

## MANFAAT MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI WADAH PROMOSI PADA YUUSTORIES FLORIST DI KARAWANG

Selvy Nur Agustiin<sup>1</sup>, Sekar Ayu Puspitasari<sup>2</sup>, Santi Pertiwi Hari Sandi<sup>3</sup>, Dwi Epty Hidayaty<sup>4</sup>

Universitas Buana Perjuangan Karawang

### Abstrak

Artikel ini membahas manfaat media sosial Instagram sebagai wadah promosi bagi Yuustories Florist di Karawang. Instagram telah menjadi platform yang efektif dalam memperluas jangkauan merek dan membangun interaksi dengan pelanggan. Melalui pendekatan deskriptif dengan pendekatan observatif, kunjungan ini mengeksplorasi bagaimana Yuustories Florist memanfaatkan Instagram untuk mencapai target pasar yang tepat, meningkatkan keterlibatan pelanggan, memamerkan kreativitas produk, dan meningkatkan penjualan. Hasil dari kunjungan ini menunjukkan bahwa penggunaan Instagram memberikan manfaat yang signifikan bagi Yuustories Florist. Dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram, seperti posting gambar dan video yang menarik dan menata feed dengan baik Yuustories Florist berhasil meningkatkan visibilitas merek mereka di kalangan pengguna Instagram di Karawang dan sekitarnya. Selain itu, interaksi dengan pelanggan juga meningkat melalui komentar, pesan langsung, dan fitur interaktif lainnya. Hal ini membantu Yuustories Florist membangun hubungan yang erat dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas merek. Dalam artikel ini juga disajikan studi kasus atau bukti keberhasilan yang relevan yang menunjukkan bagaimana Yuustories Florist telah mencapai manfaat nyata melalui perbandingan keterlibatan pelanggan, dan peningkatan penjualan yang dicapai oleh Yuustories Florist.

**Kata Kunci:** Media sosial, Instagram, Yuustories Florist

### Abstract

*This article discusses the benefits of Instagram social media as a promotional platform for Yuustories Florist in Karawang. Instagram has become an effective platform in expanding brand reach and building interaction with customers. Through a descriptive approach with an observational approach, this visit explores how Yuustories Florist utilizes Instagram to reach the right target market, increase customer engagement, showcase product creativity, and increase sales. The results of this visit show that the use of Instagram provides significant benefits to Yuustories Florist. By utilizing Instagram's features, such as posting attractive images and videos and organizing the feed well, Yuustories Florist managed to increase their brand visibility among Instagram users in Karawang and surrounding areas. In addition, interaction with customers also increased through comments, direct messages, and other interactive features. This helped Yuustories Florist build close relationships with customers and increase brand loyalty. In this article, relevant case studies or proof of success are also presented that show how Yuustories Florist has achieved tangible benefits through comparison of customer engagement, and increased sales achieved by Yuustories Florist.*

**Keywords:** Keywords: Social media, Instagram, Yuustories Florist

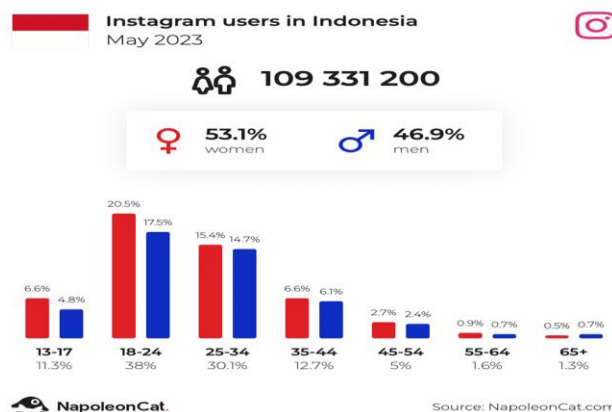
Alamat Korespondensi

E-mail: [mn21.sekarpuspitasari@mhsbupkarawang.ac.id](mailto:mn21.sekarpuspitasari@mhsbupkarawang.ac.id)

## Pendahuluan

Pendirian toko bunga dimulai pada tahun 1875. Saat itu, rangkaian bunga dibuat di toko bunga dalam bentuk vas, karangan bunga, dan keranjang. Bukti tertua tentang rangkaian bunga yang dibuat pada vas berasal dari Mesir kuno sekitar 2500 SM. Bunga yang digunakan oleh orang Mesir kuno dipilih dengan cermat karena makna simbolisnya dalam arti religius. Seiring waktu, banyak orang membutuhkan karangan bunga dalam bentuk penghargaan dan hadiah. Banyak florist bermunculan dari sini, salah satunya Yuustories Florist di Kota Karawang. Melihat banyaknya peminat bunga, pengusaha bernama Fuji Lestari ini tergerak untuk membuka toko bunga. Pendirian Yuustories Florist berawal dari pemiliknya yang tertarik dengan kerajinan tangan kemudian menjalankan kursus online membuat karangan bunga. Namun seiring berjalannya waktu, Fuji Lestari mengembangkan ide sesuai dengan permintaan pelanggan.

