

International Journal Research Publication Analysis

Page: 01-12

UTILIZATION OF INSTAGRAM ADS AS A PROMOTIONAL MEDIUM AT SONDA RADJA PRINTING

*Arsi Sattu Lolok dan Nuraeni Sayuti

Prodi Administrasi Bisnis Sektor Publik STIA LAN Makassar.

Article Received: 07 June 2026

*Corresponding Author: Arsi Sattu Lolok

Article Revised: 27 June 2026

Prodi Administrasi Bisnis Sektor Publik STIA LAN Makassar.

Published on: 17 July 2026

DOI: <https://doi-doi.org/101555/ijrpa.9705>

ABSTRACT

The development of digital communication technology has encouraged business actors to utilize social media as a means of promotion that is broader and more effective. One social media platform widely used is Instagram, which provides the Instagram Ads feature to help business actors reach target audiences more optimally and increase user interaction. This study aims to analyze the use of Instagram Ads as a promotional medium at Sonda Radja Printing. The research uses a descriptive method with a qualitative approach. Data collection is conducted through observation, interviews, documentation, as well as analysis of Instagram insight data before and after the advertisement implementation. The research process includes converting the account into a business account, creating promotional materials, carrying out an advertising campaign through Instagram Ads, and evaluating the results based on promotional objectives that include informing, persuading, and reminding aspects. The research results indicate that the use of Instagram Ads has a positive impact on the promotional activities of Sonda Radja Printing. This improvement is evident from the increased account reach, content impressions, profile visits, as well as user interactions after the ads were displayed. In addition to expanding the dissemination of information about printing services, Instagram Ads can also increase the interest of potential customers in the products offered and help maintain the business's presence in the minds of the public. Therefore, Instagram Ads can be used as one of the effective promotional media in supporting the marketing activities of Sonda Radja Printing.

KEYWORDS: Promotional Video, Instagram Ads, Digital Marketing, Media Social, Printing.

PENDAHULUAN

Industri percetakan merupakan salah satu bagian dari sektor industri manufaktur. Dalam kegiatan operasionalnya, percetakan melakukan proses pengolahan bahan baku seperti kertas, karton, maupun bahan lainnya menjadi produk jadi yang memiliki nilai tambah. Hasil produksi dari usaha percetakan cukup beragam, di antaranya undangan, brosur, banner, spanduk, kartu nama, stiker, serta berbagai produk cetak lainnya yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, pendidikan, maupun kegiatan usaha. Keberadaan industri percetakan memiliki peranan yang cukup penting karena berbagai aktivitas masyarakat masih membutuhkan media cetak sebagai sarana penyampaian informasi. Dalam kehidupan sehari-hari, produk percetakan banyak dimanfaatkan dalam berbagai kegiatan, seperti acara pernikahan, kegiatan pendidikan di sekolah maupun perguruan tinggi, kegiatan promosi usaha, serta kebutuhan administrasi lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa usaha percetakan masih memiliki peluang yang cukup besar, mengingat permintaan terhadap produk cetak di masyarakat tetap ada. Selain itu, usaha percetakan umumnya menyediakan berbagai pilihan desain serta jenis bahan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Setiap konsumen memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, sehingga penyedia jasa percetakan perlu menawarkan layanan yang beragam agar mampu memenuhi permintaan tersebut secara optimal.

Dalam lingkup industri manufaktur di Indonesia, sektor percetakan sering dianggap sebagai industri dengan peluang perkembangan yang cukup baik. Hal ini didorong oleh meningkatnya permintaan masyarakat terhadap berbagai produk cetakan. Pertumbuhan dalam penggunaan produk kemasan, meningkatnya kebutuhan akan media promosi, serta perkembangan sektor pendidikan dan keagamaan yang memerlukan berbagai bahan cetakan merupakan beberapa faktor yang mendorong perkembangan industri percetakan. Namun demikian, industri manufaktur percetakan juga menghadapi tantangan yang sama dengan sektor manufaktur lainnya, yaitu kebutuhan untuk terus berinovasi dan meningkatkan efisiensi. Usaha percetakan merupakan salah satu bidang usaha yang memerlukan strategi promosi yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Dalam industri percetakan, persaingan tidak hanya ditentukan oleh kualitas hasil cetak dan penetapan harga, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam memperkenalkan produk serta layanan yang dimiliki kepada masyarakat. Apabila kegiatan promosi tidak dilakukan secara optimal, hal tersebut dapat menyebabkan rendahnya tingkat pengetahuan dan kesadaran konsumen terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan oleh usaha percetakan.

