



Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Jasa Tata Rias Pada Risa Vonda Make Up & Henna di Bukittinggi

Rahma Dini

Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil
Djambek Bukittinggi

E-mail: rahmadini1110@gmail.com

Tomi Hendra

Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil
Djambek Bukittinggi

Abstract. *This research uses qualitative descriptive research. The data collection method was carried out using interviews and observation. Based on the results of research conducted regarding "Use of Instagram as a Media for Promotion of Makeup Services at Risa Vonda Make Up & Henna in Bukittinggi" it can be concluded that there are several uses made by Risa Vonda, this is in accordance with the new media theory put forward by Pierre Levy. First, the social interaction view: the existence of new media that creates space between users to interact and get information quickly because Instagram is one of the social media that can provide a great opportunity to use Instagram as a promotional medium. Second, the social integration view: the social integration view related to this research is that Instagram has become a habit for Risa's clients who follow it to get all the latest information. In this case, clients can also see photos or videos uploaded by Risa after the client uses her services. From there, we got views from clients and opinions from Risa Vonda's followers. In using Instagram media, of course, there are internal and external obstacles that Risa Vonda feels. First: Internal obstacles, namely not optimizing the Instagram Business features on Instagram, and lack of time. External obstacles are internet networks when they travel to areas where it is difficult to get internet access.*

Keywords: *Instagram, Make Up, Risa Vonda.*

Abstrak. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara dan observasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Jasa Tata Rias Pada Risa Vonda Make Up & Henna di Bukittinggi" maka dapat disimpulkan ada beberapa pemanfaatan yang dilakukan oleh Risa Vonda, hal ini sesuai dengan teori new media yang dikemukakan oleh Pierre Levy. Pertama, pandangan interaksi sosial: adanya media baru yang menciptakan ruang antar pengguna interaksi dan mendapatkan informasi secara cepat sebab Instagram merupakan salah satu media sosial yang bisa memberikan peluang besar untuk menggunakan Instagram sebagai media promosi. Kedua, pandangan integrasi sosial: pandangan integrasi sosial yang berkaitan dengan penelitian ini adalah instagram menjadi kebiasaan oleh klien Risa yang mengikuti untuk mendapatkan seluruh informasi terbaru. Dalam hal ini klien juga bisa melihat foto-foto atau video yang di upload oleh Risa setelah klien memakai jasanya. Dari sana didapatkan adanya pandangan dari klien dan pendapat dari followers Risa Vonda. Dalam pemanfaatan media Instagram tentunya ada kendala internal dan eksternal yang dirasakan oleh Risa Vonda. Pertama: Kendala internal yaitu tidak mengoptimalkan fitur Instagram Bisnis yang ada di Instagram, dan kurang tersedianya waktu. Kendala eksternal yaitu jaringan internet ketika make up ke daerah yang sulit mendapatkan akses internet.

Kata Kunci: Instagram, Make Up, Risa Vonda.

1. PENDAHULUAN

Setiap manusia tentunya menginginkan suatu kesempurnaan dalam hidupnya. Dimulai dari keuangannya, lingkup pertemanannya, bahkan dari segi fisik sekalipun. Baik laki-laki dan perempuan, tentunya menginginkan tubuh yang ideal, warna kulit yang bagus, bentuk rambut yang indah, bahkan wajah yang cantik atau tampan. Hampir setiap manusia berusaha untuk mendapatkan kesempurnaan dalam hidupnya, tidak terkecuali para wanita, yang berusaha keras untuk mendapatkan ideal versi dirinya.¹

Salah satu yang paling di perhatikan oleh wanita ialah penampilan yang menarik. Wajah merupakan hal paling utama yang menjadi *first impression* orang lain ketika bertemu. Setiap wanita tentunya akan mencari cara agar memiliki wajah yang mulus, putih, bersih dan cantik. Ada beberapa cara agar mendapatkan kecantikan yang berasal dari wajah, bisa didapatkan melalui *skincare*, makan makanan yang sehat, bahkan bisa dengan riasan diwajah. Riasan atau *make up* dapat menambah kecantikan wajah setiap wanita. Namun, tidak semua mahir dalam merias wajah, terlebih untuk acara tertentu yang memerlukan riasan yang sesuai.²

Tidak hanya kehidupan sehari-hari, dalam dunia *entertainment* pun juga membutuhkan riasan. Baik pria ataupun wanita yang bekerja di bidang *entertainment* memerlukan riasan tersebut. Ini tentunya membuat tampilan mereka semakin *fresh* dan tidak terlihat pucat serta sesuai dengan peran yang mereka lakoni. Dengan kebutuhan riasan yang semakin naik, mengakibatkan adanya perkembangan tata rias di Indonesia.³

Adanya kebutuhan akan riasan atau *make up* tersebut, menjadi daya tarik bagi sebagian orang. Mereka akan memandang hal ini sebagai peluang bisnis yang bagus dan bisa bertahan lama. Pekerjaan ini disebut dengan *make up artist (MUA)* yang bergerak dalam tata rias. Tidak hanya *make up* dalam acara formal saja, bahkan mereka bisa merias wajah dengan tema-tema tertentu yang dapat mendukung acara atau kegiatan dari *klien*. Para MUA yang ingin melebarkan sayapnya ke berbagai wilayah, tentunya harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik disamping hasil tata rias serta harga yang sesuai dengan produk *make up* yang berkualitas. Tentunya itu semua dilakukan agar memberikan kepuasan kepada para pelanggan.⁴

¹Awaliyana Rakhmawati, "Kepuasan pelanggan terhadap hasil tata rias makeup artist pria dan makeup artist wanita di kota semarang," 2016, hal. 1.

