

PEMANFAATAN INSTAGRAM: UPAYA UNTUK MEMPERKENALKAN PROGRAM STUDI PENERBITAN DAN KARYA-KARYANYA KEPADA MASYARAKAT

Diah Amelia¹, Nurul Akmalia²

^{1, 2} Program Studi Penerbitan, Jurusan Penerbitan, Politeknik Negeri Media Kreatif

Korespondensi: Jalan Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan

Surel: diahamelia@polimedia.ac.id

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 19/08/2021

Direvisi: 05/09/2021

Dipublikasi: 30/09/2021

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Program,
Studi,
Penerbitan,
Instagram,
Buku.

Keywords:

Program,
Study,
Publishing,
Instagram,
Book.

ABSTRAK

Pemanfaatan Instagram: Upaya untuk Memperkenalkan Program Studi Penerbitan dan Karya-Karyanya kepada Masyarakat. Artikel ini akan membahas pemilihan Instagram sebagai media promosi karena Instagram memberikan manfaat dalam memperkenalkan Program Studi Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif dan karya-karyanya. Dengan menambahkan informasi seperti foto ataupun video produk karya, foto kegiatan pembelajaran, dan aktivitas lainnya ke akun Instagram. Informasi tersebut dapat dilihat oleh *followers* dan bisa mendapatkan respons ataupun masukan langsung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teori yang digunakan adalah New Media dan Internet, Media Sosial, dan Komunikasi Pemasaran. Hasil penelitian menjelaskan penggunaan Instagram secara signifikan memudahkan tersebarnya pesan dengan cepat dan menjangkau lebih banyak masyarakat. Konten-konten pada akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia telah sesuai dengan citra lembaga tetapi tetap harus dikemas dengan gaya bahasa dan desain yang atraktif dan memiliki nilai kebaharuan.

ABSTRACT

Utilization of Instagram: Efforts to Introduce Publishing Study Program and Publishing Works to the Community. This article discusses the selection of Instagram as a promotional medium in introducing the Creative Media State Polytechnic Publishing study program and publishing works. Information such as photos or videos of work products, pictures of learning activities, and other activities added to the Instagram account. This information can be seen by followers and can get a response or input directly. The study used qualitative research methods with a descriptive approach. The theory used is New Media and Internet theory, Social Media theory, and Marketing Communication theory. The study results explain that the use of Instagram significantly facilitates the spread of messages quickly and reaches more people. The content on the Instagram account @prodi.penerbitan.polimedia follows the institution's image but still has to be packaged in an attractive style and design and has new value.

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi berkembang pesat sejalan dengan kebutuhan manusia. Internet dan media sosial menjadi bagian penting dan kebutuhan mendasar bagi masyarakat. Masyarakat sudah terbiasa memanfaatkan Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, Tiktok, Snapchat, dan media sosial lainnya yang digunakan bukan untuk sekadar saling berbagi informasi melainkan juga sebagai media promosi. Dengan adanya media sosial telah mengubah paradigma dalam berkomunikasi di masyarakat. Cara berkomunikasi saat ini sudah tidak mengenal batasan waktu, ruang, dan jarak. Dengan perubahan itu, masyarakat tidak hanya melihat tetapi juga dapat terlibat langsung mengisi konten pada media sosial. Media sosial memiliki kekuatan yang sangat besar dan memberikan peluang yang luar biasa bagi mereka yang memahami elemen-elemen utama seperti memiliki strategi konten yang benar, memahami wawasan sosial, membedakan saluran, memiliki kekhasan, menggunakan pesan yang reaktif dan proaktif, dan masih banyak lagi.

Salah satu media sosial yang memiliki peningkatan jumlah penggunaannya adalah Instagram. Instagram memiliki fitur dasar untuk foto dan video. Selain itu, Instagram juga menyediakan Instagram Story, Filter, IGTV, dan fitur lainnya yang mendukung aktivitas promosi. Menurut data Hootsuite 2019, kategori laman yang paling sering dikunjungi di seluruh dunia, Instagram menempati urutan ke-9. Di Indonesia, Instagram sangat populer sebagai platform yang digunakan untuk membagikan momen dengan jumlah pengguna 63 juta jiwa pada 2020 dari total populasi di Indonesia. Instagram mampu bersaing dengan Facebook dan Twitter.

Program Studi Diploma III Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif adalah salah satu prodi yang dibentuk seiring dengan berdirinya Politeknik Negeri Media Kreatif melalui Permendiknas Nomor 60 pada 8 Oktober 2008. Program Studi Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif memilih platform Instagram sebagai media promosi tentang program studi dan juga karya yang dihasilkan karena Instagram dinilai sebagai platform yang sesuai dengan kebutuhan. Hal itu juga

didukung dengan data pengguna aktif Instagram yang berusia 14 hingga 30 tahun. Target usia produktif ini sesuai dengan kebutuhan promosi produk Program Studi Penerbitan untuk meningkatkan jumlah mahasiswa dan mempromosikan serta menjual karya dan hak cipta produk penerbitan.

