



# OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN JANGKAUAN DAN BRANDING BISNIS MELALUI INSTAGRAM ADS PADA EDERRA ORGANIZER

Mohammad Rizkie<sup>1</sup>, Muhammad Arifin<sup>2</sup>, Soni Adiyono<sup>3</sup>, Zainur Romadhon<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup> Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Muria Kudus, Indonesia

E-mail: [201853045@std.umk.ac.id](mailto:201853045@std.umk.ac.id)<sup>1</sup>, [arifin.m@umk.ac.id](mailto:arifin.m@umk.ac.id)<sup>2</sup>, [soni.adiyono@umk.ac.id](mailto:soni.adiyono@umk.ac.id)<sup>3</sup>, [zainur.romadhon@umk.ac.id](mailto:zainur.romadhon@umk.ac.id)<sup>4</sup>

## Abstract

*This study explores the optimization of social media through the use of Instagram Ads to enhance reach and branding for Ederra Organizer, an event planning service provider based in Kudus. Using methods such as observation, interviews, training, and evaluation, the study found that Instagram Ads significantly increased service visibility and audience engagement. Targeted campaigns, featuring promotional video content, successfully boosted reels viewers by 200–400% and generated direct interactions through Instagram Direct Messages (DM). These findings demonstrate that well-designed Instagram Ads campaigns can serve as an effective digital marketing solution for creative local businesses.*

**Keywords:** *Instagram Ads, Digital Promotion, Social Media, Ederra Organizer.*

## Abstrak

Penelitian ini membahas strategi optimalisasi media sosial melalui penggunaan Instagram Ads untuk meningkatkan jangkauan dan branding bisnis pada Ederra Organizer, sebuah penyedia layanan perencana acara di Kudus. Melalui metode observasi, wawancara, pelatihan, dan evaluasi, penelitian ini menemukan bahwa Instagram Ads mampu meningkatkan visibilitas layanan dan interaksi dengan audiens secara signifikan. Kampanye yang ditargetkan pada demografi tertentu, dengan konten berupa video promosi pendek, berhasil meningkatkan jumlah penonton reels sebesar 200–400% serta menghasilkan interaksi langsung berupa pesan melalui Instagram Direct Message (DM). Hasil ini menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram Ads yang dirancang dengan baik dapat menjadi solusi efektif dalam strategi pemasaran digital untuk bisnis kreatif lokal.

**Kata kunci:** *Instagram Ads, Promosi Digital, Media Sosial, Ederra Organizer.*

©JPSITECH: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Sistem Informasi dan Teknologi 2024 Some Allrights reserved

## 1. PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, teknologi telah menjadi elemen utama yang mendorong perubahan sosial (Prasetya, A., Nurdin, M. F., & Gunawan, W., 2021) dan ekonomi di masyarakat (Judijanto, L., Sandy, S., Yanti, D. R., Kristanti, D., & Hakim, M. Z., 2023). Salah satu wujud perkembangan teknologi tersebut adalah media sosial (Dwistia, H., Sajdah, M., Awaliah, O., & Elfina, N., 2022). Media sosial secara nyata dan tidak langsung telah mengubah cara individu dan organisasi berkomunikasi (Cahyono, G., & Hassani, N., 2019), berinteraksi, dan berbagi informasi (Fauziah, I. N. N., Saputri, S. A., & Herlambang, Y. T., 2024). Nandy (2025) Menjelaskan bahwa media sosial memiliki definisi sebagai suatu tempat kumpulan gambar, video, tulisan hingga hubungan interaksi dalam jaringan, baik itu antar individu maupun antar kelompok seperti organisasi.

