



## **Pengunaan media Pemasaran Berbasis Instagram di Kalangan Wirausawan Muda Gorontalo**

Moh Dwi Anjas Karepesina, Zulkifli Lie, Abdul Rahmat

Jurusan Pendidikan Masyarakat Fakultas Ilmu Pendidikan  
Universitas Negeri Gorontalo

[Moh\\_s1pls@mahasiswa.ung.ac.id](mailto:Moh_s1pls@mahasiswa.ung.ac.id)

[zulkifli\\_s1pls@mahasiswa.ung.ac.id](mailto:zulkifli_s1pls@mahasiswa.ung.ac.id)

[abdul.rahmat@ung.ac.id](mailto:abdul.rahmat@ung.ac.id)

Received: 23 February 2023; Revised: 12 March 2023; Accepted: 22 May 2023

DOI: <http://dx.doi.org/10.37905/dikmas.3.2.449-454.2023>

### **Abstrak**

*era zaman sekarang ini social media banyak digunakan oleh sebagian para kaum muda yang sedang berkecimpung dalam dunia kewirausahaan guna digunakan media sebagai pemasaran jualan mereka. adapun tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kemanfaatan penggunaan media pemasaran online berupa aplikasi instagram oleh para wirausaha muda di daerah gorontalo. Pendekatan penelitian ini yakni secara kualitatif deskriptif dengan pengumpulan datannya melalui observasi, wawancara, serta kajian terhadap literature-literatur pustaka online yang dapat dipercaya. Fenomena penggunaan social media yang digunakan sebagai media pemasaran ini didapati juga di lingkungan para anak muda wirausawan gorontalo yang memanfaatkan inovasi teknologi informasi tersebut yang terbukti berdampak dalam peningkatan hasil jualan usaha mereka.*

**Kata Kunci: Sosial Media, Kewirausahaan, Pemasaran**

### **Pendahuluan**

Perkembangan Teknologi dari zaman ke zaman sangat berkembang pesat,. Seperti halnya kehadiran dari teknologi sosial media yang biasanya disebut juga sebagai media berbasis web yang dimana dikemukakan oleh Kaplan, andreas & hanlein (dalam Hazrah, 2022) merupakan media yang mengakses setiap pengguna atau individu yang tertarik ikut mengambil kesempatan perihal berkontribusi serta juga memberi masukan secara lugas, menyertakan komentar, dan saling berbagai data kegiatan pengguna tanpa dihalangi batas antar ruang dan waktu. Melalui penjelasan tersebut maka demikian dapat diketahui bahwa Teknologi sosmed ini pada dasarnya digunakan untuk memudahkan komunikasi antara satu sama bagi para penggunaannya.

Menurut Riset Student's Columns yang menerangkan bahwa kaum muda atau juga biasa disebut sebagai kaum generasi milenial adalah generasi yang memiliki kemajuan akan pemikiran yang lebih inovatif, kreatif, kritis, dan peka terhadap pergeseran antar perubahan zaman (Hasimu L., & Irmawan :2022). Melalui penjelasan tersebut maka dapat dimaknakan bahwa kaum milineal adalah kaum yang memiliki kemampuan adaptasi yang baik dengan perkembangan teknologi sehingga menguntungkan mereka dalam mengoperasikan teknologi informasi maupun komunikasi seperti halnya penggunaan dari sosmed yang kini sedang top pada era ini.

Platfrom Sosial media tak hanya sekedar dijadikan wadah untuk saling berkomunikasi antara para pengguna malah pada era digitalisasi sekarang ini, sosmed telah merambat juga menjadi suatu trend dalam perihal kebutuhan pemasaran yang diperuntungkan bagi para pelaku usaha sebab melihat potensi bisnis yang tersirat didalamnya. (Winarti, 2021). Adapun beberapa layanan platform

aplikasi sosial media yang sedang booming saat ini yang dipergunakan sebagai media pemasaran antara lain seperti tiktok, facebook, serta instagram.