Hal ini sesuai dengan apa yang menjadi target Program Studi Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif. *Grand design* program studi telah dipetakan dalam bentuk peta jalan riset Program Studi Penerbitan yang berjalan berkesinambungan hingga 2024. Peta jalan riset Program Studi Penerbitan (2020—2024) diarahkan untuk merancang dan menghasilkan produk-produk penerbitan yang terbaik sehingga mampu bersaing di tingkat nasional dan internasional pada 2025. Dimulai dengan diversifikasi produk, peningkatan kualitas dan kuantitas produk, optimalisasi tata kelola *university press*, dan implementasi pemasaran buku terpadu.

Pengembangan produk perbukuan di Politeknik Negeri Media Kreatif sendiri berpegang pada peta jalan 5 tahun yang telah disusun ini. Tahun 2020 diawali dengan tahapan diversifikasi produk penerbitan seperti Augmented Realty Books, Bilingual Books, Buku Senter, Alih Wahana buku cetak ke berbagai platform *new media*. Melakukan diversifikasi menjadi salah satu target utama pada produk penerbitan karya mahasiswa saat ini. Tujuannya untuk mengarahkan mahasiswa berpikir lebih kreatif dengan memikirkan bentuk alih wahana lain ataupun menciptakan model yang sama sekali baru dalam teknologi buku.

Tujuan penelitian ini menjelaskan pemanfaatan Instagram sebagai upaya memperkenalkan Program Studi Penerbitan dan karya-karya penerbitan kepada masyarakat. Penelitian ini bermanfaat bagi yang memiliki ketertarikan dalam bidang komunikasi pemasaran, penerbitan, promosi dan penjualan, media baru, baik bagi industri, mahasiswa Program Studi Penerbitan, maupun peneliti berikutnya. Penelitian ini memiliki fokus memperkenalkan karya penerbitan ke masyarakat. Hal ini dapat digunakan dalam model penjualan digital bagi industri penerbitan ataupun perusahaan penerbitan yang memiliki kewajiban memelihara citra perusahaan di hadapan publik. Penelitian ini juga memiliki manfaat dalam mengolaborasikan

strategi promosi dengan menggunakan media baru ataupun website. Penelitian mengenai upaya memperkenalkan penerbitan dan karya-karya penerbitan ke masyarakat diharapkan dapat memberikan inovasi bagi mahasiswa Program Studi Penerbitan dalam membuat strategi promosi melalui media daring, khususnya media sosial, baik untuk karya sendiri maupun dalam lingkup dunia usaha. Penelitian ini dapat dilanjutkan dan diperluas menjadi penelitian terapan di bidang komunikasi pemasaran, media baru, dan penerbitan. Kolaborasi ketiga bidang tersebut sangat terbuka untuk dikaji lebih lanjut, terutama pemanfaatan media sosial dalam promosi dan penjualan produk-produk penerbitan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Media Baru

Pierre Levy memandang World Wide Web sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis. Hal itu membuat manusia dapat mengembangkan orientasi pengetahuan baru yang juga dapat ikut terlibat dalam koneksi mutual yang lebih interaktif dengan masyarakat dunia. Dunia maya memberikan tempat pertemuan semu yang memperluas dunia sosial, menciptakan peluang pengetahuan baru, dan menyediakan tempat untuk berbagi pandangan secara luas (Little John and Karen A Foss, 2014). Dengan begitu, media baru akan memberikan sebuah interaksi yang berbeda dengan dengan interaksi langsung. Media baru memiliki sifat yang terbuka dan fleksibel. Bahkan, media tidak hanya menjadi sebuah instrumen untuk informasi atau cara memperkenalkan seseorang atau sesuatu. Namun, lebih ke arah untuk menyatukan beberapa bentuk masyarakat dan tentunya agar memiliki rasa saling memiliki. Hal ini tentunya membuat calon mahasiswa dan masyarakat dapat mengetahui informasi dan mengenal Program Studi Penerbitan.

Teori Media Sosial.

Media sosial pada dasarnya merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan keberadaan dan cara kerja komputer. Tiga bentuk bersosial, seperti

pengenalan, komunikasi, dan kerja sama bisa dianalogikan dengan cara kerja komputer yang juga membentuk sebuah sistem sebagaimana adanya sistem di antara individu atau masyarakat. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya melalui berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015:10—11). Dengan begitu, media sosial dapat membantu interaksi dari pengelola program studi dengan calon mahasiswa atau dengan masyarakat umum.

Komunikasi Pemasaran Terpadu

Definisi komunikasi pemasaran terpadu menurut AMA (The American Marketing Association) adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, harga, promosi dan distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu serta tujuan organisasi. Dengan begitu, prosesnya dimulai dari perencanaan dengan tujuan adalah untuk memperkenalkan merek dan membuat konsumen tertarik pada merek tertentu. Pengelola program studi dapat menyampaikan tujuan kepada masyarakat khususnya tujuan dari organisasi.

METODE

Penelitian mengenai upaya memperkenalkan Program Studi Penerbitan dan karya-karyanya kepada masyarakat menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan tentang strategi diversifikasi produk penerbitan dalam pengembangan karya mahasiswa. Penelitian kualitatif secara umum lebih menekankan pada penggunaan diri peneliti sebagai instrumen. Lokasi penelitian adalah tempat peneliti melakukan penelitian guna memperoleh data-data yang akurat dan terpercaya. Penelitian ini dilaksanakan di Jakarta, yaitu Program Studi Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta. Adapun pemilihan lokasi ini berdasarkan pertimbangan untuk mengetahui informasi utama tentang pemanfaatan Instagram sebagai upaya memperkenalkan Program Studi Penerbitan dan karya-karyanya kepada masyarakat. Hal ini disebabkan Program

Studi Penerbitan merupakan tempat pengelolaan akun Instagram Program Studi Penerbitan dan pengumpulan semua hasil karya Tugas Akhir Mahasiswa yang akan dipromosikan melalui akun Instagram Program Studi Penerbitan.