Salah satu sosial media yang ramai digunakan secara global adalah instagram (Rohmah, N. N. M., 2020). Instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan tetapi juga sebagai alat untuk membangun jaringan, menyebarkan informasi secara luas, dan mempromosikan sebuah bisnis (Nugraha, R. N., & Raditia, W., 2023). Menurut Firmansyah dikutip dari jurnal (Nurfauzan, 2019) promosi merupakan usaha yang dilakukan untuk

mengenalkan produk dan jasa kepada publik sehingga produk atau jasa tersebut dapat dikenal dan diterima dengan baik oleh masyarakat. menurut Chaffey dikutip dari jurnal (Ii & Pustaka, 2011) digital marketing adalah pemasaran digital adalah suatu bentuk usaha perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya ke dalam teknologi digital secara online guna mendapatkan pasar secara global dan spesifik. (Telkomsel, 2024) aplikasi milik Meta lainnya, yaitu Instagram, juga menduduki peringkat atas alias peringkat kedua dalam daftar media sosial di Indonesia dengan pengguna terbanyak menurut data We Are Social. Medsos tersebut dipakai oleh 85,3% responden untuk berbagai kepentingan, mulai dari berbagi momen penting kepada teman-teman dekat, memantau kehidupan idola atau public figure, sampai menjalankan bisnis.

Ederra organizer merupakan salah satu usaha yang berfokus dibidang event planner atau perencana acara seperti acara pernikahan, ulang tahun, peresmian kantor atau kegiatan yang memerlukan perencanaan lainnya. Ederra organizer merupakan salah satu dari banyak event planner yang ada di kodus dan sekitarnya. Ederra organizer sendiri sudah berjalan hampir 2 tahun dari 2023 hingga saat ini di 2025 dan memiliki tujuan untuk menjadi salah satu event planner besar yang ada di kodus dan sekitarnya.

Semakin besar dan dikenalnya sebuah event planner maka semakin ramai dan banyaknya daftar kegiatan yang masuk untuk dilaksanakan. Akan tetapi didalam proses berjalannya ederra organizer masih kurang dikenal oleh masyarakat kodus dan sekitarnya dikarenakan dalam metode promosinya masih menggunakan metode promosi dari teman ke teman dan sebatas membuat postingan feeds di instagram sehingga metode promosi yang dilakukan masih terbatas dan kurang maksimal dan efisien. Sehingga salah satu solusi untuk mengembangkan bisnisnya adalah dengan memanfaatkan sosial media sebagai media promosi terutama penggunaan fitur instagram ads. Menurut (Databoks, 2019) Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA), menyatakan transaksi online melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram mencapai 66%. Yang berarti bahwa sosial media menjadi salah satu platform yang sering digunakan untuk melakukan transaksi. Berdasarkan dengan uraian di atas, tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk pemanfaatan instagram ads untuk media promosi guna meningkatkan jangkauan konten dan branding ederra organizer.

## 2. METODE

Dalam rangka mendukung pengembangan strategi pemasaran Ederra Organizer melalui media sosial, khususnya dengan memanfaatkan Instagram Ads, dilakukan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan tim dalam menggunakan platform tersebut secara efektif. Kegiatan ini melibatkan beberapa tahapan sistematis yang dirancang untuk memastikan bahwa materi yang disampaikan relevan, aplikatif, dan mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan jangkauan promosi organisasi. Berikut adalah tahapan yang dilakukan:

1. Observasi

Dilakukan pengamatan langsung terhadap jumlah dan cakupan jangkauan promosi yang dimiliki oleh Ederra Organizer melalui media sosial. Observasi ini bertujuan untuk memahami kondisi awal serta potensi yang dapat dikembangkan melalui pemanfaatan Instagram Ads.

2. Wawancara

tujuan, harapan, serta kebutuhan Ederra Organizer. Informasi ini digunakan untuk menyusun materi pelatihan yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan organisasi.

3. Persiapan

Penulis mempersiapkan materi pelatihan yang mencakup penjelasan manfaat, fungsi, dan langkah praktis dalam penggunaan Instagram Ads. Materi ini dirancang agar mudah dipahami dan diterapkan oleh tim Ederra Organizer.

4. Pelaksanaan

Materi yang telah disusun disampaikan kepada tim Ederra Organizer melalui presentasi interaktif. Penulis juga memberikan penjelasan tambahan untuk

memastikan semua poin penting tersampaikan dengan jelas. Serta memberikan contoh praktik agar memahami penerapan prosesnya.

