

# Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan *Social Engagement* pada Koin Design Yogyakarta

I Angelica, A R Gunawan, S N Hayati, A G Yulianto, A K Sunu, M A Gunawan, G L Pritalia

Program Studi Sistem Informasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Email: [211711162@students.uajy.ac.id](mailto:211711162@students.uajy.ac.id)

*Received 21 Mei 2023; Revised 05 Juni 2023; Accepted for Publication 05 Juni 2023; Published 08 Juni 2023*

**Abstract** — In recent times, the development of technology increasing rapidly, especially in social media. One of many social media platforms that have been used commonly and also most of it is used for the promotion of many businesses owner, from small to large companies. One of the businesses that use Instagram is "Koin Design Yogyakarta". However, the business process of Koin Design Yogyakarta at Instagram promotion is not optimal yet, from the design and consistency. This happened due to a lack of human resources. The solution of this problem is by holding training for the use of social media at Koin Design Yogyakarta. The training consists of 2 sessions, the first session is an application of theory and the second session is mentoring. As a result of the training implementation Koin Design Yogyakarta posted three posts on Instagram feeds. Data Insight result at Instagram accounts Koin Design Yogyakarta takes improvement after a training session, seen from Reached Account and Active account interaction.

**Keywords** — design, social media, promotion, Instagram, social engagement

**Abstrak**— Dalam beberapa kurun waktu belakangan ini, perkembangan teknologi berkembang dengan sangat cepat, terlebih untuk media sosial. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan sampai saat ini adalah Instagram dan sebagian besar digunakan sebagai media promosi dari banyak pemilik usaha bisnis, baik dari perusahaan besar maupun kecil. Salah satu usaha yang menggunakan Instagram adalah Koin Design Yogyakarta. Namun, bisnis Koin Design Yogyakarta ini masih belum optimal dalam pengelolaan media sosialnya, baik dari segi desain dan konsistensi. Hal ini disebabkan oleh kemampuan SDM pada bagian desain dan editing untuk keperluan media sosial yang masih kurang. Solusi untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan melakukan pelatihan dalam penggunaan media sosial untuk promosi dan penyediaan awal foto katalog, desain dan editing untuk media sosial Koin Design Yogyakarta. Pelatihan dilaksanakan sebanyak dua sesi yaitu sesi pertama untuk pelatihan pengaplikasian dan sesi dua untuk pendampingan. Dari pelaksanaan pelatihan pada Koin Design Yogyakarta mempublikasikan tiga unggahan pada *feeds* Instagram. Hasil data *Insights* Instagram Koin Design Yogyakarta terlihat ada kenaikan setelah diadakan pelatihan dari akun yang dicapai dan akun yang aktif dalam berinteraksi.

**Kata Kunci**— desain, media sosial, promosi, Instagram, social engagement

## I. PENDAHULUAN

Dalam beberapa kurun waktu terakhir ini, perkembangan teknologi berkembang dengan sangat cepat. Hal ini pula yang

membuat kebutuhan manusia era kini akan teknologi sangat tinggi. Salah satu kebutuhan teknologi yang tinggi saat ini adalah internet. Dengan adanya internet ini, sangat mengubah cara hidup manusia dari berbagai macam hal, salah satunya adalah promosi. Promosi pada era saat ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan internet melalui media sosial. Media sosial mampu menghilangkan adanya batasan antar manusia dalam bersosialisasi dalam ruang dan waktu, di mana kehadiran dari media sosial ini mempermudah manusia dalam berkomunikasi satu sama lain dalam tempat dimanapun dan waktu kapanpun [1]. Sehingga, media sosial telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Hal ini telah terbukti dengan banyak bertambahnya jumlah pengguna internet dan media sosial di Indonesia. Berdasarkan lansiran dari We Are Social, jumlah penduduk Indonesia yang menggunakan media sosial adalah 212,9 juta pengguna di mana mengalami kenaikan 5,2% atau 10 juta dari 2022 dan total jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 89,15 juta [2].