Subjek dalam penelitian ini adalah pengelola akun Instagram Program Studi Penerbitan dan pengelola Program Studi Penerbitan. Kedua subjek ini diharapkan dapat memberikan penjelasan komprehensif mengenai pemanfaatan media sosial Instagram sebagai upaya memperkenalkan Program Studi Penerbitan dan karya penerbitan kepada masyarakat. Sementara itu, objek penelitian ini adalah akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia.

Pengumpulan data primer ini diperoleh dari observasi dan juga wawancara dengan informan pada subjek penelitian yang sesuai. Informasi pertama didapat dari pengelola akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia. Hal ini dilakukan karena mereka merupakan informan utama dan dianggap paling memahami proses pengelolaan akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia. Informan kedua adalah pengelola Program Studi Penerbitan sebagai orang yang dianggap memahami kebijakan dalam pemanfaatan Instagram @prodi.penerbitan.polimedia.

Teknik pengumpulan data merupakan bagian dari proses untuk menguji data. Jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah jenis data kualitatif (data berbentuk data, informasi, dan gambar). Data kualitatif yang digunakan adalah data yang ada di akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia yang berisikan informasi dan promosi tentang produk-produk yang dihasilkan mahasiswa. Adapun teknik pengumpulan data yang pertama adalah wawancara. Dalam melakukan wawancara, dibutuhkan materi pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya. Biasanya berkisar tentang tema masalah dan tujuan penelitian. Metode itu dilakukan dengan menanyakan berbagai pertanyaan pada informan yang dituju. Kedua adalah observasi yang dilakukan terhadap akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia untuk melihat bagaimana pemanfaatan media tersebut dalam mempromosikan dan memperkenalkan Program Studi Penerbitan serta karya mahasiswa kepada masyarakat.

Setelah mengumpulkan data dilakukan reduksi data. Setelah memastikan bahwa hanya data yang valid dan relevan yang digunakan, hasil wawancara, observasi, dan penelusuran bahan pustaka diubah menjadi bentuk tulisan sesuai dengan formatnya masing-masing. Setelah semua data sudah dalam bentuk tulisan, dilanjutkan dengan tahap penyajian data dengan proses verifikasi untuk analisis data guna penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Manfaat Instagram dalam Memperkenalkan Program Studi Penerbitan

Fitur-fitur dalam Instagram dapat digunakan sebagai salah satu media promosi dalam memperkenalkan Program Studi Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif. Tujuan promosi ini tentu saja untuk memperkenalkan kurikulum, aktivitas belajar, serta fasilitas Program Studi Penerbitan kepada masyarakat umum, khususnya calon mahasiswa. Penggunaan akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia diutamakan untuk menampilkan kegiatan yang dilakukan prodi dan juga informasi berupa foto dan video. Selain itu, terdapat fitur *direct message* yang dapat digunakan sebagai media berkomunikasi.

Penanggung jawab pengelolaan Instagram pada Program Studi Penerbitan adalah Koorprodi. Sementara, untuk teknis seperti pembuatan konten, desain, dan *copy writing* dilakukan oleh admin pengelola media sosial, yaitu sekretaris prodi sebagai admin 1 dan dosen penerbitan sebagai admin 2. Salah satu tujuan penggunaan Instagram sebagai media promosi adalah untuk membangun citra lembaga. Hal ini dapat digunakan oleh Program Studi Penerbitan untuk membangun citra di masyarakat dan memperkenalkan program studi kepada calon mahasiswa. Instagram dapat menunjang pembangunan citra baik untuk promosi karena dapat menggunakan gambar, suara, dan warna. Selain itu, tentu target usia *followers* sesuai dengan yang diinginkan. Informasi yang disampaikan juga menjadi maksimal dengan menggunakan Instagram.

Instagram memiliki fungsi memberi informasi yang bermanfaat dan membangun kesadaran nilai merek itu sendiri. Dengan adanya *followers* yang mengikuti konten berisi informasi Program Studi Penerbitan. Saat ini, akun Instagram Program Studi Penerbitan memiliki 683 *followers* sejak tahun 2019. Pengguna ini rata-rata aktif melakukan interaksi di Instagram. Target *followers* tidak hanya mahasiswa aktif di Program Studi Penerbitan, tetapi juga mitra dunia usaha dan industri, organisasi perbukuan, sekolah menengah, dan lembaga kursus. Hal ini dimaksudkan agar konten Instagram dapat menjadi informasi yang bernilai dan tentunya berdampak bagi para *followers*.