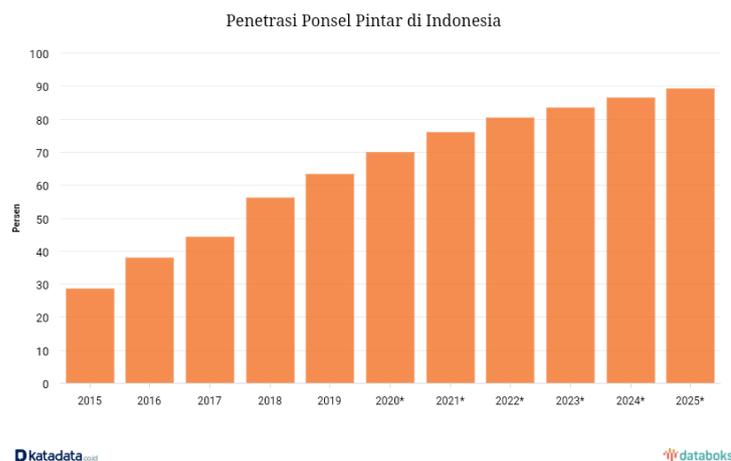
²Rakhmawati, hal. 1.

³Rakhmawati, hal. 1.

⁴Awaliyana Rakhmawati, "Kepuasan pelanggan terhadap hasil tata rias makeup artist pria dan makeup artist wanita di kota semarang," (2016), hal. 2.

Disamping itu teknologi memberikan kemudahan bagi manusia dalam menyelesaikan pekerjaannya. Hadirnya teknologi membuat masyarakat menjadi sangat kreatif dalam memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi. Teknologi mampu mendorong masyarakat untuk menciptakan karya-karya baru tak terkecuali dalam berkomunikasi. Salah satu bentuk teknologi yang membuat masyarakat kreatif adalah *smartphone*. Hadirnya alat komunikasi seperti *smartphone* membantu kita dalam berkomunikasi dan berbagi informasi dengan siapa dan dimana saja.⁵

Menurut katadata.co.id Penggunaan *smartphone* di Indonesia diperkirakan akan mencapai 89% populasi hingga 2025. Pada tahun 2015, hanya terdapat 28,6% pengguna. Namun dengan seiring berjalannya waktu, *smartphone* semakin terjangkau sehingga meningkatkan penggunaannya pula. Lebih dari setengah populasi di Indonesia atau 56,2% telah menggunakan *smartphone* pada tahun 2018. Empat tahun setelahnya di tahun 2022 sebanyak 80,4% masyarakat menggunakan *smartphone*. Hingga tahun 2025, setidaknya ada 89,2% pengguna di Indonesia yang telah memanfaatkan *smartphone*.⁶



Gambar 1. Data Pengguna Smartphone di Indonesia

Sumber: Katadata

⁵Daisy Ade Riany Diem dan Widiya Yulianti, “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada Akun Instagram @Kaosdisablon di CV. Purwa Satya),” *Jurnal Teknologika* 10, no. 2 (2020): hal. 15.

⁶Retalia Retalia, Tritjahjo Danny Soesilo, dan Sapto Irawan, “Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Interaksi Sosial Remaja,” *Scholaria: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan* 12, no. 2 (2022), hal. 139.

Menurut Gary B, Thomas J & Misty E, 2017 dalam Cacau Firman Wilatika, *Smartphone* adalah telepon yang internet enabled yang biasanya menyediakan fungsi Personal Digital Assistant (PDA), seperti fungsi kalender, buku agenda, buku alamat, kalkulator, dan catatan.⁷

Penggunaan media dapat dilihat dari sejauh mana media itu dapat menjangkau sasaran secara cepat dan tepat. Dengan adanya layanan di media sosial tentu lebih mempermudah manusia saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, dan sebagainya. Salah satu bentuk layanan berbagi di *smarphone* ada media sosial seperti, *youtube*, *facebook*, *blog*, *twitter*, *instagram* dan lain sebagainya. Media sosial adalah tempat yang mampu menciptakan berbagai bentuk komunikasi dan pemberian berbagai informasi bagi semua kalangan.