Instagram adalah salah satu media sosial yang memiliki fitur berbagi foto dan video. Instagram merupakan salah satu media sosial terbesar karena memiliki banyak pengguna dan berperan besar dalam media promosi yang dibuktikan banyak perusahaan besar dan UMKM menggunakannya. Berdasarkan data dari Sprout Social Index, Instagram merupakan media sosial tiga terbesar dengan jumlah 49% kustomer dan 59% pemasar memutuskan untuk menggunakan dalam kurun waktu 12 bulan kedepan [3]. Sebanyak 70% pembeli melihat produk-produk baru yang akan mereka beli melalui Instagram yang diyakini oleh DataReportal di mana melakukan studi bahwa sebesar 62.3% pengguna Instagram melakukan pencarian merek dagang dan produk yang menjadi aktivitas paling populer kedua. Sehingga, hal ini menunjukkan bahwa suatu usaha akan mempunyai peluang yang baik untuk mendapatkan banyak pengikut yang tertarik dengan produk atau layanan suatu bisnis usaha [4]. Platform media sosial Instagram sendiri memiliki keterlibatan pengguna 15 kali lebih tinggi dari facebook dan 25 kali lebih tinggi dari twitter, dan masyarakat Indonesia sendiri bisa mengakses Instagram 5 hingga 10 kali atau lebih dalam sehari, hal tersebut membuat Instagram memiliki peluang yang efektif untuk memasarkan produk bisnis [5].

Pada proses bisnisnya, Koin Design Yogyakarta menjadi pihak agen atau perantara untuk pembeli dalam mencari barang produksi hingga didistribusikan. Secara garis besar Koin Design merupakan bisnis ekspor produk, Kegiatan ekspor adalah kegiatan menjual barang/jasa dari daerah pabean sesuai peraturandan perundang-undangan yang berlaku [6]. Dalam berjalannya kegiatan proses bisnis Koin

Design Yogyakarta, media sosial berperan penting dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Pemanfaatan media sosial

sendiri bisa dipergunakan untuk memberikan informasi atau penawaran, memperluas jangkauan pasar, serta sarana promosi [7]. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dalam proses bisnis bisa mendapatkan social engagement pada media sosial Instagram Koin Design Yogyakarta, seperti meningkatnya jumlah *follower*, *like*, dan komentar yang dapat meningkatkan proses bisnis Koin Design Yogyakarta. *Social engagement* adalah suatu peran yang diambil oleh individu, Dalam proses bisnis ini social engagement merupakan pengembangan hubungan dengan pengguna media sosial untuk menjadi bagian dari kostumer Koin Design Yogyakarta [8].

Adanya penggunaan media sosial dalam proses penjualan dan promosi banyak memberikan manfaat. Manfaat yang didapat dengan menggunakan media sosial adalah membantu mengenalkan produk dan jasa dari suatu bisnis, adanya interaksi komunikasi dengan beberapa pihak yaitu konsumen dan distributor, meningkatkan citra perusahaan dan merk produk, mengurangi biaya promosi dan menjadi media penjualan daring [9]. Selain itu, dengan adanya penggunaan media sosial juga dapat melakukan survei terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Maka dari itu, banyak perusahaan yang memfokuskan sebagian dari pelaksanaan proses bisnisnya dalam meningkatkan desain pada media sosial mereka. Sebanyak 34% perusahaan yang telah melakukan banyak pengeluaran untuk dialokasikan secara spesifik desain konten visual dan 28% menggunakan biaya untuk peralatan dan perangkat lunak [10]. Sehingga, hal ini perlu diterapkan baik untuk perusahaan besar maupun kecil. Koin Design Yogyakarta yang masih tergolong dalam usaha kecil ini masih berusaha dalam melakukan promosi usahanya melalui media sosial Instagram dengan tujuan agar dapat memperluas jaring penjualan dan meningkatkan *social engagement*-nya. Hal yang dapat dilakukan untuk dapat meningkatkan *social engagement* milik akun Koin Design Yogyakarta ini diharapkan mampu menambah jumlah *follower*, *like*, dan komentar pada Instagram Koin Design Yogyakarta.