sebagian besar para wirausahaan dahulu sangat minim dalam menggunakan teknologi sosial media untuk keperluan promosi produk yang mereka diperdagangkan sehingga hal ini menyebabkan produk setiap para wirausahaan hanya berputar-putar di daerah lingkungan sekitar mereka. Nurussofiah, Karimah, & Hidayah (2022) menerangkan bahwa penggunaan dari teknologi platform media online mulai marak terasa dipergunakan dimulai ketika selepas dari masa pandemic covid 19 melanda, sebab pada masa tersebut sedang terjadinya ketidakstabilan perekonomian dunia dengan demikian Hal tersebut juga berimbas juga pada para wirausahaan yang sedang menjalankan usahanya.

dampak negatif yang diberikan oleh masa pandemi itu menimbulkan peluang bagi para kalangan wirausaha muda yang peka dengan perkembangan dunia teknologi informasi dan komunikasi menemukan solusi dengan memanfaatkan sebuah teknologi aplikasi via online untuk dijadikan media perluasan pemasaran produk yang dapat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan penghasilan usaha mereka pada waktu itu. Sehingga demikian dengan hal itu juga membuat para wirausahaan muda menjadi pelopor awalnya penggunaan teknologi informasi media online untuk dijadikan sarana akses promosi produk yang diperjualbelikan.

Instagram adalah salah satu aplikasi online yang saat ini sedang viral di tengah-tengah lapisan kehidupan masyarakat. Nugroho & Azzahra, (2022:139) menerangkan instagram memiliki daya tarik yang tinggi sebab adanya berbagai fitur yang menjanjikan sehingga membuat banyak masyarakat yang terdorong untuk mengunakannya dengan hal tersebut juga member dampak rating aplikasi tersebut menjadi meningkat. instagram ini juga merupakan salah satu dari kebanyakan aplikasi sosial media yang sedang booming di masa ini yang banyak digunakan oleh para wirausahaan muda untuk keperluan promosi produk jualan mereka. kegiatan promosi di dalam aplikasi cukup dengan mengunggah produk yang diperjualbelikan dengan menggunakan fitur layanan berbagi foto dan video yang tersedia didalamnya.

Melalui berbagai penjelasan diatas maka tujuan dari adanya penelitian ini tidak lain adalah untuk menggali pemanfaatan penggunaan dari teknologi informasi dan komunikasi yakni salah satunya aplikasi via instagram yang dijadikan sebagai media mempromosikan produk para pelaku usaha khususnya para wirausahaan muda yang ada di daerah gorontalo. diharapkan melalui penelitian yang dilakukan ini dapat menjadi manfaat dalam perihal memberi kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, referensi acuan bagi peneliti selanjutnya dan serta mampu memberikan wawasan pengetahuan bagi para pembaca mengenai penggunaan aplikasi instagram yang dijadikan sebagai mediator pemasaran suatu produk.

### **Metode Pelaksanaan**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Walidin, Saifullah & Tabrani (dalam Adlini, Miz Nina, et al, 2022:975) Penelitian kualitatif merupakan suatu metode terapan penelitian yang akan membantu seorang peneliti dalam menjelaskan fenomena-fenomena yang terjadi melalui ilustrasi gambaran yang sangat amat kompleks serta menyeluruh yang disajikan melalui kata-kata, laporan rinci dari seorang informan serta juga dari sumber pengamatan langsung objek yang terjadi secara ilmiah. penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif akan menguraikan hasil data penelitian dengan menggunakan instrumen pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode ini diharapkan dapat menghasilkan sebuah uraian data yang amat mendalam yang didapatkan baik dari ucapan ataupun tingkah laku serta lingkungan sekitar yang diamati dari individu narasumber tersebut sehingga dapat mendeskripsikan mengenai penggunaan social media instagram dalam wadah media promosi para wirausaha muda gorontalo



## Hasil dan Pembahasan

### Hasil

Instagram merupakan salah satu platform aplikasi online yang sekarang banyak diminati oleh para wirausahawan muda untuk digunakan sebagai media pemasaran produk jualan mereka di lingkup pasaran masyarakat. Instagram memiliki potensi meningkatkan penjualan suatu produk para wirausaha sebab melihat media yang bersifat online sehingga memudahkan peluang memperluas pasaran produk karena aktivitasnya yang berjalan secara di dalam dunia maya. Dalam penelitian ini dilakukan pengumpulan data melalui wawancara dengan mengambil 3 subjek narasumber yang merupakan seorang wirausaha muda, adapun pertanyaan yang akan diajukan terhadap narasumber tersebut ialah bagaimana penggunaan dari instagram sebagai media promosi dalam menarik perhatian konsumen ke produk ?