Salah satu media sosial yang menjadi sorotan saat sekarang ini adalah Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi yang dapat menampilkan dan mengirimkan video dan foto secara cepat melalui jaringan internet. Instagram sebagai salah satu media sosial sangat digemari oleh masyarakat. Hal ini berdasarkan data Napoleon cat, ada 97,38 juta pemakai Instagram di Indonesia pada bulan Oktober 2022. Jumlah itu merupakan yang terbesar keempat di dunia.⁸

Berdasarkan hasil observasi, ternyata media Instagram tidak hanya media berbagi foto dan video, tetapi juga telah dijadikan sebagai media promosi. Dengan menggunakan Instagram sebagai media promosi maka para pemilik usaha sangat dimudahkan dalam memberikan informasi mengenai usahanya. Pemilik usaha tidak diwajibkan punya lokasi yang luas dalam mempromosikan produknya. Hanya perlu memfoto produk yang ingin direkomendasikan kemudian diinformasikan sehingga nantinya orang tertarik untuk memakai produk yang direkomendasikan.

Salah satu bentuk aktivitas promosi yang kerap dilakukan oleh pemakai Instagram saat sekarang adalah jasa *make up*. Seperti pemilik usaha jasa di bidang *make up* yaitu Risa Vonda Make up & Henna. Risa Vonda Make Up & Henna adalah salah satu *make up artist* (MUA) yang bergerak di bidang tata rias yang ada di kota Bukittinggi. Risa Vonda memulai *make up* pada tahun 2014, namun menjadikan *make up* sebagai profesi sejak tahun 2016

⁷Cacau Firman Wilatika, "Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Kesehatan Dan Perilaku Remaja," Jurnal Obstretika Scientia 3, no. 2 (2015), hal. 3.

⁸Data Indonesia, <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022>

lalu oleh Risa Vonda yang memanfaatkan Instagram sebagai media promosi dan berkembang hingga saat ini.⁹

Pada awalnya Risa Vonda mempromosikan *make up* hanya melalui mulut ke mulut. Akan tetapi mempromosikan jasa seperti ini saja tentunya tidak cukup karena tidak menunjukkan hasil yang signifikan. Sebab Risa Vonda hanya mendapatkan 5 klien dalam waktu 2 atau 3 bulan, dengan melihat hal itu Risa Vonda mempunyai ide untuk memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan jasa *make up*-nya dengan cara memanfaatkan media sosial yaitu Instagram. Sehingga hal ini membuat Risa Vonda mulai dikenal dan menjadi *make up artist* (MUA) hits pada masa sekarang di wilayah kota Bukittinggi.¹⁰

Pada tahun 2017 setelah Risa Vonda menjadikan *make up* sebagai profesi dan juga aktif menggunakan Instagram sebagai promosi jasanya selalu ada klien yang memakai jasanya. Risa Vonda mendapatkan klien sebanyak 7 orang dalam satu bulan dengan berbagai kegiatan berupa acara sekolah, *bridesmaid*, dan pengantin.¹¹

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, saat ini akun media Instagram Risa Vonda Make Up & Henna dengan nama akun @risa.vonda memiliki 10,8 ribu *followers* dari berbagai kalangan dan 2.625 unggahan.¹² Hal ini tentunya sangat menguntungkan bagi pemilik usaha yang mengharapkan jasa *make up*-nya kian diketahui oleh masyarakat. Informasi yang berikan berupa promosi *make up*, *privat make up*, *wedding attire*, dan henna.

Terlebih saat ini, *make up* merupakan hal yang digemari dikalangan hawa, hal ini dapat dilihat dari semakin ramainya *make up artist* (MUA), khususnya di wilayah Bukittinggi. Maka adanya persaingan yang ketat dalam bisnis *make up*, sehingga hal ini menuntut Risa Vonda untuk melakukan promosi yang menarik, dan juga mampu bersaing di dalam bisnis *make up* tentunya dengan memanfaatkan Instagram sebagai media promosi jasa *make up*.

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam dengan judul “**Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Tata Rias Pada Risa Vonda Make up & Henna Di Bukittinggi.**”

⁹Wawancara dengan Risa Vonda, Kamis, 05 Januari 2023

¹⁰Wawancara dengan Risa Vonda, Kamis, 05 Januari 2023

¹¹Wawancara dengan Risa Vonda, Kamis, 05 Januari 2023

¹²Observasi Akun Instagram Risa Vonda, Kamis, 05 Januari 2023

2. KAJIAN TEORI

a. Media Sosial

Media sosial adalah aplikasi berbasis internet yang dimanfaatkan oleh penggunanya sebagai interaksi, berbagi, bekerja, dan berkomunikasi dengan pengguna lainnya sehingga adanya ikatan sosial secara virtual

Adapun fungsi media sosial antara lain:¹³

- 1) Memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
- 2) Mentransformasikan praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience* ke dalam praktik komunikasi diaologis antara banyak *audience*.
- 3) Mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi, yakni mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.
- 4) Membangun *personal branding*, mencari popularitas, atau menunjukkan identitas diri

Media sosial juga memiliki karakteristik. Nasrullah dalam Ahmad Setiadi menjelaskan karakter dari media sosial, yaitu:¹⁴

- 1) Jaringan (*Network*)
- 2) Informasi (*Informations*)
- 3) Arsip (*Archive*)
- 4) Interaksi (*Interactivity*)
- 5) Simulasi Sosial (*Simulation of society*)
- 6) Konten oleh pengguna (*User-generated content*)

Dengan adanya media sosial, bisnis kecil pun bisa memiliki peluang untuk meraup keuntungan yang besar. Ada banyak manfaat yang diperoleh ketika menggunakan media sosial untuk berbisnis, yaitu:¹⁵

- 1) Meningkatkan loyalitas dan kesadaran merek (*Brand Awareness*)

Melalui media sosial, konsumen bisa berkomunikasi langsung terkait produk yang ditawarkan dan memberikan respon secara cepat.