Tingginya jumlah pengguna internet dan media sosial tersebut memberikan peluang yang

strategis bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan platform digital, khususnya Instagram, sebagai media promosi. Melalui dukungan fitur Instagram Ads, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen secara lebih luas serta lebih terarah sesuai dengan target pasar yang diinginkan. Paparan iklan yang ditampilkan melalui Instagram juga dapat menarik perhatian pengguna dan mendorong munculnya ketertarikan untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu, pemanfaatan Instagram Ads dinilai relevan sebagai salah satu strategi promosi yang dapat meningkatkan minat beli konsumen, termasuk pada usaha Percetakan Sonda Radja yang belum memanfaatkan media sosial secara optimal sebagai sarana promosi. Selain digunakan sebagai media informasi, Instagram juga mampu mendorong pengguna untuk melanjutkan pada tahap pembelian setelah melihat iklan yang muncul di platform tersebut. Kondisi ini memberikan peluang besar bagi perusahaan maupun organisasi dalam mengembangkan usahanya. Sejak hadirnya layanan periklanan Instagram Ads, fitur tersebut semakin banyak dimanfaatkan oleh pelaku bisnis dan berbagai organisasi sebagai sarana promosi (Ahmad Sahi 2021) Saat ini, media sosial digunakan sebagai sarana promosi yang dianggap efektif karena dapat menjangkau konsumen dengan lebih luas, cepat, dan tepat sasaran. Perkembangan teknologi di era digital juga telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sektor ekonomi dan bisnis (Ardiansyah 2023). Salah satu platform media sosial yang sering digunakan untuk kegiatan promosi ialah Instagram, khususnya melalui fitur *Instagram Ads* yang memungkinkan pelaku usaha menyajikan iklan secara visual, menarik, dan dapat diarahkan sesuai karakteristik target konsumen. Kehadiran media sosial seperti Instagram juga menjadi sarana bagi masyarakat untuk memperoleh berbagai informasi dan pengetahuan mengenai hal-hal yang ingin mereka ketahui (Kurnia, et.al 2022). Jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia terus mengalami peningkatan yang cukup pesat. Seiring bertambahnya penggunaan media sosial, Instagram menjadi salah satu

platform yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia (Lubis, et.al 2025).

Percetakan Sonda Radja adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang percetakan yang telah mencetak berbagai macam cetakan, terutama produk undangan pernikahan, aqiqah, buku yasin, kalender dan kebutuhan cetak lainnya sebagai salah satu usaha di bidang percetakan. Usaha ini berlokasi di Jl. Rappocini Raya, No 67, Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Percetakan Sonda Radja telah berdiri sejak 2008 sampai saat ini dan menciptakan design hingga produk cetak yang berkualitas dan terpercaya agar sesuai dengan keinginan konsumen serta mengutamakan kepuasan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Promosi yang dilakukan Percetakan Sonda Radja saat ini masih dominan menggunakan promosi mulut

ke mulut dan melalui media sosial seperti whatsapp, tiktok, facebook dan instagram. Adapun untuk promosi melalui media sosial owner sendiri yang sekaligus mengelola akun media sosial instagram memposting hasil produksi berupa foto undangan pernikahan dan hasil cetakan lainnya sehingga beberapa orang berminat atau bahkan tertarik untuk menggunakan jasa pembuatan produk cetak mereka. Di tengah persaingan usaha yang semakin ketat, promosi menjadi hal yang sangat penting untuk memperkenalkan usaha kepada masyarakat dan menarik minat beli konsumen. Tanpa promosi yang baik, usaha akan sulit berkembang karena tidak banyak dikenal. Oleh karena itu, Percetakan Sonda Radja perlu mulai memanfaatkan promosi digital dengan lebih baik agar bisa bersaing dengan usaha lain yang sudah lebih dulu menggunakan teknologi. Penggunaan Instagram, terutama melalui *Instagram Ads*, dapat membantu menyampaikan informasi, menarik perhatian, dan menjangkau calon konsumen yang lebih luas.