#### 5. Evaluasi

Setelah pelaksanaan, dilakukan evaluasi untuk mengukur pemahaman tim Ederra Organizer terhadap materi yang telah diberikan. Penulis juga melakukan pendampingan untuk membantu tim menerapkan strategi yang sesuai dengan teori yang telah dipelajari.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara langsung melalui metode diskusi yang melibatkan penulis bersama tim dari Ederra Organizer, sebagaimana digambarkan pada Gambar 1 dan Gambar 2. Aktivitas ini bertujuan membantu Ederra Organizer untuk memahami dan memaksimalkan penggunaan media sosial, khususnya Instagram Ads yang digunakan sebagai alat promosi. Diharapkan dengan kegiatan ini dapat meningkatkan visibilitas Ederra Organizer di Kudus dan sekitarnya, sehingga menarik lebih banyak klien untuk menggunakan jasa mereka.



Gambar 1. Diskusi Pertama



Gambar 2. Diskusi Pertama

Selama pelaksanaan kegiatan, penulis memberikan penjelasan terperinci mengenai manfaat dan fungsi Instagram Ads. Materi mencakup langkah-langkah menyusun kampanye iklan yang efektif, menargetkan audiens yang tepat, serta simulasi praktis untuk membantu tim Ederra Organizer memahami dan menerapkan strategi pemasaran digital secara mandiri. Diskusi interaktif juga dilakukan untuk menjawab pertanyaan spesifik dan mengatasi tantangan yang dihadapi dalam promosi digital. Melalui pendekatan ini, Ederra Organizer diharapkan dapat memanfaatkan Instagram Ads secara optimal untuk mencapai tujuan pemasaran mereka.

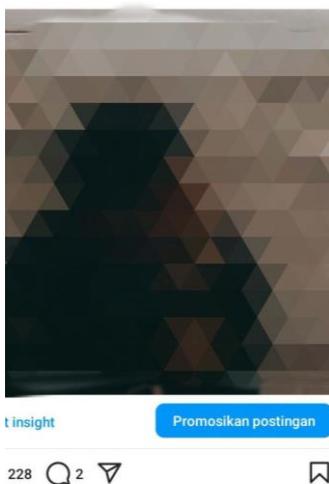
Instagram Ads menawarkan sejumlah keunggulan yang signifikan, seperti kemampuan penargetan audiens secara spesifik berdasarkan demografi, minat, dan perilaku. Dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif secara global, platform ini memberikan jangkauan yang luas bagi pelaku bisnis. Selain itu, fleksibilitas format iklan—termasuk Stories, Reels, feed, dan karusel—memungkinkan penyampaian pesan promosi yang visual dan kreatif. Namun demikian, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, seperti biaya iklan yang relatif tinggi, terutama di pasar yang kompetitif. Selain itu, performa iklan sangat dipengaruhi oleh algoritma Instagram yang sering

berubah, sehingga membutuhkan penyesuaian strategi secara berkelanjutan. Bisnis yang tidak memiliki konten visual yang menarik juga mungkin kesulitan untuk memaksimalkan potensi Instagram Ads.