¹³Chandra, hal. 16.

¹⁴Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi," *jurnal Humaniora*, 16.2 (2016).

¹⁵

2) Melakukan promosi dengan biaya terjangkau

Tanpa mengeluarkan uang sedikitpun untuk membuat brosur fisik untuk melakukan promosi. Memanfaatkan iklan berbayar apabila menginginkan hasil yang lebih maksimal. Iklan berbayar menjadi cara yang efektif untuk mempromosikan bisnis maupun konten yang menawarkan pilihan penargetan yang kuat, sehingga promosi bisa mencapai *audiens* yang tepat.

3) Membagikan informasi dengan lebih cepat

Dalam ini, bisa berbagi informasi tentang promo, produk keluaran terbaru, konten informatif lainnya yang berhubungan dengan bisnis yang kita punya. Hanya memanfaatkan fitur *share* untuk membagikan informasi ke beberapa media sosial sekaligus.

4) Mengalisis competitor

Dengan media sosial, bisa memantau kompetitor dari cara mereka melakukan promosi dan menanggapi keluhan pelanggan. Sehingga hal ini membantu untuk membuat keputusan bisnis sehingga bisa tetap bersaing dengan kompetitor lainnya

b. Instagram

Instagram merupakan aplikasi media sosial yang berbasis android untuk *smartphone*, IOS untuk iPhone, dan *windows phone*. Bahkan, sekarang Instagram bisa dijalankan lewat komputer atau PC, namun fitur yang ada disana tidak selengkap yang ada di *mobile phone*. Berkembangnya Instagram tidak terlepas dari peran fitur-fitur unggulan yang ditawarkan kepada pengguna Instagram.¹⁶ Adapun fitur dalam aplikasi instagram ialah: Profil ,Upload foto dan video,*Stories,Caption,Komentar ,Hastags,Like , Activity,Direct Message (DM) ,Geotagging (Tag Lokasi),Story Archive,Highlight (Sorotan)*

c. Make Up

make up atau tata rias adalah seni mengubah wajah dengan menggunakan alat-alat kosmetika yang berwarna seperti *eyeshadow, eyeliner, blush on, mascara, dan lipstick* dengan tujuan untuk mempercantik wajah sehingga menimbulkan keyakinan pada diri sendiri Menurut Korichi *make up* berfungsi sebagai berikut:¹⁷

¹⁶Chandra, hal. 58.

¹⁷Kafa Syahida, "Penggunaan Make Up Terhadap Kepercayaan Diri Wanita Dewasa Awal (Study Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta)," Paper Knowledge (2021): hal. 22-24.

a. Sebagai *seduction* (meningkatkan penampilan diri)

Seseorang yang memakai *make up* sebagai *seduction* merasa bahwa dirinya terlihat menarik jika menggunakan *make up*, sebab bagi wanita yang terpenting saat ini adalah menambah kecantikan fisik.

b. Sebagai *camouflage* (menutupi kekurangan diri)

Seseorang yang memakai *make up* sebagai *camouflage* merasa dirinya tidak menarik sehingga butuh *make up* agar terlihat memukau.

3. METODE

Pada Penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Lokasi dan waktu penelitian merupakan tempat dan juga waktu yang mana penelitian dilakukan. Lokasi penelitian ini berlokasi di Jalan Guru Tuo Pintu Kabun, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat. Penelitian ini dilakukan selama dua bulan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah Observasi dan Wawancara

4. PEMBAHASAN

1. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Jasa Tata Rias Pada Risa Vonda Make Up & Henna di Bukittinggi

Di era modern seperti sekarang ini, *make up* semakin diminati oleh kalangan banyak. Banyaknya para *Make Up Artist* (MUA) yang berlomba-lomba untuk mengasah *skill* yang dimilikinya. Risa Vonda, salah satu *Make Up Artist* (MUA) Bukittinggi yang memiliki keahlian yang kompeten dalam bidang *Make Up Artist* (MUA). Risa melakukan berbagai cara untuk bisa menjual jasanya dengan memanfaatkan Instagram sebagai media promosi.

Bagi Risa Instagram merupakan salah satu *platform* yang bisa meningkatkan jumlah klien dengan mudah karena Instagram sifatnya online. Risa yang pada awalnya mempromosikan jasa *make up*-nya hanya melalui mulut ke mulut namun pada tahun 2016 Risa memanfaatkan Instagram sebagai media promosi jasa *make up*-nya. Dengan memanfaatkan Instagram sebagai media promosi Risa merasakan dampak yang cukup baik.