Berdasarkan laporan dari We Are Social dan Hootsuite, Facebook merupakan platform media sosial yang paling banyak digunakan saat ini. Pada Januari 2023, Facebook mencatat jumlah pengguna aktif terbanyak dengan mencapai 2,9 miliar pengguna. Platform berikutnya adalah YouTube, dengan jumlah pengguna aktif sebanyak 2,2 miliar. Instagram dan WhatsApp juga mencatat jumlah pengguna aktif yang seimbang, yakni mencapai 2 miliar pada bulan yang sama. Selanjutnya, terdapat platform WeChat dengan jumlah pengguna aktif sebanyak 1,3 miliar dan TikTok dengan jumlah pengguna aktif sebanyak 1 miliar.



**Gambar 1. Grafik Jumlah Pengguna Instagram.**

Sumber: Napoleon Cat (2023)

Instagram adalah salah satu jejaring sosial dengan pertumbuhan tercepat di dunia yang berfokus pada berbagi foto dan video. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengguna Instagram di negara ini yang mencapai ratusan juta orang. Menurut data dari Napoleon Cat, Pada bulan Mei 2023, populasi pengguna Instagram di Indonesia mencapai 109.331.200 orang, yang setara dengan 39,1% dari total populasi. Mayoritas dari pengguna tersebut adalah perempuan, dengan proporsi sebesar 53,1%. Kelompok usia 18 hingga 24 tahun menjadi kelompok pengguna terbesar dengan jumlah mencapai 41.500.000 individu. Terdapat perbedaan signifikan antara jumlah pria dan wanita pada kelompok usia 18 hingga 24 tahun, di mana jumlah wanita mencapai 19.100.000 orang. Didirikan pada tahun 2010, Instagram semakin populer dengan menambahkan fitur-fitur baru yang inovatif seperti Instagram Stories, Shopping, Instagram Reels, dan banyak lagi (Sari, 2020). Saat ini, banyak pengusaha yang lebih mudah memasarkan produknya berkat media sosial dan fitur pendukung Instagram. Dampak konten di media sosial, khususnya interaksi melalui platform Instagram, tidak terbatas pada iklan sebagai sarana untuk menciptakan paradigma baru (Castillo-abdul et al., 2022). Periklanan adalah suatu usaha untuk menyajikan suatu produk atau jasa sedemikian rupa sehingga dapat dikenal dan diterima oleh masyarakat luas (National & Pillars, 2020). Media periklanan yang berdampak besar bagi Yuustories Florist selama ini adalah

Instagram karena dapat membantu Yuustories Florist menjangkau audiens yang tepat serta meningkatkan retensi dan interaksi pelanggan. Itulah mengapa kami tertarik untuk menulis artikel tentang “Manfaat Media Sosial Instagram Sebagai Wadah Promosi Pada Yuustories Florist di Karawang”.

## Metode

Dalam artikel ini metode yang digunakan adalah deskriptif dengan observatif. Yuustories Florist di Karawang dipilih sebagai subjek studi kasus untuk menggambarkan penggunaan media sosial Instagram sebagai wadah promosi. Observasi dilakukan dengan wawancara langsung ke tempat kunjungan industri di UMKM Yuustories Florist yang beralamat di Jl. Menati 1, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang pada tanggal 15 Maret 2023 untuk memahami bagaimana Yuustories Florist memanfaatkan Instagram sebagai alat promosi, termasuk jenis konten yang diposting dan interaksi dengan pengguna. Sumber data merupakan data primer hasil observasi dan data sekunder berupa referensi karya dan hasil kunjungan orang lain (Santi, 2023).

