

Peran Digital Marketing Melalui Instagram Dalam Menedukasi Mahasiswa oleh PT. Agrodana Futures

Jemima Angella Setyana¹⁾, Sugeng Purwanto²⁾

^{1,2.)} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur”

21012010187@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK: *Digital Marketing* adalah pemasaran produk dan layanan dengan memanfaatkan teknologi digital. Saat ini pemasaran digital yang memadukan jaringan internet dengan platform dan teknologi digital mulai banyak diterapkan pebisnis. Kecenderungan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasi memberikan tantangan bagi dunia usaha agar menjangkau masyarakat yang lebih luas. PT Agrodana Futures melihat hal ini menjadi sebuah peluang. Rumusan masalahnya yaitu pemanfaatan media sosial yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana digital marketing dapat membantu menjaga kinerja bisnis. Penelitian menerapkan pendekatan kualitatif dengan tujuan dapat memahami fenomena yang dialami subjek penelitian. Observasi terhadap manajer cabang dan metode dokumentasi digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikerjakan, dapat disimpulkan bahwa opini masyarakat terhadap investasi dan perdagangan palsu menguat, dan masyarakat menjadi makin berhati-hati dalam menetapkan perusahaan untuk berinvestasi. Berdasarkan hal itu, perusahaan memperkenalkan strategi baru untuk bertahan dan bersaing yaitu memilih Instagram sebagai media untuk menerapkan strategi komunikasi pemasarannya.

Kata kunci : *digital marketing, instagram, edukasi*

ABSTRACT: *Digital Marketing is the marketing of products and services using digital technology. Currently, digital marketing which combines digital platforms and technology with internet networks is starting to be implemented by many business people. The public's tendency to use social media as a communication channel provides a challenge for the business world to reach a wider community. PT Agrodana Futures sees this as an opportunity. The formulation of the problem is the use of social media which aims to find out how digital marketing can help maintain business performance. The research uses a qualitative approach which aims to understand the phenomena experienced by research subjects. Observations of branch managers and documentation methods were used to collect data in this research. Based on the results of the research carried out, it can be concluded that public opinion towards fake investments and trading is strengthening, and people are becoming more careful in choosing companies to invest in. Based on this, the company introduced a new strategy to survive and compete, namely choosing Instagram as a medium to implement its marketing communication strategy.*

Keywords: *digital marketing, instagram, education*

PENDAHULUAN

Kebanyakan orang kini lebih banyak menghabiskan waktunya bekerja, bermain, dan melakukan berbagai hal menggunakan gadget yang telah terhubung ke internet. Dalam era digital saat ini, kegiatan pemasaran perlahan mulai memanfaatkan teknologi dan juga internet sebagai hal yang utamanya. Media promosi yang menggunakan

teknologi dan internet pun kini telah menjadi hal yang lumrah dan wajib digunakan untuk membangun ataupun mengembangkan bisnis. Bentuk dari media-media tersebut pastinya juga telah bermacam-macam contohnya seperti penggunaan berbagai media sosial, website, platform e-commerce, aplikasi, dan masih banyak hal lainnya.

Dave Chaffey (2011) mendefinisikan pemasaran digital sebagai suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencapai tujuan pemasaran dengan bantuan teknologi digital. Pemasaran digital mencakup semua kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik dan internet. Beberapa aktivitas tersebut antara lain SEO, SEM, pemasaran media sosial, pemasaran email, pemasaran konten, dan lain-lain (Saputra et al., 2020). Alat pemasaran yang dapat dikatakan paling efektif dalam menjangkau berbagai audiens yang lebih banyak dan beragam secara cepat adalah media sosial. Instagram disebutkan sebagai satu dari banyaknya platform media sosial yang terkenal, memiliki potensi besar sebagai media pemasaran digital yang efisien dan juga dibekali dengan berbagai fitur menarik dan menguntungkan bagi bisnis dalam mengelola pemasaran digitalnya.

Dalam pemasaran digital, Instagram dapat berfungsi sebagai saluran komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi edukatif dan promosi secara visual dan menarik. Penelitian oleh De Vries, Gensler, dan Leeflang (2012) menunjukkan bahwa konten visual yang menarik dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan berdampak positif pada keputusan pembelian konsumen. Selain itu, teori pemrosesan informasi sosial menyatakan bahwa individu cenderung lebih percaya pada informasi yang dibagikan oleh orang lain dalam jaringan sosial mereka, sehingga testimoni dan pengalaman pengguna di media sosial dapat menjadi suatu peran penting dalam meningkatkan kredibilitas perusahaan (Walther, 1996).