Perkembangan teknologi juga membawa tantangan bagi usaha percetakan. Saat ini, banyak orang mulai beralih ke produk digital seperti undangan online, sehingga kebutuhan akan undangan fisik menjadi berkurang. Namun, undangan fisik masih tetap dibutuhkan, terutama untuk acara resmi yang melibatkan tokoh-tokoh penting. Undangan cetak dianggap lebih sopan, menunjukkan penghormatan, dan memberikan kesan lebih serius dari penyelenggara acara. Selain itu, undangan fisik juga memiliki nilai lebih dari segi tampilan dan kesan personal yang tidak sepenuhnya bisa digantikan oleh undangan digital. Selain itu tidak adanya konten yang menarik pada unggahan postingan media sosial instagram percetakan sonda radja dan hanya memosting foto-foto produk hasil cetakan saja tanpa disertai *caption* yang jelas terkait produk dan hanya memiliki sedikit *like* dalam postingannya. Maka dari itu postingan yang ada pada Percetakan Sonda Radja belum efektif melakukan pemasaran yang efektif dan lebih luas.

KAJIAN LITERATUR

Pemasaran Digital

Pemasaran digital menjadi salah satu strategi yang berperan penting dalam meningkatkan penjualan serta memperluas jangkauan pasar. Berbagai teknik seperti SEO, iklan berbayar (PPC), pemasaran melalui media sosial, dan content marketing dinilai efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas sekaligus meningkatkan tingkat konversi (Irawati and Riofita 2024) Strategi pemasaran digital memiliki keterkaitan dengan pemanfaatan *Instagram Ads* sebagai media promosi

pada Percetakan Sonda Radja. *Instagram Ads* merupakan salah satu bentuk iklan berbayar yang memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk menentukan sasaran konsumen secara lebih terarah berdasarkan lokasi, minat, serta karakteristik pengguna. Melalui penggunaan *Instagram Ads*, kegiatan promosi tidak hanya mampu menjangkau konsumen yang lebih luas, tetapi juga lebih tepat sasaran, sehingga dapat meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap jasa percetakan yang ditawarkan.

Promosi

Promosi merupakan salah satu unsur penting dalam kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai produk kepada konsumen, mempengaruhi calon pelanggan. Dalam praktik pemasaran saat ini, kegiatan promosi tidak hanya dilakukan melalui media konvensional, tetapi juga memanfaatkan media digital seperti media sosial, termasuk *Instagram Ads*, yang mampu menjangkau konsumen secara lebih luas dan dalam waktu yang lebih cepat. Perkembangan teknologi informasi juga mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi pemasaran yang dinilai lebih efektif, interaktif, dan efisien dalam menjangkau target pasar. Melalui promosi digital, perusahaan dapat membangun hubungan dengan konsumen, memperkenalkan produk dengan cara yang lebih menarik, serta meningkatkan tingkat kesadaran konsumen terhadap merek yang ditawarkan. Teori pemasaran menurut (Kotler and Keller, n.d.) promosi memiliki beberapa tujuan utama yaitu Menginformasikan Berarti iklan memberikan pengetahuan kepada konsumen tentang keberadaan produk, manfaat, harga, atau layanan yang ditawarkan, Membujuk berarti iklan berusaha mempengaruhi konsumen agar tertarik dan mempertimbangkan untuk menggunakan produk atau jasa tersebut dibandingkan dengan pesaing dan Mengingat dimana iklan menjaga agar konsumen tetap mengingat produk atau merek tersebut ketika mereka membutuhkan layanan yang berkaitan.

Strategi Promosi

Strategi promosi merupakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk membangun komunikasi dengan calon konsumen agar terdorong melakukan pembelian. Selain itu, promosi juga menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan program pemasaran karena berfungsi menyampaikan informasi mengenai keberadaan suatu produk kepada masyarakat (Trivena and Wijayanti, n.d. 2021) Strategi promosi memiliki peranan yang penting dalam memasarkan produk. Melalui kegiatan promosi, informasi mengenai produk dapat disampaikan kepada konsumen secara lebih jelas dan menarik. Promosi yang dirancang

dengan baik mampu membangun kesadaran merek, menumbuhkan ketertarikan konsumen, serta meyakinkan mereka terhadap manfaat produk yang ditawarkan. Selain itu, strategi promosi yang efektif juga dapat membantu pelaku usaha menjangkau target pasar yang lebih tepat serta membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Ketika konsumen telah memiliki ketertarikan dan kepercayaan terhadap suatu produk, maka kemungkinan untuk melakukan pembelian akan semakin besar. Strategi promosi yang diterapkan secara efektif mampu memberikan pengaruh besar terhadap meningkatnya minat beli konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara aktivitas promosi dengan ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu, promosi menjadi salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian (Ivantan, et,al 2020)