## Hasil dan Pembahasan

Media sosial adalah media online di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten, seperti blog, jejaring sosial, forum, dan dunia maya (Rafi q, 2020). Di dunia bisnis, media sosial digunakan sebagai sarana komunikasi sederhana antara penjual dan konsumen, tanpa mementingkan waktu dan tempat. Salah satunya adalah media sosial Instagram yang saat ini banyak digunakan dalam kegiatan bisnis. Penggunaan Instagram semakin meningkat dari waktu ke waktu dan terus memperbarui berbagai fitur yang menarik minat lebih banyak pengguna (Setiawan et al., 2023). Maka dari itu semakin banyak pembisnis yang menggunakan Instagram sebagai wadah promosi mereka. Selain itu, penggunaan strategi promosi pada media sosial dapat meningkatkan efektivitas dalam promosi, karena komunikasi informasi melalui media sosial dapat menjangkau konsumen secara luas dalam waktu singkat dan mengarahkan konsumen untuk mengenal produk yang dijual oleh produsen (Prihadi & Susilawati, 2018). Berbagai produk dipasarkan melalui media sosial diantaranya karangan bunga. Saat ini, banyak pebisnis yang mengembangkan usahanya dengan memasarkan produknya melalui Instagram di media sosial. Itulah yang dilakukan Yuustories Florist.

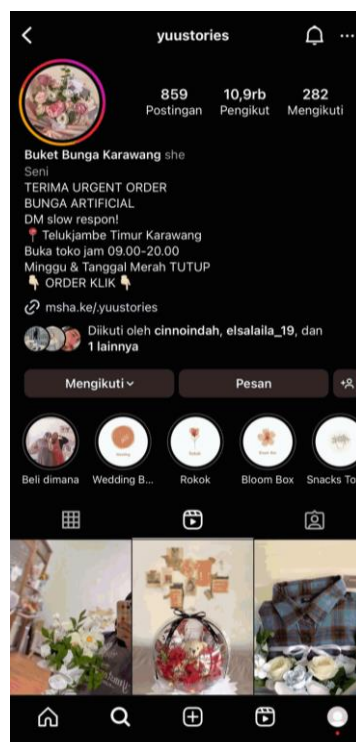
Yuustories Florist adalah perusahaan kerajinan yang menawarkan karangan bunga, karangan bunga uang, karangan bunga balon, dll. Yuustories Florist didirikan pada tahun 2019 dengan pemiliknya Fuji Lestari. Yuustories Florist menggunakan media sosial yaitu Instagram untuk memasarkan produknya dengan akun Instagram bernama @yuustories dan saat ini memiliki 10,8 ribu pengikut Instagram. Pemanfaatan Instagram untuk memasarkan rangkaian bunga secara online menawarkan beberapa keuntungan yaitu meningkatkan interaksi antara pemilik usaha dan konsumen, karena para produsen media sosial dapat mengetahui pola konsumsi dan berinteraksi secara personal untuk membangun koneksi yang lebih dalam dengan mempromosikan usaha ini diterapkan melalui Instagram story dan postingan Instagram (Miladiyah & Riyanto, 2022). Keunggulan lainnya adalah konsumen tidak harus datang langsung ke toko, tetapi bisa memesan melalui akun Instagram @yuustories sehingga menghemat waktu. Instagram juga bisa menjadi platform periklanan yang membantu mempromosikan bisnis Yuustories Florist kepada konsumen. Yuustories Florist menawarkan kerajinan bunga yang menarik dan berkualitas. Sebelum dijual ke pelanggan, kerajinan diberi label dengan stiker bertuliskan "Yuustories" dan kemudian dikemas dalam kantong kertas yang dirancang dengan tangan. Desain kantong kertas dan stiker yang digunakan dapat menarik dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen suatu produk kerajinan bunga di Yuustories Florist. Penggunaan desain yang menarik juga menjadi bagian dari strategi promosi penjualan Yuustories Florist. Oleh karena itu desain kemasan harus dibuat kreatif mungkin dan menunjukkan kepada konsumen desain kemasan yang terbaik (Apriyanti, 2018).

Berikut beberapa contoh kemasan buket dan logo yang siap dikirim ke pelanggan :



**Gambar 2. Grafik Jumlah Pengguna Instagram.**

Sumber: Instagram Instagram @yuustories



**Gambar 3. Grafik Jumlah Pengguna Instagram.**

Sumber: Instagram Instagram @yuustories

Gambar 3. menunjukkan profil instagram @yuustories dengan memberikan informasi menjual buket bunga yang dijual di Kota Karawang, Yuustories Florist menerima pesanan mendadak, juga terdapat alamat toko offline store di Telukjambe Timur Karawang buka hari Senin sampai hari sabtu, pukul 09.00 sampai pukul 20.00. Selain itu terdapat link yang akan langsung menghubungkan kepada nomor Whatsapp Yuustories Florist. Dalam pelaksanaan program promosi, Instagram digunakan sebagai sarana kegiatan promosi. Akun Instagram @yuustories memiliki 10,9 ribu pengikut dan 859 postingan. Yuustories Florist secara aktif mengelola akun Instagram dengan membagikan berbagai produk yang dijualnya hampir setiap hari melalui Instagram Story dan postingan Instagramnya, menata sorotan yang berisi berbagai jenis produk, testimoni pelanggan diatur dengan rapi untuk menarik pelanggan lebih banyak. Sorotan adalah

kumpulan foto, video, atau postingan yang sebelumnya diposting ke cerita Instagram sehingga pengguna Instagram dapat terus melihatnya lagi.