Salah satu media sosial yang digunakan dalam pengoptimalan *digital marketing* adalah Instagram. Instagram memiliki lebih dari 1 miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia, dengan sekitar 70 juta pengguna aktif di Indonesia (Statista, 2023). Fitur-fitur seperti Instagram Stories, IGTV, dan Live memungkinkan PT. Agrodana Futures dapat menjangkau pengguna dengan lebih luas dan berhubungan secara *real-time* dengan pengikutnya. Saat ini Instagram bisa diakses kapanpun dan dimanapun hanya dengan bermodalkan ponsel. Pesatnya masyarakat mengakses media sosial telah menyebabkan arus informasi yang signifikan, bukan hanya sekadar di negara maju saja namun juga di Indonesia.

PERMASALAHAN

PT. Agrodana Futures cabang Surabaya menghadapi tantangan besar dalam memperbaiki citra perusahaan di tengah maraknya kasus penipuan yang mengatasnamakan perusahaan broker. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), kasus penipuan investasi di Indonesia meningkat sebesar 10% pada tahun 2023. Banyak dari penipuan ini melibatkan perusahaan fiktif yang mengklaim sebagai broker resmi. Sebagai respons terhadap situasi ini, PT. Agrodana Futures berkomitmen untuk meningkatkan transparansi dan edukasi melalui platform digital. PT. Agrodana Futures, sebuah perusahaan broker di bidang perdagangan berjangka, berupaya memanfaatkan Instagram sebagai sarana edukasi bagi mahasiswa dan masyarakat untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang trading dan investasi emas. Melalui kegiatan lomba trading dan webinar peluang investasi emas, perusahaan ini berusaha untuk meningkatkan literasi

finansial dan membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan broker yang sering kali dipandang negatif akibat maraknya kasus penipuan yang mengatasnamakan perusahaan sejenis.

METODE PELAKSANAAN

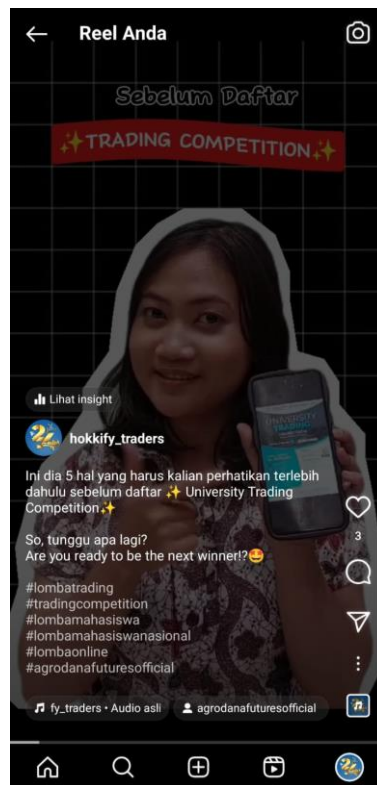
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Dengan cara observasi, dokumentasi kegiatan, dan wawancara dengan manager cabang dilakukan untuk mendapatkan data guna keperluan penelitian ini. Penelitian ini akan berfokus pada pengoptimalan manfaat pemasaran digital menggunakan media instagram salah satu team marketing PT Agrodana Futures. Metode pelaksanaan yang dilaksanakan dalam pengabdian ini sebagai berikut.

1. Lomba Trading. Sasaran adalah Mahasiswa seluruh Indonesia. Bertujuan Meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam melakukan trading secara *real-time* dengan pengawasan dan bimbingan dari para ahli. Peserta diberikan akun demo untuk berlatih trading dalam jangka waktu tertentu. Pemenang ditentukan berdasarkan performa trading mereka selama periode lomba. Acara ini diadakan secara online, memungkinkan partisipasi dari berbagai daerah.
2. Webinar Peluang Investasi Emas. Sasaran adalah Mahasiswa dan masyarakat umum. Bertujuan Memberikan pengetahuan mengenai investasi emas, strategi investasi, dan manfaat investasi emas dalam portofolio keuangan. Webinar diadakan secara online melalui platform Instagram Live dan Zoom, dengan narasumber ahli di bidang investasi emas, seperti analis pasar dari PT. Agrodana Futures dan praktisi investasi emas independen. Webinar ini juga disertai sesi Q&A yang dapat memberikan peluang bagi peserta agar dapat berdiskusi secara langsung dengan para ahli.