Video Promosi

Video promosi merupakan salah satu bentuk media komunikasi visual yang dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk atau layanan kepada konsumen melalui perpaduan unsur gambar, teks, suara, dan animasi. Dalam konteks pemasaran digital, video promosi menjadi salah satu strategi yang dinilai efektif karena mampu menyampaikan informasi secara lebih menarik serta mudah dipahami oleh audiens. Penggunaan video promosi memungkinkan penyampaian pesan pemasaran secara lebih kreatif dan komunikatif sehingga dapat meningkatkan perhatian konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Selain itu, video promosi juga dapat menampilkan keunggulan produk secara lebih jelas melalui visualisasi yang lebih nyata, sehingga membantu konsumen dalam memahami manfaat serta nilai dari produk yang ditawarkan dengan lebih baik.

Instagram Ads

Instagram Ads merupakan salah satu fitur periklanan digital pada platform Instagram yang memungkinkan pelaku usaha untuk mempromosikan produk atau jasa kepada audiens yang lebih tersegmentasi berdasarkan karakteristik demografis, minat, serta perilaku pengguna. Fitur ini menjadi bagian dari strategi pemasaran digital karena mampu memperluas jangkauan promosi sekaligus meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran. Pemanfaatan *Instagram Ads* memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam menjangkau konsumen yang berpotensi serta memantau dan mengukur efektivitas iklan yang dijalankan. Menurut (Irene et al. 2024) *Instagram Ads* berperan dalam meningkatkan *brand awareness* dan keputusan pembelian konsumen dalam pemasaran digital. Meningkatnya kesadaran merek melalui iklan

digital membuat konsumen lebih mengenal produk, sehingga peluang terjadinya pembelian menjadi lebih besar. Menurut (Kurniawan 2022) iklan melalui Instagram merupakan bagian dari strategi pemasaran media sosial yang memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan promosi. Hal ini menunjukkan bahwa *Instagram Ads* dapat menjadi media promosi yang efektif dalam menjangkau konsumen secara lebih luas dibandingkan promosi konvensional. Melalui *Instagram Ads* (iklan), perusahaan atau bisnis dapat memamerkan produknya melalui iklan yang muncul ketika pengguna Instagram membuka beranda atau *Instastory* di aplikasi Instagram. . Kalia dan Mishra dalam (Talreja, Vanya, and Departemen 2024) mengatakan Fitur utama periklanan Instagram meliputi tombol ajakan bertindak (*call-to-action*) yang mendorong pengguna untuk melakukan tindakan spesifik, seperti “Belanja Sekarang” atau “Pelajari Lebih Lanjut,” dan alat analitik komprehensif yang memberikan wawasan tentang metrik kinerja iklan seperti tayangan, jangkauan, keterlibatan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini digunakan karena penelitian bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang pemanfaatan *Instagram ads* sebagai media promosi di Percetakan Sonda Radja berdasarkan fenomena dan kondisi yang terjadi dalam kenyataan di lingkungan penelitian. Penelitian dilakukan di Percetakan Sonda Radja dengan fokus pada pemanfaatan *Instagram ads* dalam mendukung kegiatan promosi bisnis. Informan penelitian meliputi pemilik usaha, karyawan, serta konsumen yang telah mengetahui percetakan sonda radja dan konsumen yang belum mengetahui Percetakan Sonda Radja. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Observasi digunakan untuk mengamati perkembangan performa akun Instagram Percetakan Sonda Radja sebelum dan setelah pemanfaatan *Instagram Ads*. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik usaha dan sejumlah konsumen untuk memperoleh informasi mengenai proses pelaksanaan serta pengaruh penggunaan *Instagram Ads* terhadap kegiatan promosi. Dokumentasi digunakan sebagai sumber data pendukung yang mencakup arsip konten promosi, hasil tangkapan layar data *insight* Instagram, serta dokumen lain yang relevan dengan penelitian. Sementara itu, studi pustaka dilakukan dengan menelaah berbagai referensi berupa buku, artikel ilmiah, dan jurnal penelitian yang berkaitan dengan pemasaran digital, media sosial, serta pemanfaatan *Instagram Ads* sebagai sarana promosi.

