



---

## Pemanfaatan Aplikasi Instagram sebagai Media Promosi Kampus

Nur Aidatus Syarifah<sup>1(✉)</sup>, Cahyo Hasanudin<sup>2</sup>, Iib Marzuki<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup>Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Islam Darul Ulum  
Lamongan, Indonesia

<sup>2</sup> Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, IKIP PGRI Bojonegoro, Indonesia  
[nuraidatussyarifah17@gmail.com](mailto:nuraidatussyarifah17@gmail.com)

**abstrak**— Promosi berasal dari bahasa Inggris yaitu kata *promote* yang artinya mengembangkan atau meningkatkan. Promosi adalah cara yang digunakan untuk mengenalkan kampus kepada banyak pihak. Dengan kata lain promosi adalah menarik perhatian, dan menginformasikan kepada masyarakat tentang visi, maksud, tujuan, dan layanan kampus. Menurut Swastha dan Irawan 2005 (dalam Yulianingsih dan Rahardjo 2016:3) promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam metode pemasaran. Metode kualitatif kajian pustakapenggunaan *caption* pada postingan atau *instastory* tidak harus ditulis menggunakan bahasa yang baku atau formal, tetapi juga bisa menggunakan bahasa sehari-hari, yang terpenting bahasa yang digunakan itu sopan dan dalam pemilihan kalimat tidak menimbulkan pengertian. Dan yang harus diperhatikan dalam menulis *caption* adalah bantuan informasi yang jelas dan bisa memahami para pembaca, agar *caption* bisa menjadi lebih menarik juga bisa dikaitkan dengan topik yang sedang trending di tengah-tengah masyarakat. Terutama jika target pasar kita adalah anak muda maka kita harus pintar-pintar membuat konten yang berhubungan dengan trend, karena anak muda masih terikat dengan hal yang sedang trend. Kesimpulan berikut ini dapat menguraikan gambaran tentang pemanfaatan aplikasi Instagram sebagai media promosi kampus adalah pengikatan atau promosi tidak hanya dilakukan pada televisi atau sebagainya tetapi juga bisa melalui media sosial salah satunya melalui Instagram. Instagram dapat dimanfaatkan untuk menarik perhatian masyarakat terutama anak muda yang sedang mencari kampus untuk melanjutkan pendidikan. Promosi dapat dilakukan dengan memanfaatkan fitur-fitur di Instagram seperti, penggunaan stiker pada *instastory*, penggunaan *caption* yang menarik. Membangun citra instansi atau branding sangat penting karena dengan itu masyarakat dapat memberikan nilai plus bagi instansi atau kampus. Pemilihan *caption* pada saat memposting juga berpengaruh karena dari sini follower mendapatkan informasi, *caption* juga bisa ditulis menggunakan bahasa yang digunakan dalam

sehari-hari untuk membangun rasa keakraban antara follower dengan pihak kampus atau caption penulisan bisa dikaitkan dengan topik yang sedang trend sehingga anak muda bisa lebih memhami dan tertarik dengan apa yang disampaikan.

**Kata kunci** – promosi; kampus; instagram

**Abstract** – *Promotion comes from the English word promote which means to develop or improve. Promotion is a way used to introduce the campus to many parties. In other words, promotion is attracting attention and informing the public about the vision, aims, objectives and services of the campus. According to Swastha and Irawan 2005 (in Yulianingsih and Rahardjo 2016: 3) promotion is a one-way flow of information or persuasion made to direct a person or organization to action that creates exchange in marketing methods. qualitative method of literature review using captions on posts or insta stories does not have to be written using standard or formal language, but can also use everyday language, the most important thing is that the language used is polite and does not make sense in choosing sentences. And what must be considered in writing captions is the help of information that is clear and can be understood by readers, so that captions can be more interesting and can also be linked to topics that are currently trending in society. Especially if our target market is young people, we must be smart in creating trend-related content, because young people are still attached to things that are trending. The following conclusions can describe an overview of the use of the Instagram application as a media for campus promotion, namely that binding or promotion is not only carried out on television or so on, but can also be done through social media, one of which is through Instagram. Instagram can be used to attract the attention of the public, especially young people who are looking for campuses to continue their education. Promotion can be done by utilizing features on Instagram such as using stickers on Instagram stories, using interesting captions. Building an institution's image or branding is very important because with that the community can provide added value to the institution or campus. The choice of captions when posting also has an effect because from here followers get information, captions can also be written using the language used in everyday life to build a sense of familiarity between followers and the campus or writing captions can be related to trending topics so that young people can be more understand and are interested in what is conveyed.*

