespa adalah salah satu produk yang memiliki potensi besar untuk dipromosikan melalui Instagram. Vespa adalah kendaraan yang dilengkapi dengan teknologi pintar yang meningkatkan kenyamanan, keamanan, dan pengalaman berkendara saat berkendara. Berbeda dengan vespa klasik, yang memiliki transmisi manual dengan tuas kopling pada stang, vespa matic dirancang untuk membuat berkendara lebih nyaman dan mudah, terutama di kota.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana penggunaan Instagram dapat dioptimalkan untuk mempromosikan produk vespa. Penelitian ini akan berkonsentrasi pada analisis konten media sosial, interaksi antara pengelola akun dan audiens, serta data yang digunakan untuk mempromosikan produk vespa.

Untuk menggambarkan fenomena optimalisasi media sosial Instagram sebagai alat promosi, data dikumpulkan melalui observasi aktifitas Instagram @do.vespamatic mendalam. Fokus penelitian ini adalah bagaimana taktik media sosial dapat membantu Vespa bertahan di tengah

persaingan bisnis. Subjek utama yang dipilih adalah pengelola akun Instagram Vespa, yang aktif menggunakan media sosial sebagai media utama untuk pemasaran.

Data deskriptif diambil dari aktivitas Instagram @do.vespamatic yang diamati oleh pengelola akun dan pemilik bisnis Instagram tentang cara mereka menggunakan platform. Mereka menekankan bahwa kolaborasi dengan influencer, penggunaan Stories dan Reels, dan konten visual menarik seperti gambar dan video sangat penting untuk menjangkau lebih banyak orang.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa promosi yang dilakukan di Instagram meningkatkan penjualan dan kesadaran merek Vespa. Instagram dianggap sebagai platform strategis karena membuatnya lebih mudah untuk menjangkau pelanggan potensial, terutama di internet.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Tampilan dan Isi *Feed* Instagram

@do.vespamatic adalah akun sosial media yang dimaksudkan untuk berbagi informasi dan menarik pelanggan pecinta vespa matic. Sangat sulit untuk menampilkan konten di akun Instagram @do.vespamatic karena video utama dipilih dengan hati-hati. Untuk mendapatkan pengikut di Instagram, konten harus kreatif dan menarik perhatian pengguna di akun @do.vespamatic. Penggunaan ide, bakat yang cakap dan kreatif, dan pengaturan video yang menarik dapat menjadi langkah awal dalam pemilihan konten yang menarik ini.

3.2 Konsistensi dan Frekuensi Dalam Mengupload Konten

Pada akun media sosial Instagram @do.vespamatic diketahui bahwa pengunggahan konten dilakukan secara konsisten dan dengan frekuensi yang tepat untuk mendapatkan hasil terbaik. Konsep konsistensi pada akun Instagram @do.vespamatic mengutamakan keberlanjutan dan rutinitas dalam menghadirkan konten terbaru, karena pengguna akun sosial media Instagram terbiasa dengan konten yang konsisten dan teratur. Oleh karena itu, akun Instagram @do.vespamatic berdedikasi untuk membagikan konten yang berkualitas secara terstruktur, umumnya dua sampai tiga kali seminggu. Selain itu dalam mengunggah konten, pengguna juga melihat saat yang tepat untuk mengunggah konten. pengguna umumnya mengunggah konten pada jam 6 sore sampai dengan jam 9 malam dimana banyak audiens yang aktif pada saat itu.

Salah satu bagian penting dari strategi promosi @do.vespamatic di Instagram adalah konsistensi dalam mengunggah konten. pengguna dapat membangun ekspektasi dan kepercayaan dari penonton dengan memastikan konten dibagikan secara reguler dan berkelanjutan. Hal ini membantu pengikut akun instagram @do.vespamatic memiliki pengalaman yang konsisten, untuk memberi tahu mereka kapan dan apa yang diharapkan saat mengunjungi profil. Walaupun mengutamakan konsistensi, @do.vespamatic juga menyadari pentingnya terlalu sering mengunggah konten karena terlalu banyak konten dalam waktu singkat dapat menyebabkan audiens jenuh atau terganggu. Oleh karena itu, @do.vespamatic memilih untuk mengatur jadwal pengunggahan yang tepat, tetap konsisten tetapi tidak berlebihan. Metode ini meningkatkan kualitas konten yang diunggah, dan memberikan waktu yang cukup kepada audiens untuk menyerap dan merespons konten. Selain frekuensi dan konsistensipada akun instagram @do.vespamatic juga mengawasi saat yang tepat untuk mengunggah kontennya. pengguna dapat melakukan penelitian atau melihat perilaku dan preferensi audiens untuk menentukan waktu yang paling tepat untuk mengunggah konten. Dengan memilih waktu yang tepat, akun instagram @do.vespamatic dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan audiens.

3.3 Pemanfaatan Bio Instagram

Bio Instagram adalah informasi singkat tentang pemilik akun yang ditampilkan di bagian bawah foto profil selain nama pengguna. Bio Instagram biasanya ditulis oleh pengguna yang mencerminkan citra atau karakter yang mereka inginkan untuk digunakan di media sosial. Selain itu, pengguna dapat membuat bio yang menarik. Akun Instagram @do.vespamatic memiliki bio yang berisi keterangan akun, kontak perusahaan, tautan akun, alamat web, dan link lokasi toko.