PELAKSANAAN

Implementasi *Digital Marketing* di Instagram antara lain sebagai berikut.

1. Konten Edukasi. Membuat konten informatif tentang dasar-dasar trading dan investasi emas, termasuk video tutorial dan artikel pendek yang mudah dipahami. Menggunakan Instagram Stories untuk memberikan tips harian dan update pasar. Mengadakan sesi tanya jawab langsung (Q&A) melalui Instagram Live untuk menjawab pertanyaan dan kekhawatiran audiens secara *real-time*.
2. Promosi Acara. Mengadakan giveaway dan kompetisi berhadiah untuk meningkatkan partisipasi dan *engagement*. Berkolaborasi dengan mahasiswa untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kredibilitas acara.
3. *Engagement* dan Interaksi. Aktif berinteraksi dengan pengikut melalui kolom komentar dan *direct message*, menjawab pertanyaan, dan memberikan informasi tambahan. Membagikan testimoni dan pengalaman peserta lomba trading dan webinar untuk menunjukkan hasil nyata dari kegiatan tersebut. Menggunakan hashtag khusus untuk memudahkan pencarian dan mempromosikan acara, seperti #TradingChallengeAgrodana dan #WebinarEmasAgrodana.



Gambar 1. Postingan Reels Instagram Publikasi Lomba Trading



Gambar 2. Postingan Feeds

HASIL DAN LUARAN

Melalui pelaksanaan kegiatan lomba trading dan webinar peluang investasi emas, PT. Agrodana Futures cabang Surabaya berhasil mencapai beberapa hasil positif, antara lain sebagai berikut.

1. Peningkatan Literasi Finansial: Kegiatan edukatif ini meningkatkan pemahaman peserta tentang trading dan investasi emas. Berdasarkan survei pasca-acara, 85% peserta mengaku memiliki pemahaman yang lebih baik tentang topik tersebut dibandingkan sebelum mengikuti kegiatan.

2. Partisipasi Aktif: Lomba trading menarik lebih dari 250 peserta dari berbagai universitas, sementara webinar diikuti oleh lebih dari 100 peserta secara online. Partisipasi yang tinggi ini menunjukkan minat yang besar terhadap edukasi finansial di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum.
3. Peningkatan Engagement di Instagram: Akun Instagram team PT. Agrodana Futures mengalami peningkatan pengikut sebesar 20% dalam satu bulan pertama kampanye. *Engagement rate* juga meningkat, dengan jumlah *like*, komentar, dan *share* yang lebih tinggi dibandingkan sebelum kampanye dimulai.

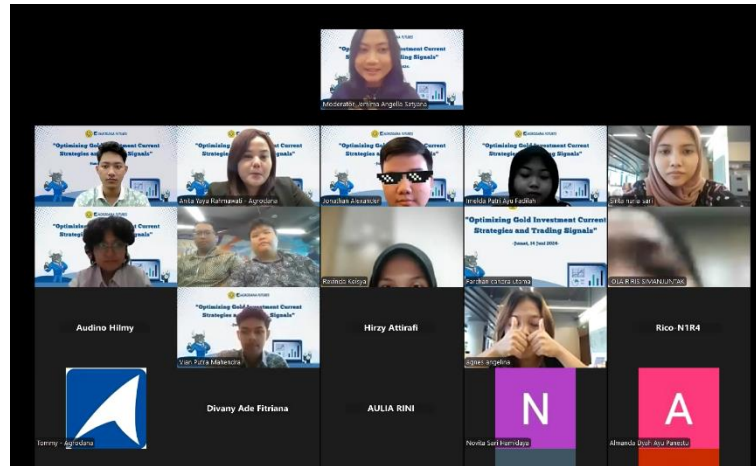


Gambar 3. Postingan Reels Instagram

Dalam upaya meningkatkan literasi finansial dan membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan broker, PT Agrodana Futures cabang Surabaya memanfaatkan Instagram sebagai sarana pemasaran digital dan edukasi. Melalui platform ini, perusahaan menyajikan berbagai konten edukatif dan promosi yang ditujukan kepada mahasiswa dan masyarakat umum. Konten ini mencakup informasi tentang dasar-dasar trading, strategi investasi emas, serta tips dan trik dalam berinvestasi.