HASIL PENELITIAN

Setelah video iklan dipublikasikan dan dipromosikan melalui *Instagram ads*, terjadi peningkatan jangkauan akun, interaksi pengguna, dan minat konsumen terhadap Percetakan Sonda Radja. Video iklan yang menampilkan produk cetak, proses kerja, dan hasil cetakan memiliki dampak positif terhadap perhatian audiens di Instagram. Melalui pemanfaatan *Instagram ads*, postingan promosi dapat menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan postingan biasa tanpa iklan. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah tayangan dan jangkauan akun, sehingga konten promosi tidak hanya dilihat oleh pengikut akun tetapi juga oleh pengguna Instagram lain yang sesuai dengan target audiens yang telah ditentukan sebelumnya. Selain itu, interaksi pengguna seperti suka, komentar, dan penyimpanan postingan juga meningkat setelah iklan ditayangkan.

Peningkatan interaksi menunjukkan bahwa konten promosi yang dipublikasikan mampu menarik perhatian pengguna Instagram. Komentar yang diberikan oleh pengguna umumnya terkait dengan minat mereka terhadap produk cetak yang ditampilkan serta informasi mengenai layanan yang tersedia di Percetakan Sonda Radja. Selain itu, setelah iklan dipublikasikan, terdapat juga peningkatan kunjungan ke profil Instagram Percetakan Sonda Radja. Kondisi ini menunjukkan bahwa audiens penasaran untuk melihat informasi lebih lanjut tentang produk dan layanan yang ditawarkan. Beberapa pengguna juga terlibat dalam interaksi lebih lanjut, seperti mengirim pesan melalui *direct message* atau menghubungi detail yang tersedia di profil akun Instagram. Secara keseluruhan, penggunaan video promosi yang dipadukan dengan *Instagram Ads* dinilai efektif dalam meningkatkan visibilitas akun, memperluas jangkauan promosi, serta menarik perhatian calon konsumen terhadap produk dan layanan Percetakan Sonda Radja. Hal tersebut menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial Instagram dapat menjadi sarana yang efektif dalam mendukung kegiatan pemasaran usaha secara digital apabila didukung dengan konten promosi yang menarik dan strategi pengiklanan yang sesuai.

Berdasarkan teori promosi yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, kegiatan promosi memiliki tiga tujuan utama, yaitu memberikan informasi kepada konsumen (*informing*), memengaruhi atau meyakinkan konsumen (*persuading*), serta menjaga agar produk atau jasa tetap diingat oleh masyarakat (*reminding*). Ketiga tujuan tersebut menjadi dasar dalam penyusunan dan pelaksanaan *Instagram Ads* pada Percetakan Sonda Radja. Tujuan menginformasikan diterapkan melalui penyajian informasi yang berkaitan dengan usaha dan layanan percetakan yang tersedia. Materi iklan memuat identitas usaha, berbagai jenis produk yang dapat dipesan, serta informasi pendukung lainnya yang membantu audiens

memahami layanan yang ditawarkan. Penyampaian informasi tersebut bertujuan untuk memperkenalkan Percetakan Sonda Radja kepada masyarakat yang sebelumnya belum mengetahui keberadaan usaha tersebut. Dengan adanya informasi yang disajikan secara jelas, audiens dapat memperoleh pemahaman mengenai produk dan layanan yang tersedia sehingga pengetahuan mereka terhadap usaha menjadi bertambah.. Tujuan memujuk diwujudkan melalui penggunaan desain yang menarik, penyusunan informasi yang sederhana dan mudah dipahami, serta penampilan produk yang mampu menarik perhatian pengguna Instagram. Selain menampilkan produk dan layanan yang tersedia, iklan juga memuat kalimat ajakan yang mendorong audiens untuk melakukan tindakan lebih lanjut, seperti menghubungi pihak usaha atau melakukan pemesanan. Penyajian tersebut bertujuan untuk menumbuhkan ketertarikan calon pelanggan terhadap layanan yang ditawarkan. Dengan demikian, iklan tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga berupaya memengaruhi audiens agar tertarik menggunakan jasa Percetakan Sonda Radja. Sedangkan Tujuan mengingatkan diwujudkan melalui penayangan iklan secara berulang kepada audiens yang telah ditentukan melalui *Instagram Ads*. Penayangan yang berulang memungkinkan pengguna Instagram melihat promosi Percetakan Sonda Radja lebih dari satu kali sehingga nama usaha, produk, dan layanan yang ditawarkan menjadi lebih mudah diingat. Selain itu, penggunaan identitas usaha yang konsisten, seperti nama usaha, dan informasi kontak pada iklan, membantu memperkuat ingatan audiens terhadap Percetakan Sonda Radja. Keberadaan iklan yang terus muncul dalam jangka waktu tertentu dapat menjaga kesadaran masyarakat terhadap usaha sehingga lebih mudah diingat ketika membutuhkan layanan percetakan.