## II. METODE PENGABDIAN

Target kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah bisnis Koin Design Yogyakarta. Kegiatan ini dilaksanakan dengan mengadakan dua pelatihan yaitu pelatihan teori dan pelatihan praktik. Pelatihan teori akan dilakukan melalui tatap muka dengan materi teori desain dan editing. Kemudian, untuk pelatihan praktik dilakukan secara *offline* pula di Koin Design Yogyakarta dengan melakukan pembuatan highlight dan unggahan untuk media sosial Instagram Koin Design Yogyakarta. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini yaitu pelatihan kepada Koin Design Yogyakarta yang tertera dalam Tabel 1.

Tabel 1.0 Metodologi Kegiatan

No.	Kegiatan	Luaran
1.	<b>Tahap Persiapan</b> Tahap Observasi	Pengetahuan mengenai situasi Koin Design Yogyakarta  Materi yang akan disampaikan pada saat sesi pelatihan secara teori
2.	Pembuatan Materi	
3.	<b>Tahap Pelaksanaan</b> Pelaksanaan Pelatihan Teori Desain, Promosi, dan <i>Social Engagement</i>	Pengetahuan tentang teori Desain, Promosi, dan <i>Social Engagement</i>  Pengetahuan tentang pelatihan pengaplikasian teori dan hasil pengaplikasian  Konten Instagram Koin Design Yogyakarta (story, <i>highlight</i> dan <i>feeds</i> )
4.	Pelaksanaan Pelatihan Pengaplikasian Teori	
5.	Pelaksanaan Pendampingan	
6.	<b>Tahap Pelaporan</b> Penyusunan Laporan Akhir	Laporan Akhir PPM
7.	Membuat Artikel Untuk Publikasi	Artikel Jurnal

Kegiatan pelatihan yang diadakan dengan dua metode yaitu pelatihan teori desain, promosi, dan *social engagement*, serta pelatihan pengaplikasian teori.

### 1. Pelatihan Teori Desain, Promosi, dan *Social Engagement*

Saat ini kebutuhan akan desain grafis sangatlah tinggi, sehingga sudah menjadi bagian dari aspek penting dalam mendukung berjalannya kegiatan bisnis di era revolusi industri 4.0. Salah satu hal yang bisa ditemukan pada kehidupan sehari-hari terkait dengan desain grafis sendiri yaitu pada media sosial. Desain grafis sendiri merupakan sebuah bagian bidang yang bergerak dalam desain komunikasi

visual dan berfokus pada pengolahan grafis yang berperan sebagai bentuk pemberi pesan kepada penerima informasi [9]. Maka dari itu, media sosial berkaitan erat dengan desain grafis sebab dapat menambah nilai daya tarik dan promosi pada perusahaan. Berdasarkan studi dari Forrester Consulting, sebanyak 82% bisnis mengatakan desain grafis merupakan bagian yang bernilai dan membantu dalam penyuksesan sebuah usaha di pasar era ini [10].

Metode pelatihan teori desain, promosi, dan *social engagement* untuk Koin Design Yogyakarta dilaksanakan dalam satu hari. Pelatihan ini akan membahas tentang teori desain, promosi, editing, dan *social engagement* Instagram. Untuk materi desain sendiri akan meliputi cara membuat desain unggahan Instagram seperti ukuran, permainan warna, jenis tulisan, elemen, cara foto katalog produk, dan proporsi dengan menggunakan aplikasi editing yang umum. Lalu, materi promosi akan membahas konten promosi yang baik pada media sosial dan penggunaan fitur dalam Instagram. Kemudian, untuk teori dari *social engagement* sendiri akan membahas pengertian dan cara meningkatkannya.

### 2. Pelatihan Pengaplikasian Teori

Metode pelatihan pengaplikasian teori adalah sebuah metode yang ditujukan untuk dapat mengaplikasikan secara langsung teori-teori yang telah didapat, sehingga proses dapat berjalan seperti yang seharusnya dan dapat mengevaluasi apa saja yang masih kurang ataupun terkendala dalam melaksanakannya. Teori desain dan promosi yang diberikan untuk meningkatkan *social engagement* dari akun Instagram Koin Design Yogyakarta akan langsung diaplikasikan dalam satu hari pada tanggal 10 April 2023 dengan membuat unggahan pada highlight dan *feeds* Instagram, dengan diawali dengan pengambilan konten bersama dalam mempersiapkan konten yang akan diedit dan didesain kemudian diunggah ke akun Instagram Koin Design Yogyakarta.