Dari hasil wawancara, Risa mengatakan salah satu dampak yang dirasakan melalui Instagram adalah jangkauan Instagram luas artinya, Instagram bisa menjangkau

banyak orang dan banyak daerah. Salah satunya Risa mendapatkan klien luar daerah, seperti Pariaman, Palupuh, Lubuk Basung, dan sebagainya. Melalui Instagram, Risa mendapatkan *workshop make up* dengan make over dan wardah, sehingga dengan itu Risa melihat adanya peluang besar untuk jasa *make up* nya semakin dikenali oleh orang banyak. Hal ini merupakan bukti bahwa pemanfaatan Instagram memiliki dampak yang baik.

Bahwasannya pendorong penjualan jasa *make up* agar lebih dikenal dan dipesan oleh klien. Salah satu cara yang dilakukan oleh Risa Vonda adalah Instagram, di mana media Instagram dapat menjangkau orang-orang lebih luas.

Menurut Pierre Levy terdapat dua pandangan dalam *new media* yaitu:

a. Pandangan interaksi sosial

Pierre Levy memandang *word wide web (www)* sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dinamis, yang dapat memungkinkan manusia untuk mengembangkan orientasi pengetahuan baru. Artinya, penggunaan media baru membuat manusia memiliki ruang interaksi yang lebih luas.

bahwasanya memang Instagram merupakan salah satu media sosial yang bisa memberikan peluang besar untuk menggunakan Instagram sebagai media promosi.

Hal ini sesuai juga dengan yang dikatakan oleh Pierre Levy bahwa adanya media baru yang menciptakan ruang antar pengguna interaksi dan mendapatkan informasi secara cepat.

Dalam memanfaatkan Instagram, perlunya mengetahui fitur-fitur yang ada di Instagram. Penggunaan fitur tersebut memberikan pengaruh yang besar dalam memasarkan jasanya. Dengan fitur-fitur yang ada itu membuat kapasitas sebuah konten di Instagram semakin menarik lebih banyak perhatian dari para penggunanya. Sama halnya yang dilakukan oleh Risa dalam mempromosikan jasanya *make up*-nya dengan menggunakan fitur-fitur yang ada di Instagram.

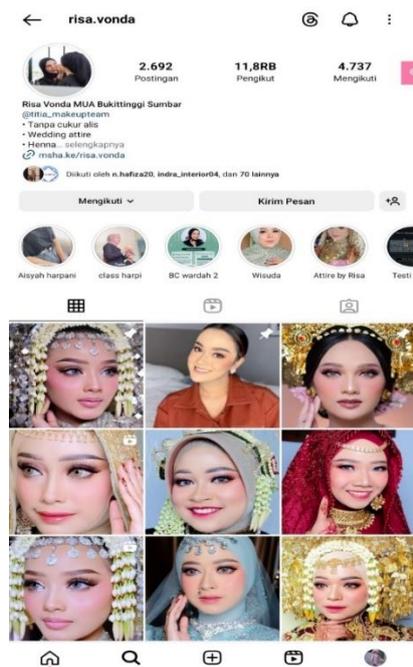
Setelah peneliti melakukan wawancara kepada Risa, ia mengatakan dari ke semua fitur yang ada di Instagram Risa menggunakan beberapa fitur-fitur yang ada di Instagram. Peneliti melihat adanya peluang besar bagi Risa untuk mempromosikan produk yang dipasarkan melalui Instagram apabila pengguna Instagram benar-benar memanfaatkan secara maksimal semua fitur yang ada di Instagram.

Misalnya fitur Instagram Reels yang saat ini sedang *trending* di kalangan pengguna Instagram bahwa konten yang di upload melalui reels yang kemungkinan besar akan di tampilkan di halaman *explore* tempat yang digunakan untuk menemukan hal baru setiap bulannya. Jadi apabila konten reels yang di unggah berhasil di tampilkan pada halaman *explore* Instagram, maka dapat memiliki peluang besar untuk meengekpos *make up* kepada pengikut baru akun Instagram.

Beberapa fitur-fitur yang digunakan oleh risa Vonda di Instagram antara lain:

1. Profil

Di dalam Instagram tersebut adanya fitur profil yang nantinya bisa memberikan informasi kepada pengguna Instagram mengenai *make up* yang bisa di lakukan oleh Risa, bentuk baju pengantin, dan juga ada link yang terhubung ke whatsapp untuk menanyakan seputar *make up*, baju pengantin, dan lain sebagainya. Hal ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:¹⁸



Gambar 2. Profil Akun Risa Vonda

Sumber: Instagram Risa Vonda

Pada gambar di atas dapat peneliti jelaskan bahwa pada halaman profil terdapat identitas Risa dan informasi yang dijelas seputar *make up*. Dalam pemanfaatan fitur ini peneliti melihat bahwa Risa menuliskan informasi dengan

¹⁸Observasi Akun Instagram Risa Vonda, Kamis 27 Juni 2023

jas di bio Instagramnya. Pada bio nstagram tercantum yaitu: nama Instagramnya, *make up*-nya tanpa cukur alis, baju pengantin (*wedding attire*), henna, Risa tidak hanya bisa *make up* di kota Bukittinggi saja akan tetapi bisa ke luar daerah seperti Pariaman dan Padang, serta adanya link yang terhubung ke whatsapp untuk menanyakan seputar *make up*, baju pengantin, dan lain sebagainya.