Gambar 1. Akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia

Instagram mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi, yaitu minim dalam biaya, tidak membutuhkan banyak SDM, dan penyampaian informasinya singkat. Melalui Instagram, informasi yang disebarakan bisa berbentuk tulisan, foto, dan video. Itulah sebabnya Instagram menjadi platform yang digunakan dalam memperkenalkan Program Studi Penerbitan dengan tujuan menarik minat mahasiswa dan meningkatkan citra lembaga. Pengelola program studi membutuhkan Instagram dalam mempublikasikan kegiatan-kegiatan yang ada di Program Studi

Penerbitan, seperti kegiatan pembelajaran dan kegiatan seminar ataupun pelatihan yang diselenggarakan oleh program studi.

Dengan mempublikasi hal-hal yang informatif ini, akun Instagram tentu menjadi media penyebar informasi yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa atau *followers* akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia. Hal ini dapat dilihat pada konten yang dipublikasikan oleh Program Studi Penerbitan yang pada gambar menunjukkan salah satu aktivitas promosi dengan memperkenalkan fasilitas pembelajaran Program Studi Penerbitan dan peta okupasinya. Sasarannya adalah calon mahasiswa yang merupakan pengguna aktif Instagram dapat mengakses unggahan tersebut dan mendapat informasi yang dibutuhkan.

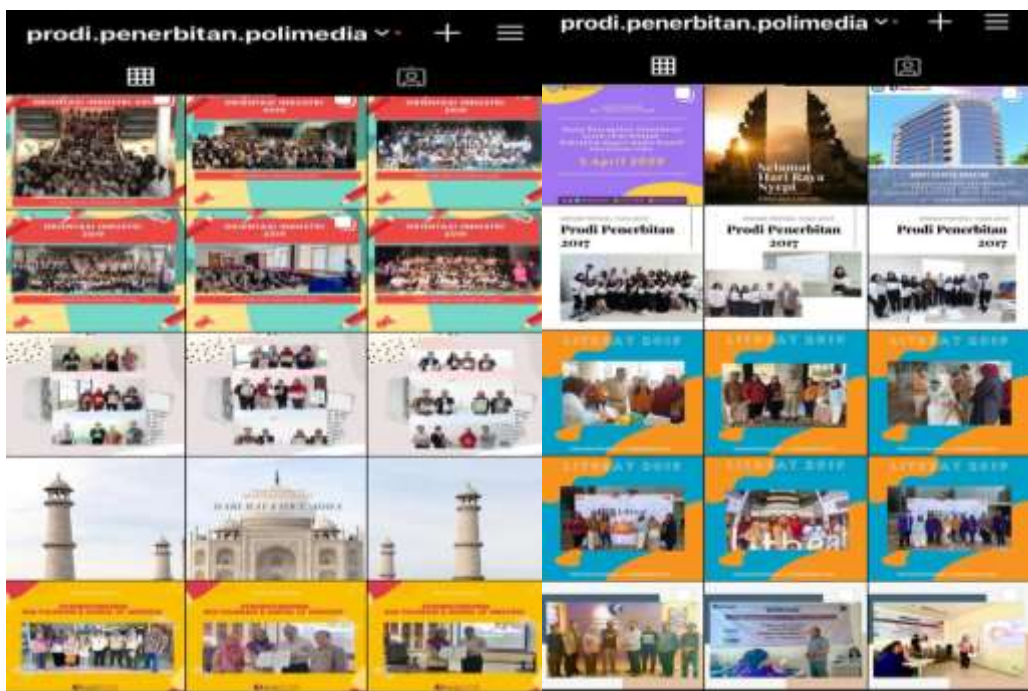


Gambar 2. Unggahan dalam *feeds* akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia

Unggahan yang ada di *feeds* akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia juga menginformasikan tentang kegiatan-kegiatan penting yang berkaitan dengan Jurusan Penerbitan. Unggahan di atas berisi tentang informasi pelatihan teknis yang diadakan sebagai salah satu bentuk pengabdian masyarakat dosen Jurusan Penerbitan. Lalu mengenai Seminar Nasional Mediasi yang dilaksanakan oleh Jurusan Penerbitan dalam memenuhi tri darma perguruan tinggi. Selain menginformasikan

kepada pengguna Instagram, unggahan ini juga bertujuan untuk mengajak masyarakat umum ikut berpartisipasi dalam kegiatan tersebut.

Dalam wawancaranya, admin 1 pengelola Instagram akun @prodi.penerbitan.polimedia mengatakan “Media sosial Instagram ini kami gunakan untuk mem-branding prodi kami kepada masyarakat umum, jadi dalam memilih postingan, desain, dan kata-kata kami cukup selektif, apakah informatif? Apakah bermanfaat? atau menjadi informasi yang dibutuhkan oleh para followers kami” (wawancara: 7 November 2020). Instagram mengedepankan aspek visual, artinya selain informative, postingan juga harus memiliki daya tarik visual dengan desain yang menarik. Hal ini selaras dengan yang diungkapkan oleh admin 2 pengelola akun @prodi.penerbitan.polimedia yang menegaskan “Tidak hanya memikirkan konten apa yang akan diposting, tetapi juga bagaimana desain yang kami gunakan untuk merepresentasikan prodi penerbitan” (wawancara 10 November 2020).