### 3. Pendampingan

Metode pendampingan dilaksanakan secara luring di tempat usaha Koin Design Yogyakarta. Pendampingan untuk pengabdian ini dilakukan sebanyak satu kali pada tanggal 10 April 2023. Pendampingan dilakukan dengan membagi foto kepada target pelatihan dan dilakukan sesi pembahasan dengan tujuan meningkatkan kemampuan target pelatihan. Dari sesi pembahasan ini, target pelatihan dapat menanyakan tentang kendala dalam membuat unggahan pada akun media sosial Instagram Koin Design Yogyakarta.

### 4. Evaluasi

Pada tahap akhir setelah dilaksanakannya pendampingan, akan dilakukan sesi evaluasi bersama yang membahas proses dan hasil dari seluruh kegiatan pelatihan pemberian dan pengaplikasian teori dalam meningkatkan *social engagement* Instagram pada Koin Design Yogyakarta.

Tabel 2.0 Timeline Pengabdian Koin Design.

Tahapan	Waktu yang Diperlukan	Kegiatan yang Dilakukan
Persiapan dan		- Identifikasi masalah atau kebutuhan masyarakat yang ingin dibantu
Perencanaan	1 minggu	- Membuat tujuan untuk proyek pengabdian Koin Design
Penelitian dan		- Melakukan penelitian tentang masalah atau kebutuhan Koin Design
Analisis	2 minggu	- Mengumpulkan data dan informasi melalui survei, wawancara, dll.
		- Analisis data yang diperoleh untuk memahami akar permasalahan dan faktor-faktor yang terlibat
Perancangan		- Membuat program pengabdian Koin Design yang spesifik dan sesuai dengan kebutuhan
Program	1 minggu	- Menentukan strategi dan metode yang akan digunakan
		- Menyiapkan materi dan sumber daya pendukung seperti modul pelatihan atau peralatan
Implementasi		- Memulai implementasi program pengabdian Koin Design
Program	4 minggu	- Melakukan pelatihan untuk memberikan manfaat kepada Koin Design
Evaluasi dan		- Melakukan evaluasi terhadap pengabdian yang sudah dilaksanakan
Pemantauan	1 minggu	
Penutupan dan		- Mengakhiri program pengabdian terhadap Koin Design
Pelaporan	1 minggu	- Membuat laporan akhir yang mencakup ringkasan program dan tujuan yang tercapai

### 3. Analisis Situasi

Koin Design Yogyakarta berdiri pada tahun 2020 yang berawal mula dari bisnis selai yang terbentuk pada tahun 2016. Namun dengan terjadinya pandemi Covid-19, pada 2019 baru mulai ditekuni dan dikembangkan. Sehingga, Koin Design Yogyakarta ini merupakan bagian baru dari bisnis selai. Koin Design Yogyakarta berlokasi di Jl. Kasongan No.223, Kajen, Bangunjiwo, Kec. Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55184. Pemilik dari Koin Design Yogyakarta adalah Marc Lexpert dengan struktur organisasi bisnis Nur Havifah Angraini Hutabarat sebagai co-owner, Pradita Varadhini sebagai staff, dan Elana Dela Alifagusta sebagai admin.

Secara garis besar, Koin Design Yogyakarta merupakan agen yang bergerak untuk mencari berbagai jenis produk untuk klien. Koin Design menjadi penghubung antara pelanggan dan produksi dan menjembatani distribusi yang mendapat ruang untuk ekspor. Target pasar dari Koin Design Yogyakarta ini merupakan penggemar pernak-pernik *handmade* (buatan tangan) di Indonesia, karena produk yang menjadi