2. Unggah Foto dan Video

Pemanfaatan yang dilakukan oleh Risa Vonda dalam fitur unggah foto dan video adalah dengan mengunggah foto dan video terkait dengan hasil *make up*. Pemanfaatan fitur unggah foto dan video benar-benar dimanfaatkan semaksimal mungkin oleh Risa. Foto Dan video yang diunggah tentunya akan menjadi suatu hal yang wajib dilakukan agar nama *brand* Risa dapat dilihat orang lain. Hal ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:¹⁹



Gambar 3. Unggahan Foto Hasil Riasan Make Up

Sumber: Instagram Risa Vonda

Dari gambar di atas dapat peneliti jelaskan bahwa dalam unggahan foto yang dilakukan oleh Risa terdapat adanya komentar dari *followers* Risa yang memuji hasil foto maupun hasil riasan *make up*-nya. Adanya kejernihan foto yang diunggah

¹⁹Observasi Akun Instagram Risa Vonda, Kamis 27 Juni 2023

membuat daya tarik tersendiri untuk memperlihatkan hasil dari *make up* yang dilakukan.

3. *Stories*

Stories atau yang biasa disebut *Instastories* adalah fitur berbagi cerita. *Instastories* dapat berupa foto maupun video. Menggunakan *Instastories* dengan tepat, efektif, dan juga kreatif bisa menciptakan interaksi salah satunya bisnis jasa *make up*. Fitur ini digunakan oleh Risa dengan mengunggah beberapa foto maupun video secara langsung dari Instagram tanpa perlu diedit. Di *instastories* sudah ada filter atau efek, musik yang bisa digunakan untuk memperindah sebuah *story* jika perlukan. Fitur ini menjadi salah satu daya tarik. salah satu contohnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4. Unggahan story make up Risa Vonda di Instagram

Sumber: Instagram Risa Vonda

Dalam gambar di atas dapat terlihat adanya penggunaan musik, mention yang digunakan oleh Risa dalam *stories*-nya, sehingga dalam sehari Risa mengunggah 5 *stories*. Selain itu, penambahan musik akan menjadi foto atau video lebih dramatis. Ketika foto atau video didukung dengan musik yang sesuai tentunya akan menghidupkan foto atau video yang diunggah.

4. *Direct Message* (DM)

Direct Message dimanfaatkan oleh Risa Vonda sebagai penghubung komunikasi dengan klien. Dimana klien bisa menanyakan harga maupun tanggal yang masih kosong dan sebagai konfirmasi memang terjadinya persetujuan dalam pemakaian jasa Risa maupun pembatalan yang terjadi karena ada yang tidak bisa dilakukan oleh klien.

5. Reels

Pemanfaatan Instagram dengan fitur reels ini menghasilkan dampak positif yang membuat jasa *make up* Risa di kenal banyak orang. Peneliti melihat dalam Reels di akun Risa seringkali mengupload reels dengan bentuk transisi video dan juga musik sebagai penarik konsumen untuk melihat hasil dari *make up* tersebut. Video yang dimuat di reels biasanya berisikan hasil *make up*, tutorial *make up*, maupun tips *make up*.

Reels sangat berguna untuk mengekspresikan kreatifitas para pengguna akun instagram. Adanya musik yang sering menjadi *trending* membuat pengguna akun juga memakai musik tersebut untuk menarik perhatian *user* lainnya.

Berikut contoh reels dalam akun Instagram Risa Vonda:



Gambar 5. Unggahan Reels Risa Vonda di Instagram

Sumber: Instagram Risa Vonda

Dari gambar tersebut dapat peneliti lihat adanya pemanfaatan reels yang dilakukan oleh Risa Vonda dengan mengunggah berbagai jenis video, mulai dari hasil *make up*, *tips make up*, dan jenis kamera maupun *lighting* yang digunakan saat pengambilan video. Dalam video tersebut Risa menggunakan transisi video dan menambahkan musik yang tersedia di reel sebagai pendukung agar video tersebut makin bagus untuk dilihat.

6. *Highlight* (Sorotan)

fitur *highlight* ini dimanfaatkan oleh Risa untuk menyimpan sorotan *story* dengan tujuan untuk meyakinkan klien untuk memakai jasa *make up* nya. Hal ini dapat peneliti lihat di Instagram Risa bahwa adanya pemanfaatan *highlight* merupakan hasil *story* yang pernah di *upload*. Berikut ini contoh *highlight* Risa Vonda:



Gambar 6. Highlights Instagram Risa Vonda

Sumber: Instagram Risa Vonda

Dari gambar di atas dapat peneliti jelaskan bahwa dalam *highlight* yang di unggah oleh Risa menjelaskan beberapa kegiatan dan *story* berbagai jenis *make up* yang sudah dilakukannya.

Peneliti dapat melihat bahwa adanya profil, unggah foto dan video, *stories*, *direct message*, reels, dan *highlight* membuat interaksi yang terjadi di kolom komentar, dalam unggahan video dapat dilihat banyaknya orang-orang yang melihat tayangan dari video yang di upload.