Data *insight* sebelum penggunaan iklan pada postingan Instagram Percetakan Sonda Radja tercatat bahwa jangkauan konten masih berada pada tingkat yang terbatas dan interaksi yang diperoleh didominasi oleh pengguna yang telah mengikuti akun tersebut. Postingan yang diunggah mencatat sebanyak 30 tanda suka, 8 kali dibagikan, serta 1 kali disimpan oleh pengguna Instagram. Berdasarkan informasi *insight*, postingan menjangkau 543 akun dengan jumlah akun yang memberikan interaksi sebanyak 39 akun. Selain itu, terdapat 23 aktivitas profil yang menunjukkan adanya pengguna yang mengunjungi profil Percetakan Sonda Radja setelah melihat unggahan tersebut. Walaupun telah menghasilkan respon dari pengguna, cakupan jangkauan yang diperoleh masih tergolong terbatas karena belum memanfaatkan fitur promosi berbayar. Pada jangkauan, terdapat 68,9% pengguna yang melihat postingan merupakan pengikut akun, sedangkan 31,1% sisanya berasal dari pengguna yang belum mengikuti akun tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa penyebaran konten masih lebih banyak menjangkau audiens yang telah mengenal Percetakan Sonda Radja dibandingkan

pengguna baru yang berpotensi menjadi calon konsumen. Secara umum, hasil *insight* sebelum penggunaan *Instagram Ads* memperlihatkan bahwa konten yang dipublikasikan telah mampu memperoleh perhatian serta mendorong terjadinya interaksi dari pengguna. Namun, tingkat jangkauan yang dihasilkan masih belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan pemanfaatan *Instagram Ads* sebagai sarana promosi untuk memperluas penyebaran konten dan meningkatkan peluang menjangkau calon konsumen yang lebih luas di luar pengikut akun yang sudah ada.

Data *insight* Instagram setelah pemanfaatan *Instagram Ads*, terdapat adanya peningkatan yang cukup besar terhadap kinerja konten promosi Percetakan Sonda Radja. Pemanfaatan *instagram ads* terdapat jumlah tayangan, jangkauan audiens, serta tingkat interaksi pengguna terhadap video yang dipromosikan. Hasil *insight* menunjukkan bahwa video promosi memperoleh sebanyak 45.796 tayangan dengan total jangkauan mencapai 34.505 akun. Capaian tersebut mengindikasikan bahwa konten berhasil menjangkau audiens yang jauh lebih luas dibandingkan sebelum penggunaan *Instagram Ads*. Menurut (Dave Chaffey and PR Smith 2017) *Reach* digunakan untuk melihat seberapa banyak pengguna yang menerima atau melihat pesan promosi yang disampaikan melalui media digital. Semakin luas jangkauan sebuah promosi, maka semakin besar peluang suatu bisnis dikenal oleh masyarakat. Ini membahas sejauh mana konten promosi mampu menjangkau audiens sehingga dapat dilihat oleh pengguna di luar lingkup pengikut akun Percetakan Sonda Radja. Interaksi, postingan memperoleh 257 tanda suka, 39 komentar, 57 kali dibagikan, dan 9 kali disimpan. Secara keseluruhan, jumlah interaksi mencapai 374 interaksi. Data tersebut menunjukkan bahwa konten promosi tidak hanya berhasil menarik perhatian pengguna, tetapi juga mendorong keterlibatan audiens melalui berbagai bentuk respon yang tersedia pada platform Instagram. Selain itu, *insight* juga mencatat sebanyak 31 aktivitas profil yang berasal dari pengguna setelah melihat iklan yang ditampilkan. Hal ini menunjukkan adanya minat dari sebagian audiens untuk memperoleh informasi lebih lanjut mengenai Percetakan Sonda Radja dengan mengunjungi profil akun Instagram yang bersangkutan. Hasil *insight* setelah penggunaan *Instagram Ads* memperlihatkan bahwa strategi promosi melalui periklanan Instagram mampu menjadi sarana promosi terbaik untuk penyebaran informasi kepada masyarakat. Peningkatan pada jumlah tayangan, jangkauan, interaksi, dan aktivitas profil menunjukkan bahwa video iklan dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan *Instagram Ads* sebagai media promosi pada Percetakan Sonda Radja memberikan kontribusi terhadap pelaksanaan promosi melalui platform Instagram. *Penggunaan instagram ads* tersebut terbukti mampu meningkatkan jangkauan akun, jumlah tayangan konten, serta tingkat interaksi pengguna terhadap konten promosi yang dipublikasikan. Sebelum penggunaan *Instagram Ads*, penyebaran konten promosi umumnya hanya terbatas pada pengikut akun dan jangkauan organik tanpa melalui *instagram ads*. Namun, setelah iklan diterapkan, Video promosi mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam sesuai dengan target sasaran yang telah ditentukan sebelumnya. Oleh karena itu Percetakan Sonda Radja diharapkan dapat terus mengoptimalkan pemanfaatan *Instagram Ads* secara konsisten sebagai salah satu strategi promosi digital guna memperluas penyebaran informasi serta meningkatkan perhatian calon konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Penggunaan iklan secara berkelanjutan mampu mendukung peningkatan jangkauan promosi sekaligus mendorong interaksi pengguna terhadap konten yang dipublikasikan melalui media sosial. Video yang dipromosikan melalui Instagram Ads menunjukkan peningkatan pada berbagai indikator performa, seperti jumlah tayangan (views), tanda suka (likes), bagikan (share), simpan (save), serta jumlah akun yang berhasil dijangkau. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pemanfaatan Instagram Ads efektif dalam menarik perhatian pengguna Instagram dan mendorong keterlibatan mereka terhadap konten promosi yang ditampilkan. Meningkatnya tingkat interaksi pengguna juga menunjukkan bahwa informasi mengenai produk dan layanan yang ditawarkan dapat tersampaikan dengan lebih luas, sehingga membantu masyarakat mengenali serta memahami informasi yang diberikan oleh perusahaan.