3.4 Pemanfaatan Highlights Instagram

Instagram Highlights adalah fitur yang memungkinkan suatu akun memberikan highlights (sorotan) untuk snapgram favoritnya pada profilnya selama lebih dari 24 jam dengan menambahkannya dari arsip. Misalnya, akun Instagram @do.vespamatic memiliki highlights yang berisi snapgram tentang testimoni kepuasan pelanggan, katalog produk, dan informasi cara pemesanan.

3.5 Penggunaan Hashtag dan Tag

Hashtag, juga disebut "tag", menggabungkan gambar dan video yang diunggah ke akun sosial media agar mudah ditemukan dengan memasukkan kata kunci dalam caption atau unggahan video. Tag juga digunakan untuk memudahkan penemuan akun Instagram aktif lain yang terkait dengan postingan. Pengikut akan lebih mudah menemukan informasi tambahan dengan menggunakan hashtag dalam feed postingan akun Instagram @do.vespamatic. Jika ada pengikut yang menyewa kostum di @do.vespamatic, tag akan digunakan untuk mengutip akun tersebut.



Gambar 1. Tampilan Bio Instagram @do.vespamatic



Gambar 2. Tampilan Highlight Instagram @do.vespamatic



Gambar 3. Tampilan Hastag pada Instagram @do.vespamatic

☎ Info Pemesanan : 082332552309
📷 Instagram : @do.vespamatic
📘 Facebook : Achmad Baidhowi (edo)

#vespa #vesmet #vespamaticindonesia #vespainsonesia
#vespamatic #classic #vespasurabaya #vespasudoarjo

9 Juli



do.vespamatic



Gambar 4. Tampilan Isi Feed pada Instagram @do.vespamatic

4. KESIMPULAN

Terakhir, akun Instagram @do.vespamatic berhasil menarik pengikut dengan berbagai cara. @do.vespamatic membangun kehadiran platform yang kuat dengan berkonsentrasi pada konten kreatif dan menarik, memastikan frekuensi dan konsistensi postingan, dan memanfaatkan profil, sorotan, hashtag, dan tag yang membangun. Upaya tersebut menunjukkan peningkatan keterlibatan pengikut dan tanggapan positif, meningkatkan minat dan penjualan produk Vespa Matic yang dipromosikan. Secara keseluruhan, @do.vespamatic telah menjadi akun Instagram yang menarik dan berpengaruh dalam komunitas penggemar Vespa Matic berkat penerapan strategi pemasaran Instagram

Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk menjelaskan optimalisasi Instagram untuk pemasaran Vespa. Fokusnya adalah analisis interaksi akun, konten iklan, dan penggunaan data. Data ini dikumpulkan melalui wawancara dan menekankan penggunaan strategis media sosial untuk meningkatkan kehadiran online Vespa. Tema utamanya adalah manajer akun Instagram Vespa yang aktif, yang menekankan pentingnya konten visual yang menarik dan kerja sama dengan influencer. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa iklan di Instagram meningkatkan penjualan dan kesadaran merek Vespa, menjadikan Instagram sebagai platform yang efektif untuk menjangkau pelanggan potensial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pembimbing, rekan-rekan, dan semua orang yang telah mendukung, membantu, dan berkontribusi pada penelitian ini. Saya mengucapkan terimakasih kepada semua penulis atas semua kontribusi dan bantuan yang telah diberikan. Kami berharap penelitian ini akan membantu pengembangan ilmu pengetahuan.

REFERENCES

- Jayanti, N. K. N., Sutriani, I. A. N., Sudarman, I. M., & Chandra, E. (2024). OPTIMALISASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI PADA DEVI PROFESIONAL MAKE UP. *Guna Sewaka*, 3(1), 27-35.
- Natasha Zhonetha, N. (2024). OPTIMALISASI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI OLEH-OLEH RENDANG KHAS SUMATRA BARAT PADA AKUN@rendanggadiah.official (Doctoral dissertation, Universty Islam Negeri Sunan Syarif Kasum Riau).
- WARDANI, A. A. (2024). Optimalisasi Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi untuk Menarik Minat Beli (Studi pada Akun Instagram@BOBUCA.ID Tahun 2024)-Dalam bentuk buku karya ilmiah.
- Donoriyanto, D. S., Indiyanto, R., AR, N. J., & Syamsiah, Y. A. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di Kota X. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 42-50.
- Falah, M. I. I., & Setiawan, A. C. Optimalisasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Di Masa Pandemi Covid-19.

- Putri, I. D., Hasbiyah, D., & Kusumadinata, A. A. (2024). Optimalisasi Media Sosial Instagram untuk Meningkatkan Kinerja Layanan Pelanggan Perumda Air Minum Tirta Kahuripan Kabupaten Bogor. *Karimah Tauhid*, 3(3), 3950-3955.
- Novesal, A. D. (2020). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pemasaran Digital Produk Umroh Pada PT. Jejak Imani Berkah Bersama Pamulang Tahun 2019 (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Denada, N., Isyanto, P., & Sumarni, N. (2023). Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Promosi Di Oculus Photo Studio Cabang Galuh Mas Kawarang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 10070-10085.