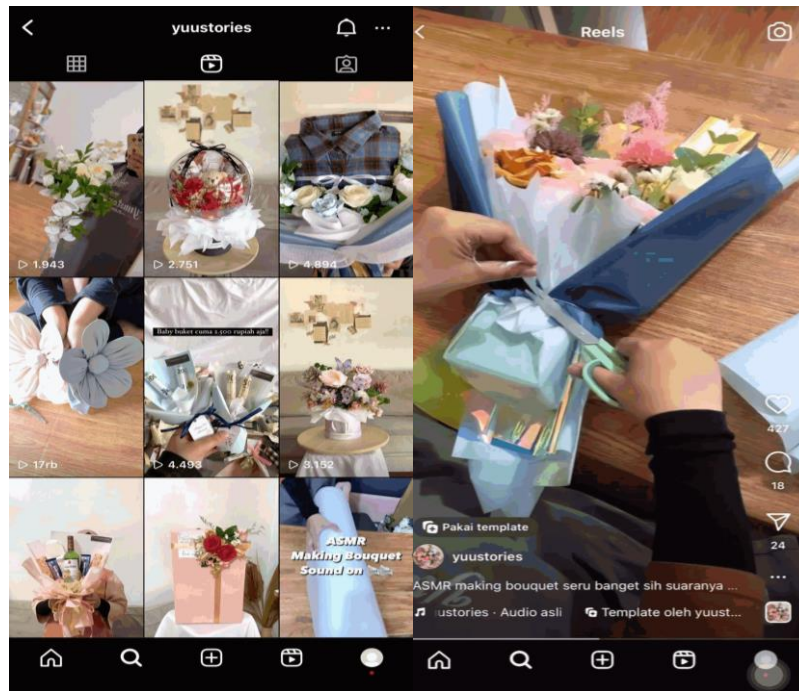


**Gambar 4. Feed Instagram**

Sumber: Instagram Instagram @yuustories

Pada Gambar 4 yang menarik dan kualitas gambar yang baik dapat meningkatkan interaksi yang lebih banyak, ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah pengikut (Priyanto et al., 2018). Feed Instagram juga patut menjadi perhatian penjual, karena feed yang tertata dengan baik menarik konsumen untuk melihat-lihat akun Instagram dan membeli produk yang ditawarkan. Selain aktif mengunggah foto, instagram @yuustories ini juga aktif dalam mengunggah video. Video reels yang di posting terkait cara pembuatan buket bunga serta konten-konten menarik tentang produk-produk yang mereka jual.

Berikut merupakan tampilan Konten Vidio Reels Inatagram Yuustories Florist :



**Gambar 5. Feed Instagram**

Sumber: Instagram Instagram @yuustories

Pada gambar 5 dapat dilihat pada keseluruhan postingan bahwa konten video reels yang di posting oleh akun intagram @yuustories lebih berhasil menarik tingkat keterlibatan atau interaksi pengguna dengan konten yang diposting oleh Yuustories Florist di Instagram di bandingkan dengan hanya postingan foto saja di lihat dari tabel keterlibatan konten berikut :

**Table 1. Keterlibatan Konten**

| No. | Kategori                 | Jumlah |             |
|-----|--------------------------|--------|-------------|
| 1.  | Jenis Konten             | Foto   | Video Reels |
| 2.  | Jumlah Seluruh Postingan | 753    | 106         |
| 3.  | Jumlah Likes             | 84     | 427         |
| 4.  | Jumlah Komentar          | 2      | 18          |
| 5.  | Jumlah Berbagi           | 0      | 23          |

Sumber : Foto dan video reels Instagram @yuustories

Tabel 1 menunjukkan bagaimana menggambarkan tingkat keterlibatan atau interaksi pengguna dengan konten yang diposting oleh Yuustories Florist di Instagram. Tabel ini memberikan gambaran video reels lebih sukses dalam menarik perhatian dan mendapatkan respon dari pengikut. Pada kolom 1 jenis konten contohnya foto dan video reels, pada kolom 2 terdapat 753 jumlah postingan foto dan 106 postingan video reels yang telah di post oleh @yuustories kolom ini menunjukkan berapa banyak postingan yang telah dipublikasikan untuk setiap jenis konten. Hal ini memberikan gambaran tentang seberapa aktif Yuustories Florist dalam