bagian dari proses bisnis Koin Design Yogyakarta meliputi : *cushion and throw, craft, furniture, dan kitchen ware*. Koin Design Yogyakarta didirikan pada saat pandemi COVID-19 yang proses bisnisnya dilakukan sesuai dengan permintaan pembeli dari berbagai macam daerah, bahkan dapat melakukan ekspor ke luar negeri. Oleh karena itu, Koin Design Yogyakarta melakukan promosinya melalui platform Instagram. Namun, dalam kegiatan mengunggah konten pada Instagram Koin Design Yogyakarta ini masih kurang konsisten baik dari gaya foto maupun waktu pengunggahannya. Gaya foto yang berbeda-beda ini dikarenakan dari pemilik usaha masih belum menemukan fotografer yang pas untuk melakukan pemotretan katalog akan produknya. Kemudian, untuk permasalahan kurang konsisten dari segi waktu disebabkan oleh satu admin saja dan kurangnya pemahaman akan bagaimana cara meningkatkan *social engagement* pada Instagram.

Kami melihat dari unggahan di Instagram milik Koin Design Yogyakarta memiliki rata-rata *like* yang relatif sedikit yaitu di bawah 20 dari awal Januari sampai Maret 2023. Terhitung ada 54 unggahan dan 189 pengikut. Untuk komentar pada unggahan Instagram Koin Design Yogyakarta sendiri masih sedikit sekali berkisar 0-2 saja, namun dari komentar yang masih bersangkutan dengan kegiatan jual dan beli diberikan jawaban yang baik oleh admin. Unggahan yang kurang konsisten dari segi waktu ini terlihat dari waktu unggahan yang berjarak sekitar setengah sampai satu bulan.



Gambar 1. Situasi Koin Design Yogyakarta

Gambar 2. Produk Koin Design Yogyakarta



### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

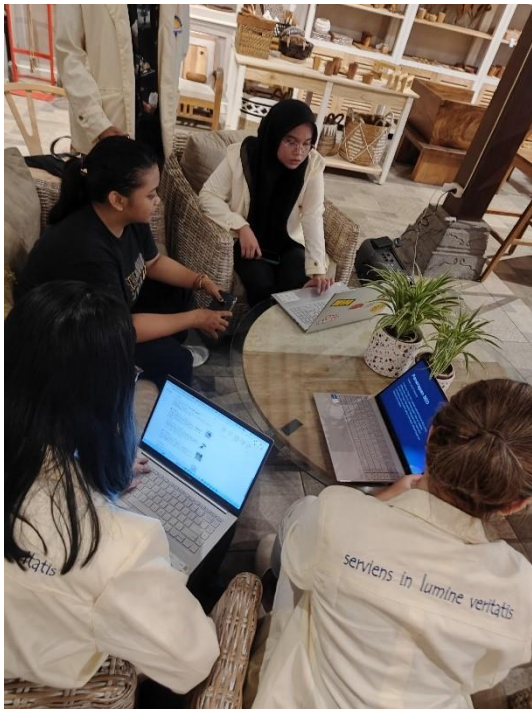
#### 1. Hasil

Pelatihan dilaksanakan sebanyak tiga sesi secara luring yang meliputi pelatihan teori mengenai desain, promosi, dan *social engagement*, pelatihan pengaplikasian teori, dan pendampingan.

#### 2. Pelatihan Teori Desain, Promosi, dan *Social Engagement*

Pelatihan untuk pemaparan teori dari desain, promosi, dan *social engagement* ini dilaksanakan pada hari Senin, 10 April 2023 pada pukul 15.00 WIB. Pada pukul 15.00 WIB dilakukan penjelasan secara singkat (*briefing*) dengan tim pengabdian mengenai pembagian dalam pemaparan materi serta memastikan kembali materi yang disampaikan pada saat presentasi. Lalu, presentasi dilaksanakan pada pukul 16.00 WIB dengan melakukan pembukaan terlebih dahulu dan mengemukakan garis besar pembahasan oleh pemateri dari tim pengabdian. Partisipan dari presentasi ini hanya perwakilan satu orang dari Koin Design Yogyakarta yaitu admin yang bernama Elana Dela Alifagusta. Sesi pemaparan materi dilakukan dengan membagi dua bagian yaitu bagian teori mengenai *social engagement*, promosi, dan cara membuat desain media sosial yang baik dan benar pada aplikasi Canva, di mana sesi ini disampaikan oleh tiga orang pemateri secara bergantian.