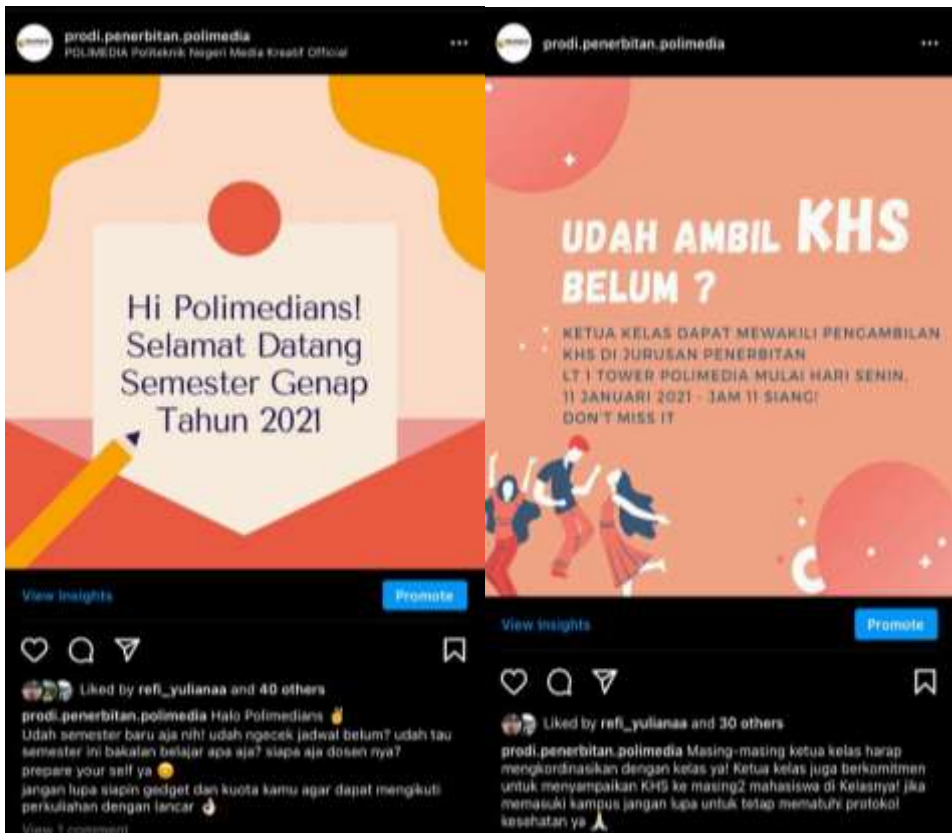


Gambar 3. Desain akun Instragram @prodi.penerbitan.polimedia

Desain yang digunakan dalam beberapa postingan yang masih terkait pada akun @prodi.penerbitan.polimedia disesuaikan dengan *template* yang sudah disediakan sebelumnya. Warna yang digunakan didominasi oranye sebagai salah satu simbol penciri Politeknik Negeri Media Kreatif. Terlihat pada gambar, informasi tentang orientasi industri yang dibagikan ke Instagram memiliki *template* yang sama. Selanjutnya adalah informasi partisipasi prodi penerbitan dalam kegiatan Litbeat yang dilaksanakan di Perpustakaan Nasional, juga dibagikan di akun @prodi.penerbitan.polimedia dengan menggunakan *template* yang sama. Konsistensi ini juga sebagai menambah elemen estetika dalam tampilannya.

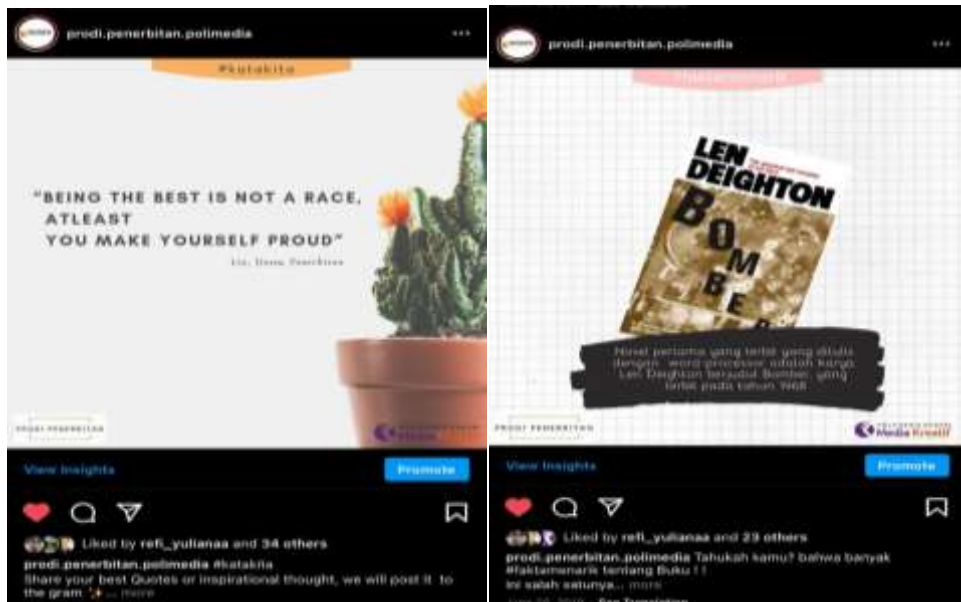
Salah satu usaha untuk menarik minat calon mahasiswa Program Studi Penerbitan, selain menampilkan ada di Program Studi Penerbitan, juga menjelaskan tentang sarana dan prasarana yang ada di lingkungan kampus. Bentuk atau desain dibuat menampilkan identitas Program Studi Penerbitan sebagai lembaga tetapi juga disesuaikan dengan target pengguna Instagram. Begitu juga dengan penggunaan bahasa. Bahasa yang digunakan selain informatif dan menarik, juga harus sederhana dan dapat dipahami oleh target pengguna Instagram, yaitu mahasiswa, calon mahasiswa, dan masyarakat umum.