**Keywords** – *promotion; campus; instagram*

## Pendahuluan

Promosi berasal dari bahasa Inggris yaitu kata promote yang artinya mengembangkan atau meningkatkan. Promosi adalah teknik yang digunakan untuk mengenalkan kampus kepada banyak pihak. Dengan kata lain promosi adalah menarik perhatian, dan menginformasikan kepada masyarakat tentang visi, maksud, tujuan, dan layanan kampus. Menurut Swastha dan Irawan 2005 (dalam Garaika dan Winda 2018) promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat

untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Promosi tak hanya digunakan hanya dalam istilah jual beli, tetapi promosi juga bisa digunakan dalam istilah mengenalkan sebuah tempat kepada banyak orang. Contohnya promosi kampus. Kampus dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) menunjukkan daerah lingkungan bangunan utama perguruan tinggi (universitas, akademi) tempat semua kegiatan belajar mengajar dan administrasi berlangsung. Kampus sebagai tempat mahasiswa untuk mengenyam pendidikan tinggi. Pendidikan tinggi merupakan jenjang pendidikan setelah Sekolah Menengah Atas. Menurut Railon dalam Muhammad Arifin (2017) mengatakan, perguruan tinggi merupakan agen utama pembaruan dalam kehidupan bernegara.

Masyarakat modern sudah mulai memperhatikan tentang pendidikan. Di zaman yang seba modern ini masyarakat tidak asing lagi dengan istilah media sosial atau media online. Menurut santana (2005: 17) dalam puguh kurniawan keunikan fitur-fitur dalam teknologi dapat menjadikan tidak terbatasnya penyebaran suatu berita. Dalam kehidupan sehari-hari pastinya sudah tidak asing dengan salah satu jenis media sosial yaitu istagram, terutama pada kalangan anak muda. Instagram berasal dari kata "instan" atau "insta", seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan "foto instan" (Pengertian instagram, 2012, dalam <http://.id.wikipedia.org/wiki/instagram>, diakses pada tanggal 23 Desember 2019). Menurut Atmoko (2012:10) dalam Rini Damayanti mengatakan, Instagram dapat memberikan berbagai macam inspirasi bagi para penggunanya dan dapat meningkatkan kreatifitas, karena dalam instagram memiliki fitur yang membuat foto atau video menjadi lebih indah.

### **Metode Penelitian**

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Yaitu metode yang bersifat deskriptif yaitu menggambarkan pemanfaatan media Instagram sebagai promosi kampus. Metode pendekatan penelitian kualitatif yang di gunakan oleh peneliti adalah studi kasus. Oleh karena itu peneliti menggunakan studi kasus untuk mengetahui lebih dalam mengenai pemanfaatan Instagram sebagai promosi kampus.

Menggunakan teknik pemilihan informasi purposive sampling yaitu dengan cara informan berdasarkan kriteria atau tujuan tertentu. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah observasi dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi nonpartisipan.

### **Hasil dan Pembahasan**

Penelitian ini akan menggambarkan tentang analisis pemanfaatan aplikasi Instagram sebagai media promosi kampus. Hal ini akan menjelaskan tentang seperti apa Instagram sebagai media promosi dilihat dari keefektifan dari dua aspek. Dari aspek periklanan, dan hubungan masyarakat. Dari kedua aspek peneliti dapat mengetahui

bagaimana kampus memanfaatkan Instagram sebagai media promosi. Untuk lebih jelasnya peneliti memaparkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pemanfaatan aplikasi instagram sebagai media periklanan

Tujuan dilakukan iklan adalah untuk membantu citra instansi atau membangun branding. Salah satu keuntungan dari dilakukan iklan adalah kemampuannya menginformasikan kepada beberapa orang pada satu waktu. Hal ini dapat dilakukan melalui aplikasi Instagram, karena saat kita pasang iklan di tv atau di baliho akan mengeluarkan biaya yang tidak sedikit. Iklan dalam aplikasi Instagram kita bisa memanfaatkan fitur fitur untuk menunjukkan informasi tentang kampus kita, kemudian informasi tersebut akan dilihat oleh *follower* yang mengikuti akun Instagram kampus. Citra instansi atau branding akan mulai terbentuk dari postingan-postingan atau konten-konten yang dipublikasi, semakin sering kita menyampaikan informasi maka akan semakin juga orang lain tau tentang apa saja yang ada di dalam kampus. Saat memposting kita juga harus memperhatikan keserasian atau kecocokan desain pada konten kita, karena tak sedikit orang yang tertarik membaca atau melihat informasi ketika informasi tadi dikemas dengan desain yang bagus. Dalam penggunaan desain kita bisa memilih template - template yang ada di internet, agar konten yang kita posting bisa terlihat rapi dan bagus. Kemudian akan menarik minat pengguna Instagram untuk mengetahui tentang apa saja yang ada di dalam kampus.