**Gambar 3. Pemaparan Materi Teori Desain, Promosi, Social Engagement, dan Cara Menggunakan Canva Yang Baik**

Pada bagian pemaparan materi yang pertama terdiri dari teori mengenai pengertian dari *social engagement* dan Search Engine Optimization. Lalu, diberikan penjelasan cara menaikkan *social engagement* dan Search Engine Optimization yang dapat dipraktikkan secara langsung oleh pihak Koin Design Yogyakarta. Kemudian, promosi yang baik beserta contoh dan evaluasi dari promosi pada akun Instagram yang sudah digunakan Koin Design Yogyakarta sebelumnya. Setelahnya, penjelasan tentang penggunaan Canva untuk mendesain berdasarkan ilmu dasar desain yang disesuaikan dengan pilihan tema yang ada. Dalam Koin Design Yogyakarta sendiri dipaparkan penggunaan tema secara elegan, sehingga dari tim pengabdian memberikan materi tentang pembuatan konten sesuai tema. Beberapa ilmu dasar desain yang dipaparkan oleh pemateri adalah tentang aplikasi yang dapat digunakan untuk mencari referensi ide, kombinasi warna, komposisi elemen, dan modifikasi. Selain itu, dari pemateri yang memaparkan materi mengenai desain media sosial ini, memberikan contoh Feeds Instagram berdasarkan referensi ide yang telah didapat dan memodifikasi komponen di dalamnya.

Setelah pemaparan materi pertama selesai, pelatihan dilanjutkan dengan sesi materi pada Gambar 3. Pemaparan Materi Strategi Media Sosial pada gambar tersebut pemateri membahas materi kedua dengan tema “Strategi Media Sosial”. Menjelaskan hal penting dalam pengoptimalan bagi pengguna Instagram sebagai media promosi, terhadap unggahan atau iklan yang dapat menarik perhatian serta menjangkau lebih banyak pengguna. Poin pertama yaitu penggunaan akun Instagram. Karena selain memberikan kesan yang lebih profesional, akun bisnis dapat

memudahkan calon konsumen untuk menghubungi kita dan kita dapat membalasnya dengan cepat melalui fitur quick reply. Selain itu juga memiliki fitur-fitur lain yang tidak ada di akun pribadi seperti, membuat Instagram *ads* (iklan resmi di aplikasi Instagram) dan fitur mengakses *Insights*. Pemateri juga menjelaskan ada berbagai macam konten di antaranya konten produk, edukasi, menghibur, konten hari raya, ‘behind the scene’, dan konten pelanggan (review). Terdapat juga berbagai Feed patern yang bisa dicoba agar halaman Feed kita terkesan tidak monoton. Kemudian pemateri juga menjelaskan pentingnya penggunaan IG *Story* dan pemilihan caption yang menarik dan detail. Dengan caption yang menarik dan detail dapat menaikkan engagement kita, karena dengan caption tersebut bisa membuat pengguna membaca unggahan dari produk kita. Serta penggunaan hashtag yang relevan dengan postingan dalam membantu untuk menaikkan engagement.

Terdapat beberapa masalah ketika akan diadakannya sesi, dari owner yang memiliki waktu sedikit karena kerjaannya, sehingga kita harus menyesuaikan kondisi. Beberapa karyawan yang menggantikan owner juga berkerja, sehingga harus menyesuaikan waktu untuk diminta waktunya. Akan tetapi masalah bisa diselesaikan dengan baik, lalu beralih ke sesi wawancara. Setelah sesi wawancara selesai, kami memberi hasil dari beberapa foto yang telah di ambil. Pada saat Mba Ella memilih 3 dari sekian jumlah foto yang akan digunakan dalam postingan yang akan diupload di instagram Koin Design.

Hasil katalog sesuai dengan yang diinginkan owner. Kami mengupload 3 gambar pilihan tersebut di postingan Instagram Koin Design, sedangkan katalog kami upload di feeds Instagram Koin Design.