Aktivitas promosi pada media sosial Instagram ini juga untuk menjaga merek agar tetap segar dalam ingatan konsumen. Di bawah ini adalah contoh unggahan pada akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia untuk mengingatkan aktivitas dan kegiatan yang dilakukan. *Followers* akan diberikan informasi tentang suatu hal yang memiliki konten yang sama. Akan tetapi, dikemas dengan desain yang berbeda. Pemberian informasi melalui Instagram, dapat menjaga informasi tetap segar karena dalam penyampaian dapat dilakukan dalam waktu 24 jam. Sesuai dengan karakteristik media sosial yang dapat di akses dari mana saja dan kapan saja. Maka dari itu, setiap mahasiswa atau calon mahasiswa dapat melihat informasi yang diunggah oleh Program Studi Penerbitan kapan saja dan di mana saja sehingga cukup mudah mengingat informasi yang disampaikan.



Gambar 4. Contoh *post* pada akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia

Jika dikaitkan dengan objek penelitian ini maka Instagram sendiri dapat membentuk nilai elegan pada promosi yang dilakukan oleh Program Studi Penerbitan. Nilai tambahan yang coba disajikan pada akun @prodi.penerbitan.polimedia salah satunya adalah adanya rubrikasi konten. Menurut admin 1 “*Adding value* tidak melulu berbicara mengenai sesuatu yang bernilai material, tetapi juga dapat berupa informasi tambahan yang menarik, yang sebelumnya tidak kita ketahui.” (wawancara tanggal 7 November 2020).



Gambar 5. Rubrikasi konten akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia

Gambar di atas menampilkan dua rubrik yang berbeda pada akun @prodi.penerbitan.polimedia. Yang pertama adalah #katakita, rubrik ini berisikan konten *quotes* atau penggalan kalimat dari para dosen Program Studi Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif. *Quotes* tersebut bertujuan memiliki nilai tambah sebagai motivasi bagi mahasiswa Program Studi Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif. #katakita diunggah satu kali dalam seminggu. Selanjutnya, rubrik #faktamenarik, berisikan tentang informasi unik dan menarik mengenai segala hal yang berkaitan dengan bidang buku dan penerbitan. Konten ini juga diunggah sekali dalam satu minggu. Admin pengelola akun @prodi.penerbitan.polimedia berusaha konsisten dalam mengelola rubrik ini. Hal itu terlihat dari interval unggahan dan desain *template* yang digunakan dalam rubrik ini.

Dengan memanfaatkan fitur-fitur beragam yang ditawarkan platform Instagram, kegiatan promosi melalui digital baik dalam bentuk foto maupun video ini menjadikan nilai tambah tersendiri bagi *followers* akun Instagram dalam menikmati informasi yang diberikan. Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi memiliki

nilai positif. Pengelola Program Studi Penerbitan bisa meminimalkan biaya promosi dan mengurangi penggunaan brosur, surat selebaran, ataupun spanduk.

2. Pemanfaatan Instagram dalam Mempromosikan Karya-Karya Penerbitan

Komunikasi pemasaran sebagai cara perusahaan dalam menginformasikan, mengajak, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai suatu produk atau merek yang dijualnya (Kotler & Keller, 2016). Media sosial merupakan suatu aktivitas komunikasi pemasaran yang menggunakan media elektronik (daring) dalam menarik konsumen atau perusahaan dalam berbagai bentuk (gambar, tulisan, dan lainnya) untuk meningkatkan kesadaran, citra perusahaan, dan untuk meningkatkan penjualan.

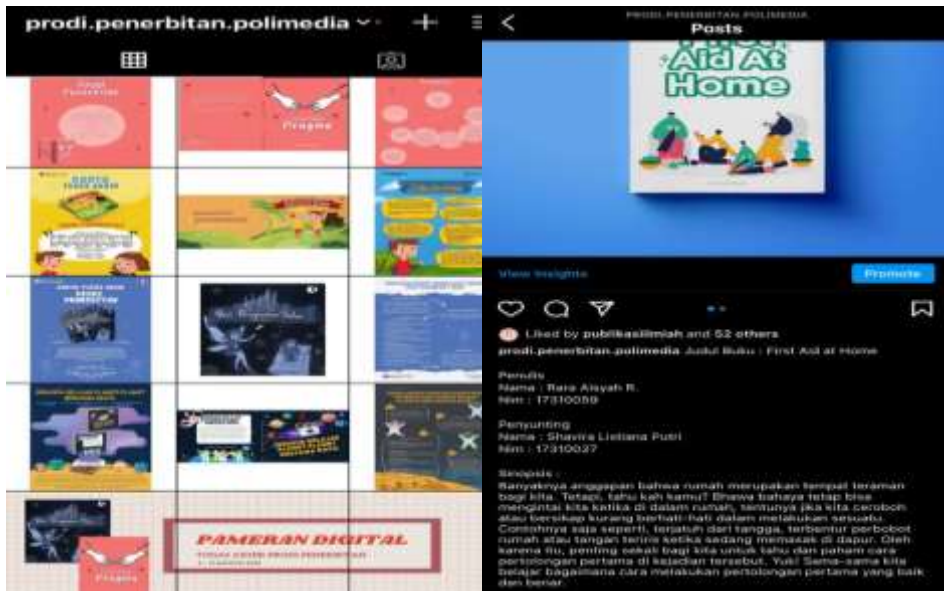
Penggunaan media sosial Instagram oleh pengelola Program Studi Penerbitan bukan hanya ditujukan sebagai wadah informasi mahasiswa atau untuk memperkenalkan dan membuat calon mahasiswa tertarik dengan Program Studi Penerbitan. Target pengguna atau *followers* akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia juga berasal dari penerbit buku, komunitas perbukuan, dan dunia usaha serta industri buku. Oleh karena itu, fungsi lain Instagram juga dimanfaatkan dalam pengenalan produk karya tugas akhir mahasiswa Program Studi Penerbitan.