2. Hubungan antara masyarakat dengan pemanfaatan aplikasi instagram

Alat utama untuk berhubungan dengan masyarakat adalah informasi. Masyarakat atau *follower* dapat mendapatkan informasi dari konten yang diposting melalui akun instagram. Tak hanya untuk mendapatkan informasi instagram juga bisa dimanfaatkan untuk media tanya jawab. Saat melakukan komunikasi masyarakat bisa bertanya apa saja yang mereka ingin tanyakan melalui pesan instagram atau *direct message* atau bisa juga melalui komentar pada postingan. Banyak fitur intstagram yang bisa dimanfaatkan untuk menarik *follower* bertanya, Salah satunya adalah dengan menambahkan stiker pertanyaan atau kita bisa melihat respon *follower* melalui stiker polling atau kuis. Stiker-stiker ini bisa digunakan saat membuat *instastory* . lebih jelasnya perhatikan gambar berikut.



**Gambar 2.1**  
stiker pertanyaan



**Gambar 2.2**  
stiker poling



**Gambar 2.3**  
stiker kuis

penggunaan caption pada postingan atau *instastory* tidak harus ditulis menggunakan bahasa yang baku atau formal, tetapi juga bisa menggunakan bahasa sehari-hari, yang terpenting bahasa yang digunakan itu sopan dan dalam pemilihan kalimat tidak menimbulkan kesalahpahaman. Dan yang harus diperhatikan dalam menulis caption adalah penyampaian informasi yang jelas dan bisa memahami para pembaca, agar bisa menjadi lebih menarik caption juga bisa dikaitkan dengan topik yang sedang trending di tengah-tengah masyarakat. Terutama jika target pasar kita adalah anak muda maka kita harus pintar-pintar membuat konten yang berhubungan dengan trend, karena anak muda masih terobsesi dengan hal yang sedang trend.

Penggunaan bahasa keseharian dapat meningkatkan keakraban dengan *follower*, karena nantinya *follower* tidak merasa sungkan untuk memberikan tanggapan dan merasa seperti sedang mengobrol dengan teman atau orang yang sudah dikenal. Postingan harus sering dibuat agar para *follower* mengetahui seperti apa kegiatan, suasana, dan keseruan yang ada di kampus. Saat memposting dan kemudian ada yang memberikan komentar pihak kampus juga harus memberikan respon yang positif.

## Simpulan

Kesimpulan berikut ini dapat menguraikan gambaran tentang pemanfaatan aplikasi instagram sebagai media promosi kampus adalah pengiklanan atau promosi tidak hanya dilakukan pada televisi atau sebgainya tetapi juga bisa melalui media sosial salah satunya melalui instangram.

- 1) Instagram bisa dimanfaatkan untuk menarik perhatian masyarakat terutama anak muda yang sedang mencari kampus untuk melanjutkan pendidikan. Promosi dapat dilakukan dengan memanfaatkan fitur-fitur di instagram seperti, pengguaan stiker pada *instastory*, penggunaan caption yang menarik.
- 2) Membangun citra instansi atau branding sangat penting karena dengan itu masyarakat bisa memberikan nilai plus untuk instansi atau kampus. Pemilihan caption pada saat memposting juga berpengaruh karena dari sinilah *follower* mendapatkan informasi, caption juga bisa ditulis

menggunakan bahasa yang digunakan dalam sehari-hari untuk membangun rasa keakraban antara *follower* dengan pihak kampus atau penulisan caption bisa dikaitkan dengan topik yang sedang trend sehingga anak muda bisa lebih memhami dan tertarik dengan apa yang disampaikan dan,

- 3) Memberikan tanggap pada setiap respon *follower* juga bisa dilakukan untuk menarik perhatian dari masyarakat, pemberian tanggapan ini harus dilakukan dengan cara yang baik dan bisa memahamkan.

## Daftar Referensi

- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. Jurnal AKTUAL, 16(1), 21-27. Doi <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>
- Arifin, M. (2017). Strategi Manajemen perubahan dalam meningkatkan disiplin di perguruan tinggi. EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial, 3(1). Doi <https://dx.doi.org/10.30596%2Fedutech.v3i1.990>
- Damayanti, R. (2018). Diksi dan Gaya Bahasa dalam Media Sosial Instagram.
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. Jurnal AKTUAL, 16(1), 21-27. Doi <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>
- Mulyana, M. (2019). Strategi Promosi dan Komunikasi. Doi <https://doi.org/10.31227/osf.io/v7dfr>
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai komunikasi pemasaran modern pada Batik Burneh. Kompetensi : Jurnal Studi Manajemen , 11 (2). Doi <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v11i2.3533>