Risa Vonda juga mengatakan bahwa pemanfaatan Instagram dengan menggunakan berbagai fitur yang ada di Instagram menghasilkan dampak positif sehingga hal itu bisa membuat membuat jasa *make up* Risa Vonda di kenal banyak orang.

b. Pandangan integrasi sosial

Menurut Pierre Levy pandangan integrasi sosial merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, akan tetapi bagaimana manusia itu menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat dengan menyuguhkan beberapa bentuk masyarakat dan memiliki rasa saling memiliki.

Adanya pandangan integrasi sosial dapat dijelaskan dalam bentuk bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat dengan menyuguhkan beberapa bentuk masyarakat dan memiliki rasa saling memiliki. Hal ini dapat dilihat dari berbagai pendapat dan testimoni dari klien atau pengikut Risa di Instagram.

Pandangan integrasi sosial yang berkaitan dengan penelitian ini adalah Instagram menjadi kebiasaan oleh klien Risa yang mengikuti untuk mendapatkan seluruh informasi terbaru. Dalam hal ini klien juga bisa melihat foto-foto atau video yang diupload oleh Risa setelah klien memakai jasanya. Dari sana didapatkan adanya pandangan dari klien dan pendapat dari *follower* Risa.

postingan yang diunggah oleh Risa, ini dapat dilihat dari pemakaian musik serta angel yang digunakan oleh Risa. Selain itu, dapat dilihat dalam reels Risa Vonda menampilkan *make up* klien, mulai dari alis, kelopak mata, bibir, hingga keseluruhan wajah. Ini membuat klien terlihat cantik setelah *dimake up* oleh Risa. Sehingga video ini menjadi media yang menarik bagi calon klien lainnya, karena hasilnya tampak nyata didukung dengan pencahayaan yang baik dan peralatan media yang memadai.

Selain dengan pemanfaatan fitur tersebut, adanya fitur pencarian di Instagram membuat foto atau video dapat terlihat dibagian pencarian pengguna lain. Ini tentunya akan menjadi peluang dalam menjangkau calon klien.

dapat dilihat bahwa melalui feed Instagram, foto yang diunggah tersebut terlihat dari bagian pencaharian. Dengan begitu, akan menjangkau pengguna lebih luas. Dari yang semulanya tidak tahu menjadi tahu dan terus mencari tahu bahkan menantikan *update* terbaru dari Risa Vonda.

Akun instagram @risa.vonda aktif dalam membagikan informasi terbaru seputar *make up*. Cara Risa dalam menciptakan masyarakat adalah memanfaatkan Instagram dengan mengupdate postingan di setiap harinya Ada, untuk *feed* biasanya di jam 8 pagi atau 12.00-14.00, untuk *story* biasanya sebelum orang mulai aktifitas jam 04.30 subuh-09.00 pagi, atau 11.00-13.00, dan setelah itu 17.00-malam

2. Kendala Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Jasa Tata Rias Make Up & Henna di Bukittinggi

Dalam penggunaan media sosial yaitunya Instagram tentunya ada kendala ataupun hal yang menjadi halangan dalam penggunaannya. Dalam penggunaan Instagram Risa juga mengalami beberapa kendala yaitu:

a. Kendala Internal

Kendala internal adalah kendala yang terjadi di dalam penggunaan Instagram. Kendala tersebut yaitu:

1. Tidak mengoptimalkan fitur Instagram Bisnis yang ada di Instagram

Salah satu bagian dari instagram ialah adanya Instagram bisnis. Dalam instagram bisnis, adanya fitur berupa Insight, yang mana berisikan performa konten yang diunggah. Fitur ini berfungsi sebagai analisis, perencanaan, hingga evaluasi kegiatan pemasaran. Selanjutnya adanya pasang iklan (fitur ads) yang bisa membuat atau memasang iklan dengan tujuan bahwa pengguna atau akun lain dapat melihat postingan tersebut. Iklan tersebut tidak hanya bisa diposting dalam bentuk *feed*, tetapi bisa melalui *story*. Jangkauan dari fitur tersebut tentunya sangat luas daripada akun biasa.

Risa memang tidak menggunakan akun bisnis tetapi hanya menggunakan akun pribadi karena menurut Risa sedikitnya musik yang tersedia, bagi Risa sendiri musik menjadi nilai keindahan dalam sebuah foto maupun video yang diunggah.²⁰

2. Kurang tersedianya waktu

Waktu menjadi hal yang penting bagi manusia. Apalagi bagi seorang pembisnis, waktu sangatlah berharga. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Risa dalam wawancara bahwa Risa Vonda yang bergerak di bidang *make up* tentu sangat membutuhkan waktu dan tidak ingin waktunya terbuang sia-sia. Namun karena disibukkan oleh kegiatan *make up* dan tambahan pekerjaan diluar *make up* membuat Risa Vonda tidak bisa memposting secara langsung hasil foto *make up*-nya di Instagram. Artinya, foto atau video yang sudah diambil tidak diposting di feed dalam hari pengambilan foto maupun video sebab dalam satu hari biasanya Risa Vonda ada dua klien sehingga waktunya habis untuk berpindah lokasi ke klien selanjutnya dan juga dalam *make up* klien Risa Vonda biasanya butuh waktu 2