REFERENSI

1. Ahmad Sahi, Marketing D I Lingkungan. 2021. "Tematik: Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal) Vol. 8, No. 2 Desember 2021" 8 (2): 318–28.
2. Ardiansyah, Wildan Mahendra. 2023. "Peran Teknologi Dalam Transformasi Ekonomi Dan Bisnis Di Era Digital" 1 (1).
3. Dave Chaffey, and PR Smith. 2017. "Social Media Marketing."
4. Irawati, Desi, and Hendra Riofita. 2024. "Strategi Pemasaran Digital Yang Efektif Untuk Meningkatkan Penjualan" 8:47121–26.
5. Irene, Novi, Erna Listiana, Ana Fitriana, and Harry Setiawan. 2024. "THE INFLUENCE

- OF INSTAGRAM ADVERTISING AND DIGITAL TECHNOLOGY ON BRAND AWARENESS AND PURCHASE” 2024 (4): 1156–66.
6. Ivantan, Neneng Khoiriah, and Sari Karmiyati. 2020. “PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. TIGA SERANGKAI PUSTAKA MANDIRI” 3 (1): 91–97.
 7. Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. n.d. “Marketing Management 12 Redefining Marketing for 21 Century.”
 8. Kurnia, Efry, Raihanah Daulay, and Novi Aisha. 2022. “Analisis Efektivitas Promosi Media Sosial Dengan Menggunakan Metode Epic Model Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Kota Medan” 1 (2): 273–81.
 9. Kurniawan, Endang Pratiwi. 2022. “Strategi Pemasaran Pada Media Sosial Melalui Iklan Instagram” 8 (2).
 10. Lubis, Luthfy Aulia, Hafiza Adlina, and Onan Marakali Siregar. 2025. “Pengaruh Instagram Ads Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Produk Kahf Di Kota Medan (Studi Pada Mahasiswa Di Universitas Kota Medan)” 4 (2): 7280–86.
 11. Talreja, Mayuri, D A N Vanya, and Kepala Departemen. 2024. “Dampak Format Konten Iklan Media Sosial Terhadap Keterlibatan Konsumen : Sebuah Studi Di Instagram” 11:297–309. <https://doi.org/10.36537/IJASS/11.7>.
 12. Trivena, Shinta Maharani, and Rena Feri Wijayanti. n.d. “MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN.”