**Gambar 10. Isi Katalog 1**



Gambar 11. Penampakan Toko Koin Design

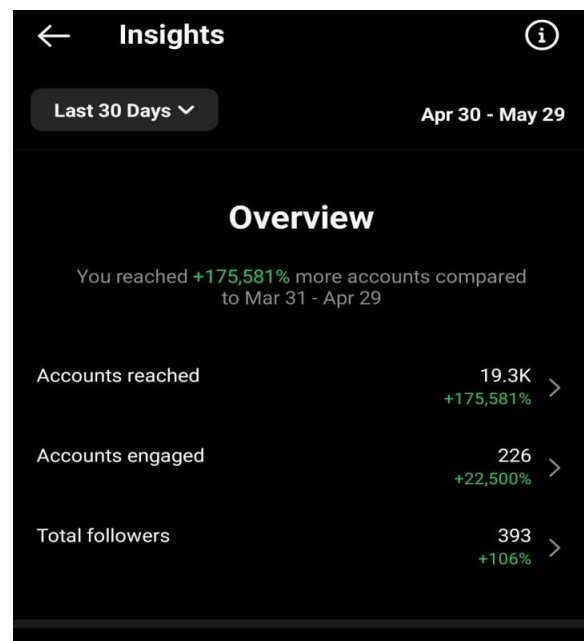


Gambar 12. Isi Katalog 2



Gambar 13. Isi Katalog 3

Membuat *caption* yang menarik juga dapat menaikkan engagement kita terhadap produk, karena dengan *caption* yang menarik dapat membuat pengguna berlama-lama di unggahan kita. Beberapa cara yang bisa kita coba untuk membuat *caption* kita lebih menarik yaitu membuat beberapa draft, menaruh poin-poin penting di awal, menyertakan CTA (*Call To Action*) dan pertanyaan kepada pengguna untuk menarik minat. Lalu, terakhir ada kerjasama dengan *influencer*. Kita bisa menjangkau pengguna yang lebih luas dengan bekerja sama dengan *influencer* melalui promosi dan marketing. Selama pengerjaan dan pemaparan materi dari awal pertemuan hingga pertemuan terakhir kami tidak mengalami kendala apapun. Setelah sesi pemberian materi selesai, dilanjutkan dengan sesi tanya jawab oleh peserta pelatihan. Pertanyaan pertama adalah bagaimana cara untuk mendapatkan Canva Pro yang kemudian dijawab oleh pemateri. Canva Pro bisa didapatkan dengan mudah platform jual beli produk digital yang memiliki banyak opsi pembayaran. Dan pertanyaan terakhir dari peserta adalah berapa banyak maksimal *hashtag* yang digunakan untuk unggahan IG Feed dengan jumlah ideal *hashtag* yang digunakan adalah lima sampai sepuluh tag. Karena jika terlalu banyak akan mengganggu algoritma Instagram tersebut.



Gambar 14. Insight

#### IV. KESIMPULAN

Berikan simpulan dari makalah yang dibuat. Kesimpulan Instagram adalah platform media sosial yang sangat populer yang memungkinkan pengguna untuk membagikan foto dan video serta berinteraksi dengan pengguna lainnya melalui fitur komentar, pesan langsung, dan tagar. Pemanfaatan dari Media Sosial Instagram sebagai platform yang sangat populer dikalangan pengguna media sosial yang menawarkan banyak fitur berguna bagi pengguna, seperti fitur *Stories*, *IGTV*, dan

fitur *Live*. Promosi peningkatan Engagement pada Koin Design yang memberikan manfaat meningkatnya kemampuan pada Koin Design pada editing IG dan IG Feeds sebagai media konten pada Instagram tersebut. Selain itu terdapat peningkatan terhadap hasil *insight*