#### Langkah-Langkah Menggunakan Instagram Ads untuk Promosi

1. Mengubah Akun Menjadi Akun Profesional atau Bisnis  
Langkah awal untuk memanfaatkan Instagram Ads adalah mengubah akun Instagram menjadi akun profesional atau bisnis. Hal ini memungkinkan pengguna untuk mengakses fitur promosi.
2. Memilih Postingan untuk Dipromosikan  
Setelah akun diatur, pengguna dapat memilih postingan yang ingin dipromosikan dan menekan tombol "Promosikan Postingan." Apabila ini adalah pertama kalinya pengguna melakukan promosi, sistem akan mengarahkan ke menu pengaturan metode promosi. Jika sebelumnya sudah pernah melakukan promosi, pengguna akan langsung diarahkan ke menu tujuan promosi.
3. Menentukan Tujuan Promosi  
Pada tahap ini, pengguna diminta untuk memilih tujuan promosi. Contohnya, untuk Ederra Organizer, tujuan promosi diarahkan ke "Membuka Profil Saya."
4. Mengatur Target Pemirsa  
Pengguna dapat memilih target pemirsa yang direkomendasikan oleh Instagram atau membuat target pemirsa sendiri. Untuk membuat target pemirsa, pengguna perlu memasukkan informasi seperti nama pemirsa, lokasi target, rentang usia, jenis kelamin, serta minat atau tema promosi. Pengaturan ini bertujuan untuk memastikan bahwa iklan menjangkau audiens yang relevan.
5. Mengatur Anggaran dan Durasi Promosi  
Setelah pengaturan target selesai, langkah berikutnya adalah menentukan anggaran dan durasi promosi. Pengguna dapat menyesuaikan durasi dan biaya sesuai dengan anggaran yang dimiliki. Sistem secara otomatis akan menampilkan total biaya berdasarkan parameter yang telah diatur.
6. Meninjau dan Membayar Promosi  
Sebelum iklan berjalan, pengguna diberikan kesempatan untuk meninjau ulang seluruh pengaturan promosi. Setelah dipastikan sesuai, langkah terakhir adalah melakukan pembayaran melalui metode yang tersedia. Iklan akan berjalan setelah proses pembayaran selesai.

Dengan langkah-langkah ini, proses promosi melalui Instagram Ads diharapkan dapat meningkatkan jangkauan promosi serta memperkuat strategi pemasaran digital Ederra Organizer secara efektif dan efisien.