Produk karya yang dimiliki tentu saja berupa buku yang ditulis, disunting, dan diatak (*layout*) oleh mahasiswa Program Studi Penerbitan. Buku yang dihasilkan setiap tahunnya rata-rata berjumlah 20 hingga 30 judul buku. Sebelumnya, Program Studi Penerbitan aktif mengikuti berbagai pameran dan *book fair* yang diselenggarakan, baik nasional maupun internasional. Dengan adanya media sosial Instagram, pengelola mencoba melakukan promosi karya secara digital melalui platform Instagram dengan segala keunggulan fitur yang dimiliki.



Gambar 6. *Insight* aktivitas *followers* akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia

Pada gambar di atas dapat dilihat aktivitas aktif para pengguna Instagram dan *followers* @prodi.penerbitan.polimedia. Pada grafik pertama ditunjukkan rentang usia rata-rata *followers* aktif di angka 18—24 tahun sebanyak 48% yang dapat diindikasikan mahasiswa dan calon mahasiswa, 25—34 tahun 25,9% dan 35—44 tahun 18% dan 45—54 tahun sebanyak 5% yang dapat diasumsikan sebagai mitra dunia usaha dan industri, komunitas perbukuan dan sebagainya. Grafik kedua menunjukkan peta geografis *followers* yang 39,5% berasal dari Jakarta dan Depok sebesar 12%. Pada grafik ketiga menunjukkan presentasi interaksi per unggahan, akun yang melakukan interaksi dengan akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia rata-rata 628 akun per unggahan. Tentunya ini adalah angka yang cukup tinggi, sehingga pemanfaatan Instagram sebagai wadah dalam mempromosikan karya Program Studi Penerbitan harus dilakukan. Dalam aktivitas promosinya, konten dikemas dalam bentuk pameran digital karya tugas akhir yang menampilkan gambar cover, infografis, dan poster serta tentunya dilengkapi dengan detail tim penyusun dan juga sinopsis yang diterangkan pada kolom *caption*.

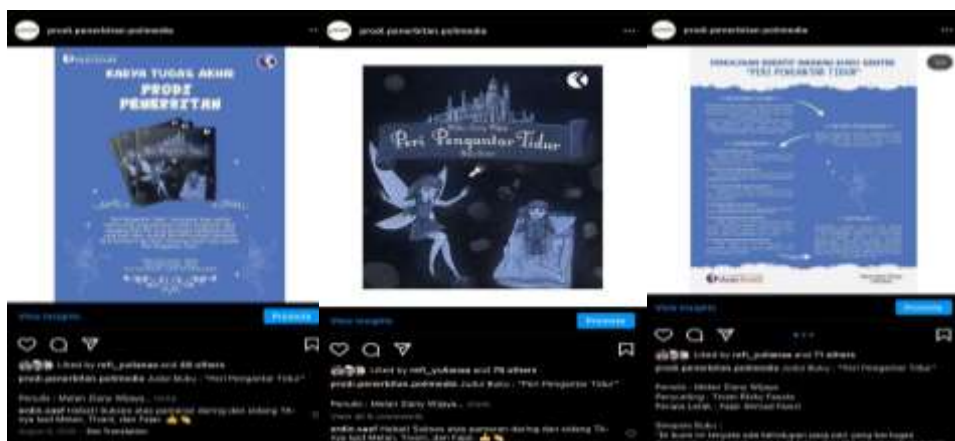


Gambar 7. Unggahan dalam *feeds* pameran digital akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia

Gambar di atas adalah unggahan dalam *feeds* akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia yang memperlihatkan secara detail karya-karya produk tugas akhir yang dihasilkan. Tujuannya adalah secara umum masyarakat atau pengguna Instagram dapat mengetahui produk buku seperti apa yang dihasilkan oleh mahasiswa Program Studi Penerbitan. Secara khusus, unggahan ini ditujukan kepada penerbit-penerbit yang mencari penulis, atau naskah buku yang akan diakuisisi atau dibeli hak ciptanya. Sejauh ini, respon positif dari perusahaan penerbit terhadap karya yang dipamerkan cukup signifikan.

Pada masa pandemi Covid-19, kegiatan belajar mengajar harus tetap berjalan. Platform daring digunakan secara maksimal, termasuk media sosial Instagram. Sebelum diseminarkan, buku karya tugas akhir mahasiswa Program Studi Penerbitan harus mengikuti pameran internal. Akan tetapi, karena pandemi pameran tidak bisa dilakukan secara langsung, akhirnya diselenggarakan secara daring. Program Studi Penerbitan menggunakan akun Instagram

@prodi.penerbitan.polimedia sebagai wadah pameran digital secara daring produk karya tugas akhir mahasiswa.



Gambar 8. Salah satu karya yang di pameran di akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia

Buku “Peri Pengantar Tidur” adalah salah satu judul karya tugas akhir mahasiswa Program Studi Penerbitan. Karya ini beserta karya yang lainnya dipamerkan pada media sosial akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia sebelum seminar akhir dilaksanakan. Adapun yang diunggah adalah poster dari karya tersebut, sampul depan, dan infografis yang berisi tentang ringkasan dari laporan tugas akhir. Pada kolom *caption* ditambahkan keterangan tim penulis, judul buku, dan juga sinopsis. Dengan mengunggah karya ini di media sosial, pengelola program studi berharap ini tidak hanya sebagai wadah apresiasi terhadap mahasiswa, tetapi juga sebagai langkah awal untuk mengenalkan karya mahasiswa Program Studi Penerbitan tidak hanya pada skala nasional, tetapi juga internasional. Ke depannya, Program Studi Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif mengembangkan strategi promosi digital tidak hanya menggunakan Instagram dan media sosial saja, tetapi saat ini pengembangan laman katalog digital karya produk tugas akhir Program Studi Penerbitan sedang dilakukan. Harapannya, katalog digital ini dapat menjadi wadah promosi dan pemasaran yang lebih luas lagi untuk mengenalkan produk mahasiswa Program Studi Penerbitan.

SIMPULAN

Hasil analisis deskriptif dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan dalam peran Instagram sebagai media promosi sekaligus memperkenalkan Program Studi Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif. Selain itu, aktivitas promosi produk, seperti pameran digital di Instagram juga menjadi penarik perhatian bagi para penerbit yang mencari naskah untuk diterbitkan. Pemilihan Instagram sebagai media promosi yang aktif didasari oleh alasan bahwa Instagram memiliki kepraktisan dan memberikan manfaat dengan mengunggah foto produk karya, video produk karya, foto kegiatan pembelajaran, dan aktivitas lainnya. Unggahan tersebut dilihat oleh *followers* dan mendapatkan respon yang baik dan aktif.

Pengelola program studi membutuhkan Instagram dalam mempublikasikan kegiatan-kegiatan yang ada di Program Studi Penerbitan. Bukan hanya informasi tentang kegiatan nonakademis yang dipublikasikan, melainkan juga kegiatan pembelajaran mahasiswa yang ada di Politeknik Negeri Media Kreatif. Instagram sudah menjadi ajang untuk berbagai info dan kegiatan yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa, masyarakat, ataupun *followers* Instagram Program Studi Penerbitan.

Selain itu, Instagram juga ditujukan agar secara umum masyarakat atau pengguna Instagram dapat mengetahui produk buku yang seperti apa yang dihasilkan oleh mahasiswa Program Studi Penerbitan. Secara khusus, ditujukan kepada penerbit-penerbit yang mencari penulis, atau naskah buku yang akan diakuisisi atau dibeli hak ciptanya. Sejauh ini, respon positif dari perusahaan penerbit terhadap karya yang dipamerkan cukup signifikan. Konten-konten pada akun Instagram @prodi.penerbitan.polimedia telah sesuai dengan citra lembaga akan tetapi tetap dikemas dengan gaya bahasa dan desain yang *fresh* dan atraktif. Ke depannya, Instagram ini berpotensi untuk menjadi wadah promosi dengan melakukan berbagai kegiatan *advertising* berbayar agar mencapai cakupan yang lebih luas.

Penelitian ini penting karena pada akhirnya tidak hanya sekadar pemaparan tentang Instagram atau media sosial, tapi lebih pada penjelasan antara ilmu

komunikasi dengan penerbitan. Pemahaman tentang pemanfaatan Instagram akan sangat berguna dan membantu berbagai kalangan. Khususnya peneliti, ataupun pihak manajemen penerbitan, dan siapa pun yang menaruh perhatian terhadap isu ini. Diharapkan ke depannya akan ada pemahaman secara praktis untuk menyikapi penelitian dengan tema komunikasi dan penerbitan dengan lebih baik lagi.

DAFTAR RUJUKAN

- Ardial. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Creswell, John W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih di Antara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Prajarto, Nunung. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Banten: Universitas Terbuka.
- Setiawan, A.C. (2015). *Tips Produktif Ber-Social Media: Memanfaatkan Aneka Sosial Media Populer, Riset Sosial Media, Promosi Online*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Sihabudin, Ahmad. (2011). *Komunikasi AntarBudaya: Satu Perspektif Multidimensi*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Pathia, Laelatul. (2020). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah. *Jurnal Mediasi*, 1 (3,) 174—188.