Instagram yang signifikan terhadap akun yang berinteraksi. Selanjutnya pada perencanaan pengabdian kedepannya akan dilakukan dengan pelatihan editing video pada Koin Design agar bisa membuat konten Instagram yang lebih menarik lagi.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sudah memberikan bantuan serta Koin Design Yogyakarta yang telah bersedia menjadi target dari pelatihan pengabdian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] F.A. Nurohman, "Fenomena Influencer Instagram Dalam Membangun Konten Promosi Di Kota Bandung", FISIP UNPAS, 2020, in press.
- [2] A.T. Haryanto, "Jumlah Pengguna Internet RI Tembus 212,9 Juta di Awal 2023", Detik.com, Feb. 22, 2023. Retrieved from <https://inet.detik.com/telecommunication/d-6582738/jumlah-pengguna-internet-ri-tembus-2129-juta-di-awal-2023#:~:text=Jumlah%20pengguna%20internet%20Indonesia%20di,3%25%20pria%20pada%20Januari%202023>
- [3] J. Zote, "Instagram statistics you need to know for 2023", Sprout Social, Mar. 6, 2023, p. (accessed Mar. 30, 2023).
- [4] S. Rohadian, M.T. Amir, "Upaya membangun customer engagement melalui media sosial Instagram", Journal of Entrepreneurship, Management and Industry, vol. 2, no. 4, pp. 179-186, 2019.
- [5] K. Nurhakim, M. Satar, "Prosedur Pelaksanaan Kegiatan Ekspor barang", "Jurnal Industri Elektro Dan Penerbangan", vol. 5, no. 2, 2015.
- [6] S. Priambada, Manfaat penggunaan media sosial pada usaha kecil menengah (UKM) Swasta Priambada, SESINDO 2015.
- [7] A.S. Pramudita, T. Hilman, A.A. Annisawati, "Pengembangan Social Engagement Melalui Media Situs Jejaring Untuk Our Dream Indonesia: Pengembangan Social Engagement Melalui Media Situs Jejaring Untuk Our Dream Indonesia," Competitive 14 (1), pp. 41-44, 2019
- [8] Achmad, Z. A. Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul Kabupaten Gresik. 10, 19. <https://doi.org/https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31> (2020)
- [9] N. Khoja, "16 Visual Content Marketing Statistics to Know for 2022 [Infographic]." <https://venngage.com/blog/visual-content-marketing-statistics/>, Sep 26, 2022 (accessed Mar. 30, 2023).
- [10] D.T. Kumoro, U. Hasanah, V.Y.P. Ardhana, "Pelatihan Desain Grafis Bagi Santri Pondok Pesantren Pabelan," Bakti Sekawan : Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol. 1, No. 1, Juni 2021, pp. 13.
- [11] A commissioned study conducted by Forrester Consulting on behalf of Adobe, May 2014.

[12] Y. T. Kurnianto, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Pemasaran Minimuman di Banjarbaru," Ilmu Komun., p. 8, 2020.

[13] D. Sari Endah Nursyamsi, N. Siregar, and N. Nurahlina, "Strategi Komunikasi Pemasaran Toska Fashion Dalam Meningkatkan Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram," Univ. Persada Indones. Y.A.I), vol. 2022, no. 2, p. 140, 2022.

[14] M. Veranita, R. Susilowati, and R. Yusuf, "Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun @kolakcampurkolaku)," J. Bisnis dan Kewirausahaan, vol. 17, no. 3, pp. 279-290, 2021, doi: 10.31940/jbk.v17i3.279-290.

[15] P. Tullie, "Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce," J. Manaj. Komun., vol. 5, no. 2, p. 259, 2021, doi: 10.24198/jmk.v5i2.32746.

[16] S. Hutomo, Y. I. Suryanto, and N. Kurniawati, "Pembentukan Kelompok Asuhan Mandiri Tanaman Obat Keluarga (TOGA) dan Akupresur di Kecamatan Sanden, Kabupaten Bantul," Patria, vol. 2, no. 1, p. 1, 2020.

[17] Andy Januar Wicaksono, Suyoto, and Pranowo, "A proposed method for predicting US presidential election by analyzing sentiment in social media," in 2016 2nd International Conference on Science in Information Technology (ICSITech), 2016, pp. 276-280.

[18] H. K. Sumartiningtyas, "Ilmuwan Temukan Kesamaan Persahabatan Gorila dan Manusia dalam Bersosialisasi," Kompas.com, 03-Aug-2020.

### PENULIS



**Ivana Angelica**, prodi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**Aloysius Rama Gunawan**, prodi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**Septi Nila Hayati**, prodi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**Muhammad Arifin Gunawan**, prodi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**Anna Gracia Yulianto**, prodi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**Aditya Krisna Sunu**, prodi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**Generosa Lukhayu Pritalia, S.T., M.Eng.**, prodi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta