

## Pelatihan Membuat Iklan di Instagram

EFRITA SOVIYANTI<sup>1\*</sup>; FAIZAH KAMILAH<sup>2</sup>; ZULIA KHAIRANI<sup>3</sup>

Universitas Lancang Kuning  
Jln. Yos Sudarso KM 08 Rumbai Telp. (0761) 52581  
\*E-mail : efitasoviyanti@unilak.ac.id (korespondensi)

**Abstract:** This Community Service activity aims to provide knowledge about the rare steps in making advertisements on Instagram. The method used in this service is the lecture method and direct tutorials on how to make advertisements on Instagram so that the target is more precise. not yet clear to partners. The lecture method is used to convey general knowledge about how to make advertisements on Instagram and several Instagram accounts are shown which are advertising their products through Instagram. The tutorial on creating Instagram advertisements is done by accompanying partners to take rare steps in making advertisements, then the question and answer method is carried out to complete the training so that what was not clear during lectures and tutorials. This training involved a lecturer from the Department of Management and Accounting who collaborated with the okura flower garden partner group in the village of rumbai barat as the target subject.

**Keywords:** *Marketing Media, Advertising And Instagram*

Dalam era jejaring sosial seperti saat ini, telah terjadi pergeseran paradigma pemasaran, dari pemasaran tradisional (offline) ke pemasaran modern (online). Mulai diakui pentingnya pemanfaatan jejaring sosial atau media sosial sebagai sarana komunikasi dan interaksi sesama pengguna internet. Meledaknya jumlah pengguna dan pemilik akun atau ID beberapa media social telah merambah dalam berbagai sektor, salah satunya sektor ekonomi dan bisnis. Penggunaan internet sebagai sarana bisnis sangat berkembang cepat di era informasi dan jejaring. Hal ini terlihat dengan maraknya kemunculan berbagai bisnis online yang menawarkan aneka produk dan jasa yang tak terbatas baik untuk memenuhi segala kebutuhan. Munculnya media sosial dibarengi dengan berkembangnya industri mobile phone yang semakin pesat dapat mempermudah mengakses berbagai informasi untuk dilakukan dimana dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone.

Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara maju,

tetapi juga di negara berkembang seperti di Indonesia. Kecepatan media sosial melalui jejaring sosial yang dihubungkan dengan internet, juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita atau berbagai informasi. Transaksi bisnis melalui internet terutama menggunakan media sosial, merupakan satu fenomena bisnis baru. Kemunculan berbagai media sosial atau yang sering disebut sosmed (social media) telah memberikan warna tersendiri pada transaksi bisnis perdagangan online, salah satunya sebagai sarana memperkenalkan dan memasarkan produk barang atau jasa.

Taman bunga okura merupakan salah satu tujuan wisata yang ada di daerah rumbai. taman impian bunga okura di gagas oleh Muslim seorang pemuda asli kelahiran okura, yang mempunyai mimpi agar okura dikenal oleh masyarakat luas dalam berbagai bidang dengan keterbatasan tertentu pastinya. Muslim sapaan akrab sehari-hari, membuat ide membuat sebuah taman bunga hidup yang belum pernah ada di Okura maupun di Kota Pekanbaru. Pada akhirnya taman bunga yang di impikan

terwujud bahkan banyak pihak yang ikut serta memberikan bantuan yang dibutuhkan dalam mewujudkan mimpi para pemuda okura. Seiring berjalannya waktu taman impian bunga okura tersebar di tengah masyarakat secara luas, yang salah satunya berkat kemudahan media social, banyak perorangan, kelompok masyarakat, sekolah, perguruan tinggi, pemerintah bahkan datang dari luar provinsi riau yang datang ke taman.

Pengabdian ini merupakan kelanjutan dari pengabdian yang dilakukan oleh tim pada semester kemarin mengenai pemanfaatan media sosial instagram untuk meningkatkan jumlah pengunjung di era new normal. dari hasil pengabdian ditemukan kendala bahwa mitra belum memiliki pengetahuan dalam membuat iklan di instagram.

Dari hasil observasi dan wawancara dengan kelompok taman bunga okura di diperoleh beberapa fakta sebagai berikut: a). Sangat jarang diadakan pertemuan yang membahas tentang peningkatan pengetahuan dengan media sosial; b). Perlunya pengetahuan mengenai cara membuat iklan di instagram agar calon konsumen tetap sasaran; c. Perlu diberikan tutorial mengenai langkah langkah dalam membuat iklan di instagram

Atas dasar fakta-fakta hasil observasi maka dipandang perlu Tim pengabdian melakukan pendampingan pada kelompok taman bunga okura dalam beberapa kegiatan antara lain: a). Pendampingan kelompok taman bunga okura dalam menyelesaikan masalah dengan berinovasi, sehingga dapat membantu keuangan dalam menunjang kesejahteraan hidup; b). Pendampingan mitra dalam membuat iklan di instagram

Hasil identifikasi terhadap permasalahan yang dihadapi dan harus dipecahkan dilihat dari berbagai sudut pandang yang relevan: Belum memiliki perencanaan bisnis yang jelas, sehingga target dan sasaran usaha belum memiliki arah kepada pengembangan usaha bisnis yang lebih mapan; Belum memiliki

pengetahuan mengenai cara membuat iklan di instagram; Belum memiliki pengetahuan mengenai tahapan yang dilalui pada saat akan membuat iklan di instagram.

## METODE

Metode yang akan dilakukan oleh tim selama kegiatan pengabdian bagi masyarakat dengan Mitra kelompok bunga taman okura adalah sebagai berikut: a). Metode ceramah. Pada metode ini, tim akan memberikan penjelasan mengenai iklan juga dapat dilakukan pada media sosial instagram, sekaligus langsung menunjukkan akun akun yang sedang ber iklan di media sosial instagram; b). Metode tutorial. Setelah metode ceramah selesai akan dilanjutkan dengan metode tutorial yang dilakukan dengan menunjukkan langkah langkah yang dilakukan pada saat membuat iklan di instagram.

## HASIL

Pada kunjungan ke lokasi mitra yang kami laksanakan pada hari kamis tanggal 17 November 2021 dan bertemu dengan anggota pengelola beserta empat orang temannya yang juga ikut mengelola taman impian bunga okura. Dalam pertemuan tersebut kami melakukan diskusi mengenai kondisi taman bunga impian okura terkini. karena tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan pelatihan membuat iklan di instagram. Aktivitas yang dilakukan pada akun instagram @tamanwisataokura, Melihat postingan yang sudah ada di akun instagram @tamanwisataokura, Memilih salah satu postingan yang akan di jadikan materi untuk membuat iklan.

## PEMBAHASAN

Pemilihan media sosial instagram untuk membuat iklan karena media ini paling banyak digunakan kaum milenial dan ini sangat sesuai dengan target calon pengunjung untuk taman bunga impian okura, dalam membuat iklan dapat dilakukan pengelompokan atau

menargetkan secara spesifik calon pengunjung yang diinginkan.

Dari hasil diskusi yang kami lakukan, pada dasarnya mitra sudah memiliki pengetahuan dalam pemanfaatan media sosial instagram untuk membuat iklan, hanya saja tim mitra belum memiliki pengalaman membuat iklan sehingga masih membutuhkan bimbingan dalam melakukan tahapan-tahapan dalam membuat iklan.

Dengan melihat akun-akun instagram lain yang sedang beriklan di instagram agar tim mitra mendapatkan pengetahuan bahwa postingan bisa juga berupa info umum, berbagi tips dan trik, info kesehatan dan postingan tentang religi juga masih diperbolehkan untuk menarik follower di instagram sekaligus dapat digunakan untuk membuat iklan.

## SIMPULAN

Simpulan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut: Mitra memiliki peningkatan pengetahuan tentang membuat iklan di instagram; Mitra dapat membuat iklan yang lebih bervariasi dengan memilih postingan-postingan yang dilakukan sebelumnya.

## DAFTAR RUJUKAN

Lasmadiarta, Made. 2010. *“Extreme Facebook Marketing for Giant Profits”*. Elex Media Komputindo. Jakarta

Leoni, Rahmawati. 2013. *Media sosial Dalam Kewirausahaan Perempuan di Indonesia, Online Media and Social Network Specialist at REDD+ Task Force*

Indonesia, [http://www.slideshare.net/leonirahmawati/media-sosial-dalam-kewirausahaan-perempuan-diindonesia?qid=e0f8c7f9-e2ae-40d8-9a8c-e2a9223ce048&v=default&b=&from\\_search=9](http://www.slideshare.net/leonirahmawati/media-sosial-dalam-kewirausahaan-perempuan-diindonesia?qid=e0f8c7f9-e2ae-40d8-9a8c-e2a9223ce048&v=default&b=&from_search=9), tanggal akses 8 sept 2014

McLeod, Jr. Raymond., George Schell. 2004. *”Sistem Informasi Manajemen”*, copyright © 2001. Prentice-Hall, Inc. PT. Indeks. Jakarta.

Puntoadi, Danis, *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2011

Setiawati, Ira. 2014, *Pengaruh E-Marketing Pada Bisnis Online Menggunakan Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif)*, Seminar dan Call for Paper, FEB, Universitas Stikubank, Semarang

Yoga satria siaga 2018. *“Penerapan Dan Pemanfaatan Media Online Dalam Pengembangan Sistem Pemasaran Umkm (Agroindustri) Di Kabupaten Jember”*