Adapun tanggapan jawaban diberikan dari informan pertama sebagai berikut:

“ yang mengatakan ketika ketika Mempromosikan di dalam aplikasi sosmed instagram saya memposting produk dagangan makanan pancong , saya akan menggunakan editan animasi foto ataupun video yang diedit menggunakan cacpcut agar menarik dengan menyertakan keterangan-keterangan produk jualan makanan pancongnya juga disertakan dicantumkan No HP saya hal ini dilakukan untuk menarik khlayak konsumen serta memudahkan konsumen agar dapat berkomunikasi dengan saya mengenai produk yang diperjualbelikan ini”.(ww.R,K<sub>1</sub>.14.03.2023)

Informan Kedua pun juga sependapat dengan mengatakan bahwa:

” Dengan memposting usaha aneka makanan kucing di aplikasi instagram saya dengan menambahkan sedikit sentuhan postingan promosi yang menarik serta menjelaskan pesifikasi lengkap terkait varian makanan kucing apa saja disediakan oleh took saya dengan hal tersebut berdampak dalam memudahkan pelanggan dalam menentukan pilihannya“. (ww. M,I<sub>2</sub>.14.03.2023)

Sementara itu informan ketiga juga menyampaikan bahwa:

“ketika mengunggah promosi saya baik melalui foto ataupun video pendek dagangan kue saya melalui instagram saya akan menerangkan penjelasan harga, kondisi, dan varian bentuk dan akan mengemas pesan-pesan tersebut dalam bentuk promosi yang unik dengan demikian seketika itu mulai banyak para konsumen yang tertarik ingin membeli jualan”.(ww.I,K<sub>3</sub>. 14.-03.2023)

Melalui penjelasan tanggapan jawaban setiap informan diatas yang searah maka dapat dijelaskan bahwa sangat berperannya kreativitas seorang pelaku usaha dalam mempromosikan dagangan produk melalui teknologi sosmed seperti instagram karena akan berdampak terhadap peningkatan daya tarik para pembeli atau konsumen yang nantinya akan akan berpengaruh juga dengan luasan pasaran dari para wirausahaan muda tersebut

### Pembahasan

Para kaum muda dimasa sekarang ini diuntungkan dengan terjaminnya potensi yang sangat amat besar yang didukung dalam kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Melihat keuntungan potensi yang didapati, maka para kaum muda dapat memanfaatkan hal tersebut untuk sesuatu yang berdampak positif baginnya seperti melakukan sebuah aktivitas kegiatan berbaur dengan sesuatu berupa kewirausahaan yang dapat dikombinasikan dengan penerapan teknologi media digital.

Wirausaha merupakan sebutan seseorang yang melakukan kegiatan kewirausahaan atau sebuah usahannya secara sendiri dengan berlandaskan kepada kemampuan yang ada pada dirinya.(Hidayat & Nawawi,2022). Menurut koranti (Hidayat & Nawawi,2022,; 63) wirausaha ialah orang yang melihat suatu peluang sebagai sumber memperoleh penghasilan guna meningkatkan taraf ekonomi

hidupnya. Dalam menjalankan bisnisnya wirausahaan harus mesti memiliki bakat (keterampilan) untuk modal menunjang keberhasilan usaha miliknya (Adinda,2022). Bakat atau keterampilan ini salah satu ialah dimana seorang wirausahaan itu memiliki kemampuan dalam mempromosikan produk usaha barang/jasa milik mereka.

Promosi adalah media kegiatan yang dilakukan pembisnis atau wirausahaan dalam mengenalkan produk miliknya kepada para calon-calon dari target konsumen. Di zaman saat ini perubahan perilaku manusia sering banyak terjadi, begitupun juga perubahan dalam kemarketingan atau pemasaran yang dimana saat ini telah berinovasi ke arah penggunaan dengan memadukan aktivitas tersebut dengan penggunaan sosial media (Hadi Dkk,2021). Instagram merupakan salah satu sosial media online yang digunakan untuk mempromosikan sebuah produk usaha ini.instagram biasanya mayoritas dipergunakan oleh para wirausahaan muda sebab kepekaan mereka serta lebih berpengetahuannya mereka mengenai fitur-fitur di dalam instagram yang dipakai untuk kebutuhan promosi produk.

Melalui hasil dalam penelitian ini terlihat jelas bagaimana para wirausahaan yang objeknya para kalangan muda- muda gorontalo ini menggunakan kreativitas mereka masing dalam mempromosikan kepada para calon-calon konsumen mengenai representasi dari produk mereka. wirausahaan muda di gorontalo ini dimana tanpa mereka sadari bahwa pemuda-pemuda tersebut telah sedang menerapkan teori komunikasi promosi yang bernama AIDA(*Attention,Interest,Desire,Action*). Zuliyant menerangkan bahwa AIDA merupakan teori praktik promosi yang dimana diawali oleh wirausahaan membuat suatu hal yang menarik guna mendapatkan perhatian terhadap produk, setelah itu mulai muncullah perasaan bangkitnya minat dan keinginan konsumen terhadap produk, sehingga pada akhirnya para konsumen menjadi terdorong untuk mengambil tindakan berupa pembelian terhadap produk usaha.(Chandra & Sari, 2022).

## Simpulan

Dari hasil kegiatan penelitian yang dilakukan ini, diperoleh kesimpulan bahwa betapa pentingnya penggunaan dari teknologi via infomasi berupa aplikasi social media model Instagram untuk dimanfaatkan sebab dirinnya yang juga merupakan salah satu media jejaring social terbesar dan banyak dipakai masyarakat generasi muda dunia dengan Kepopuleran dari adanya aplikasi jejaring online instagram ini menjadi daya tarik yang amat luar biasa bagi para generasi wirausahaan muda diluar sana untuk dimanfaatkan dalam merintis dan membesarkan induk usaha mereka yang diperuntungkan dalam kebutuhan pemasaran sehingga dapat menambah ataupun memperluas cakupan pasaran produk diluar sana sebab banyak user dari penggunaannya.

## Daftar Pustaka

- Adinda, A. P. (2022). Arti Penting Kewirausahaan dalam meningkatkan Kreativitas Bisnis. *Jurnal Informasi Keagamaan, Manajemen, dan Strategi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam (IKamaS)*, 2(2), 191-197.
- Adlini, M. N., Donda, A. H. Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022).Metode Peneltian Kualitatif Studi pustaka. *EDUMASPUL:Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974-980.
- Ambarwati,A.,&Sobari,I.S.(2020).Membangun jiwa kewirausahaan di Era Milenial Bagi Mahasiswa Institut Stiami Kampus Tangerang Selatan.*Jurnal Komunitas:Jurnal Pengabdian Masyarakat*,2(2), 140-144.
- Chandra, S. V., & Sari, W.P. (2022). Analisis Komunikasi Pemasaran dalam pengembangan Brand Melalui Perspektif Teori AIDA( Studi Kasus Hotel Harper Cikarang). *Kiwari*,1(2), 370-376
- Hadi, S.Z., & Kusdibyoy, L. (2021).Persepsi Konsumen Millennial Terhadap Pemasaran Fashion Digital. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol.12,pp. 997-10002)



- Hazrah,Siti.(2022).Penggunaan Media Sosial Facebook Sebagai Media Pemasaran Produk.*MABIS:Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(1).
- Hidayat, T., & Nawawi, Z. M. (2022). Strategi Menumbuhkan Jiwa Kreatif dan Inovatif dalam Kewirausahaan. *Action Research Literate (ARL)*, 6 (1), 62-69.
- Nugroho, T. A., & Azzahra, F. C. (2022). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi *Social Commerce* usaha bro. Do. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 136-149.
- Nurussofiah,F.F., Karimah, U., Khodijah, S.,& Hidayah, U. (2022). Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Di Era Globalisasi. *Development:Journal of Community Engagement*, 1(2), 127-143.
- Winarti,.C.(2021). Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19.*Universitas Negeri Tanjungpura*, 195-206.