membuat konten dan memperbarui feed mereka. Pada kolom 3 jumlah likes (suka) yang diterima pada salah satu postingan foto sebanyak 84 likes dan video reels sebanyak 427 likes. Likes menunjukkan seberapa disukai konten tersebut oleh pengguna Instagram. Pada kolom 4 jumlah komentar yang diberikan oleh pengguna pada salah satu postingan foto sebanyak 2 dan video reels 18 komentar. Komentar adalah bentuk interaksi yang lebih langsung dan dapat memberikan wawasan tentang seberapa menarik konten tersebut bagi pengguna. Dan pada kolom 5 jumlah berbagi atau shares yang diperoleh pada salah satu postingan foto adalah 0 dan video reels 25 komentar. Berbagi menunjukkan sejauh mana pengikut Yuustories Florist tertarik untuk membagikan konten mereka kepada orang lain, yang dapat membantu memperluas jangkauan promosi. Dengan tabel ini, dapat terlihat dengan jelas melihat dan membandingkan tingkat keterlibatan yang diterima oleh jenis konten foto dan video reels yang diposting oleh Yuustories Florist. Informasi ini dapat membantu Yuustories Florist dalam mengoptimalkan strategi konten mereka di Instagram dan meningkatkan interaksi dengan pengikut.

## Kesimpulan

Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi telah membawa keuntungan yang signifikan bagi Yuustories *Florist* di Karawang. Penggunaan Instagram meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek Yuustories *Florist* di kalangan pengguna Instagram di Karawang dan sekitarnya. Yuustories *Florist* berhasil menarik perhatian pelanggan potensial dan menumbuhkan pengikut mereka. Dengan menggunakan tagar yang relevan, penargetan geografis, dan strategi promosi yang efektif, Yuustories *Florist* dapat menjangkau audiens yang paling tertarik dengan produk dan layanan Karawang *Florist* dengan pesan promosi mereka. Yuustories *Florist* dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan melalui komentar, pesan langsung, dan fitur interaktif lainnya. Instagram telah menjadi alat yang ampuh bagi Yuustories *Florist* untuk meningkatkan penjualan. Dengan memanfaatkan fitur seperti tautan dalam profil, pengikut Instagram dapat membeli produk langsung dari Yuustories *Florist*, sehingga meningkatkan penjualan. Manfaatkan fitur Instagram seperti tagar dan strategi penargetan iklan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih relevan. Terlibat secara aktif dengan pengikut dan pelanggan melalui komentar, pesan langsung, dan fitur interaktif lainnya untuk membangun hubungan yang kuat dan meningkatkan retensi pelanggan. Memudahkan pengikut Instagram untuk membeli produk bunga langsung dari Yuustories *Florist* menggunakan fitur toko dan tautan pada profil. Kunjungan industri selanjutnya disarankan lebih cermat dalam proses pencarian informasi dan lebih mempelajari masalah yang dibahas dengan memperbanyak literatur, wawancara, dan sumber referensi terbaru.

## Daftar Referensi

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, 10(1), 20. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Castillo-abdul, B., Pérez-escoda, A., & Núñez-barriopedro, E. (2022). Promoting Social Media Engagement Via Branded Content Communication: A Fashion Brands Study on Instagram. *Media and Communication*, 10(1), 185–197. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4728>
- Miladiah, A. F., & Riyanto, S. (2022). Sejarah Rekam Medis. *Journal Of Primary Education*, 3(1), 180–187.
- National, G., & Pillars, H. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue July). <https://www.researchgate.net/publication/342644678>
- Prihadi, D., & Susilawati, A. D. (2018). Pengaruh Kemampuan E-Commerce dan Promosi di Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 15.

<https://doi.org/10.23917/benefit.v3i1.5647>

- Priyanto, R., Syarifuddin, D., & Martina, S. (2018). Perancangan Model Wisata Edukasi di Objek Wisata Kampung Tulip. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 15.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18-29.
- Santi, S. H. P. (2023). *PENERAPAN PENJUALAN MENGGUNAKAN DIGITALISASI DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA PELAKU UMKM DESA KERTARAHARJA KECAMATAN PEDES KARAWANG*.
- Sari, M. T. (2020). *Promosi Perpustakaan melalui Media Sosial Instagram @ austinpubliclibrary : Studi di Austin Public Library Texas*. 9(4), 19-33.
- Setiawan, E., Pertiwi, S., Sandi, H., Ekonomi, F., Bisnis, D., Buana, U., & Karawang, P. (2023). *SHOP DALAM MEDIA PENJUALAN PECCI BAMBU DI KERTARAHARJA*. 2(1), 3473-3481.