Gambar 3. Tombol Promosikan Postingan



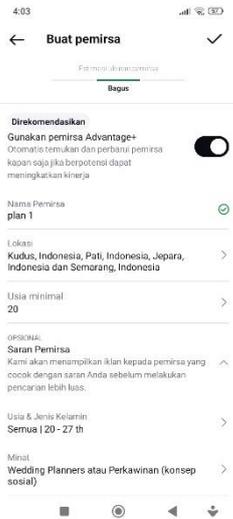
Gambar 4. Metode Promosi Postingan



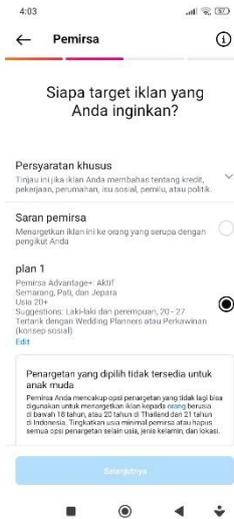
Gambar 5. Target Tujuan Promosi



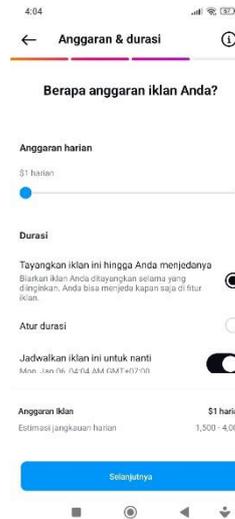
Gambar 6. Opsi Pemirsa



Gambar 7. Buat Pemirsa



Gambar 8. Opsi Pemirsa Personal



Gambar 9. Anggaran dan dana

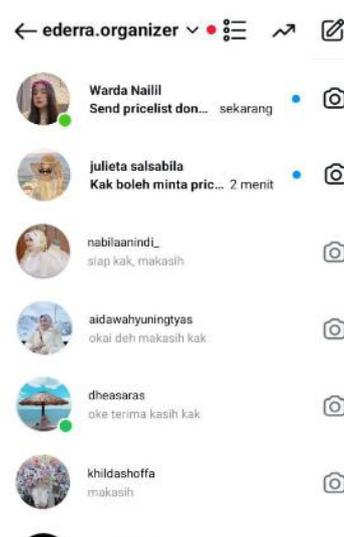


Gambar 10. Opsi Pemirsa Personal

Ederra Organizer menggunakan Instagram Ads untuk meningkatkan visibilitas layanan jasa event organizer acara mereka melalui kunjungan profil di Instagram mereka dan ada kemungkinan apabila ada klien yang tertarik dengan penawaran atau jasa dari ederra organizer maka klien tersebut akan mencoba menghubungi melalui DM Instagram. Kampanye ditargetkan pada audiens usia 20 sampai usia 27 tahun dan menarget baik pria maupun wanita di wilayah kudus, pati, jepara dan sekitarnya (Gambar 8). Dari data yang telah didapat menunjukkan bahwa kampanye menghasilkan peningkatan jangkauan tonton reels sekitar 200% hingga 400% dari yang awalnya penonton reels sekitar 2500 menjadi 6000 hingga 10.000 dan juga terdapat 6 Direct Message(DM) setelah berlangsungnya kegiatan promosi yang dilaksanakan di tanggal 10 Desember 2024. Format konten promosi berupa video pendek (reels) berdurasi 45 detik yang berisi promosi dalam rangka akhir tahun yang berlangsung selama bulan desember hingga januari.



Gambar 11. Tampilan Jumlah Penonton



Gambar 12. Daftar DM Masuk



Hasil ini menegaskan efektivitas Instagram Ads sebagai alat promosi untuk bisnis kreatif. Targeting berbasis demografi dan minat memungkinkan penjangkauan audiens potensial secara efisien. Kombinasi konten yang menarik, seperti behind-the-scenes acara digabungkan dengan promo menarik. Namun, dalam prosesnya tetap perlu adanya optimasi lebih lanjut terkait konsep video yang akan di usung dan waktu penayangan iklan ataupun penyesuaian anggaran untuk hasil maksimal.

#### **4. KESIMPULAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram Ads merupakan alat yang efektif untuk meningkatkan jangkauan dan branding bisnis lokal seperti Ederra Organizer. Dengan strategi penargetan yang berbasis demografi dan minat, kampanye berhasil meningkatkan jumlah penonton hingga empat kali lipat dan menghasilkan interaksi langsung dengan calon klien. Namun, hasil maksimal memerlukan optimasi berkelanjutan dalam pembuatan konten, waktu tayang iklan, dan alokasi anggaran. Kombinasi antara konten visual yang menarik dan pemahaman mendalam tentang audiens target sangat penting untuk keberhasilan kampanye digital ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Cahyono, G., & Hassani, N. (2019). Youtube seni komunikasi dakwah dan media pembelajaran. *Jurnal Dakwah*, 23(1), 23-38.
- Databoks. (2019). Media Sosial, Platform Paling Banyak Digunakan saat Transaksi e-commerce. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/7633277530962b6/media-sosial-platform-paling-banyak-digunakan-saat-transaksi-e-commerce> (diakses 05 Januari 2025)
- Dwistia, H., Sajdah, M., Awaliah, O., & Elfina, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Ar-Rusyd: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2), 78-93.
- Fauziah, I. N. N., Saputri, S. A., & Herlambang, Y. T. (2024). Teknologi informasi: Dampak media sosial pada perubahan sosial masyarakat. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(1), 757-766.
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2011). Bab Ii (Indikator Dm) (1). 2020, 6-18.
- Judijanto, L., Sandy, S., Yanti, D. R., Kristanti, D., & Hakim, M. Z. (2023). Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Berbasis Inovasi Teknologi Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 12500-12507.
- Nandy. (n.d.). Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya. Retrieved January 5, 2025, from [https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/#1\\_BK\\_Lewis\\_2010](https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/#1_BK_Lewis_2010) (diakses 05 Januari 2025)
- Nugraha, R. N., & Raditia, W. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Teraskita Jakarta. *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 222-228.
- Nurfauzan. (2019). Indikator Customer Experience. 1, 10-37.
- Prasetya, A., Nurdin, M. F., & Gunawan, W. (2021). Perubahan Sosial Masyarakat dalam



Perspektif Sosiologi Talcott Parsons di Era New Normal. *SOSIETAS: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 11(1), 1-12.

Rohmah, N. N. M. (2020). Media sosial sebagai media alternatif manfaat dan pemuas kebutuhan informasi masa pandemik global covid 19 (kajian analisis teori uses and gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1-16.

Telkomsel. (2024). 8 Media Sosial di Indonesia dengan Pengguna Terbanyak. <https://www.telkomsel.com/jelajah/jelajah-lifestyle/8-media-sosial-di-indonesia-dengan-pengguna-terbanyak> (diakses 05 Januari 2025)