Penggunaan Instagram sebagai media pemasaran digital memungkinkan PT Agrodana Futures untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Fitur-fitur interaktif seperti Instagram Live digunakan untuk mengadakan webinar yang membahas peluang investasi emas, di mana peserta dapat berinteraksi langsung dengan narasumber dan mendapatkan jawaban atas pertanyaan mereka. Selain itu, fitur Instagram Stories dan IGTV dimanfaatkan untuk mengunggah video tutorial dan infografis yang menjelaskan

konsep-konsep dasar trading dan investasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami.



Gambar 4. Dokumentasi Webinar Investasi Emas

Partisipasi aktif dalam lomba trading yang diselenggarakan melalui akun Instagram perusahaan juga memberikan kesempatan bagi peserta untuk mempraktikkan keterampilan trading mereka dalam lingkungan yang aman dan terkendali. Hal ini sejalan dengan teori pembelajaran pengalaman, yang menyatakan bahwa pembelajaran yang paling efektif terjadi ketika individu terlibat langsung dalam proses pembelajaran melalui pengalaman praktis (Kolb, 1984).



Gambar 5. Dokumentasi Technical Meeting dan Pembekalan Lomba Trading

Melalui pendekatan ini, PT Agrodana Futures tidak hanya meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang trading dan investasi emas, tetapi juga membangun citra positif sebagai perusahaan yang berkomitmen terhadap edukasi dan transparansi. Keberhasilan strategi ini tercermin dari peningkatan engagement di akun Instagram perusahaan dan tingginya partisipasi dalam kegiatan edukatif yang diselenggarakan.

KESIMPULAN

Optimalisasi *digital marketing* melalui Instagram untuk edukasi mahasiswa dan masyarakat adalah langkah strategis bagi PT. Agrodana Futures cabang Surabaya dalam membangun kembali kepercayaan dan meningkatkan literasi finansial di masyarakat. Pendekatan edukatif ini terbukti efektif dalam menciptakan kesadaran dan pemahaman yang lebih baik mengenai trading dan investasi emas, serta memperbaiki citra perusahaan di mata publik. Dengan demikian, Instagram memainkan peran penting sebagai sarana pemasaran digital dan edukasi bagi PT Agrodana Futures cabang Surabaya, memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan literasi finansial, dan membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap industri broker.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, P., & Wardhani, N. I. K. 2023. PENGOPTIMALAN MANFAAT PENERAPAN PEMASARAN DIGITAL MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DI PT. VICTORY INTERNATIONAL FUTURES CABANG SPAZIO SURABAYA (STUDI PADA PT. VICTORY INTERNATIONAL FUTURES KOTA SURABAYA). *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 5-10.
- Ramadhan, A. D., & Irbayuni, S. 2023. Peran Edukasi Dan Sosialisasi Dalam Strategi Pemasaran Ditengah Citra Buruk Perusahaan Pialang Di Mata Masyarakat. *JURAI: Jurnal ABDIMAS Indonesia*, Vol. 1 No. 4, 110-115. <https://doi.org/10.59841/jai.v1i4.713>
- Rinandiyana, L. R. 2021. PENGEMBANGAN KOMPETENSI MAHASISWA MELALUI PELATIHAN MAGANG ONLINE SAAT PANDEMI COVID 19. *PENGEMBANGAN KOMPETENSI MAHASISWA MELALUI PELATIHAN MAGANG ONLINE SAAT PANDEMI COVID 19, Volume 3 Nomor 1*.
- Sabatimy, V., & Nur, D. I. 2023. Pemberdayaan Pemahaman Masyarakat Dalam Mengoptimalkan Peluang Keuangan. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, Vol.2, No.3, 63-71. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v2i3.1336>
- Sobita, N. E., & Harori, M. I. 2023. Peluang Gen-Z Dalam Meraih Kesuksesan Melalui Investasi Saham. *Nangroe: Jurnal Pengabdian Cendikia*, Volume 2, Nomor 3, 430-434. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8099800>
- Umakpauny, H. Y. P. 2022. *LKP: Perancangan Konten Promosi Bussines Futures Surabaya pada Media Sosial Instagram* (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).