²⁰Observasi Akun Instagram Risa Vonda, Kamis 27 Juni 2023

sampai 3 jam. Sehingga waktu Risa Vonda menjadi padat dan terkadang juga ada kegiatan lain yang harus didahulukan oleh Risa Vonda. Maka dalam memposting hasil *make up* Risa melakukan postingan di hari berikutnya atau menunggu waktu yang senggang untuk mengupload hasil foto atau video *make up*-nya.²¹

2) Kendala Eksternal

Kendala eksternal adalah kendala yang terjadi di luar penggunaan Instagram. Kendala tersebut yaitu:²²

Jaringan Internet

Media sosial tentunya menggunakan jaringan internet agar bisa terhubung. Jaringan internet ini bisa didapatkan melalui wi-fi maupun data internet. Menurut Risa Vonda kendala yang dialaminya adalah jaringan internet. Ketika Risa *make up* klien ke daerah yang akses jaringan internetnya belum merata, terkadang tidak ada sinyal untuk mengupload kegiatan saat itu ke Instagram.

bahwa jaringan internet menjadi kebutuhan penting bagi Risa mengupdate *stories*. Jaringan yang lelet akan mempersulit dalam meng-update di instagram. Ini tentunya akan memperlambat kerja dalam mengelola sosial media tersebut.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang Berjudul Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Jasa Tata Rias Pada Risa Vonda Make Up & Henna bahwa:

1. Pemanfaatan Instagram oleh Risa Vonda sebagai media promosi jasa *make up* dimanfaatkan oleh Risa Vonda dengan memanfaatkan fitur yang di Instagram. *Pertama*: fitur profil, Pemanfaatan fitur profil ini digunakan oleh Risa Vonda sebagai identitas Risa Vonda dan sebagai informasi *make up*, baju pengantin, lokasi, dan juga link tautan yang nantinya langsung terhubung ke whatsapp. *Kedua*: fitur unggah foto dan video, Fitur ini digunakan oleh Risa dengan mengunggah beberapa foto maupun video secara langsung dari Instagram tanpa perlu diedit. *Ketiga*: fitur *Story*, dalam fitur *instastory* sudah tersedia filter atau efek, musik yang bisa digunakan untuk memperindah sebuah *story* jika perlukan. *Keempat*: fitur *direct message* (DM), Fitur ini berfungsi untuk mengirim pesan berupa foto, video, maupun link. Fitur ini menjadi hal yang penting bagi Risa Vonda, karena fitur ini menjadi penghubung komunikasi dengan klien. *Kelima*: Fitur reels, Pemanfaatan reels dilakukan oleh Risa Vonda sebagai

²¹Wawancara dengan Risa Vonda, Senin, 15 Mei 2023

²²Wawancara dengan Risa Vonda, Senin, 15 Mei 2023

sarana untuk mengekspresikan jasa *make up* dengan membuat video yang kreatif dengan menggunakan transisi sehingga video tersebut terlihat menarik. *Keenam*, fitur *highlights* dimanfaatkan oleh Risa untuk menyimpan sorotan *story* dengan tujuan untuk meyakinkan klien untuk memakai jasa *make up*-nya.

2. Kendala yang di alami oleh Risa Vonda terdiri dari kendala dua kendala yaitu kendala internal dan eksternal. Kendala internal berupa Tidak mengoptimalkan fitur Instagram bisnis yang ada di Instagram, dan kurang tersedianya waktu. Kendala Eksternal berupa jaringan internet ketika *make up* ke daerah yang sulit akses internet

REFERENCES

- Abdussamad, Zuchri, *Metode Penelitian Kualitatif*, ed. oleh Patta Rappana, 2021 ed. (Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021)
- Akbar, A H, “Sekolah Tinggi Seni Tata Rias Dan Perawatan Kecantikan Tradisional Indonesia,” 2018, 52014010
<[https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/29/%0Ahttps://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/29/8/11.UNIKOM_Ayu_Hanifah_BAB_II .pdf](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/29/%0Ahttps://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/29/8/11.UNIKOM_Ayu_Hanifah_BAB_II.pdf)>
- Anggito, Albi & Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, ed. oleh Ella Deffi Lestari (Jawa Barat: CV. Jejak, 2018)
- Anggraini, Juli, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara,” *Skripsi*, 2021, 13
- Anisa Rahma Naaya, “INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI JASA MAKE-UP,” *Skripsi*, 2020
<<https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049%0Ahttp://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391%0Ahttp://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205%0Ahttp:>>>
- Antasari, Citra, dan Renystiyah Dwi Pratiwi, “Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, et al., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, ed. oleh Husnu Abadi (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020)
- Heryana, A., & Unggul, U. E., “Informan Dan Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif,” *Sistem Informasi Akuntansi: Esensi dan Aplikasi*, December, 2018, 14
<eprints.polsri.ac.id>
- Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, ed. oleh Syahrani, 2011 ed. (Kalimantan Selatan: Antarsari Press, 2011)
- Rakhmawati, Awaliyana, “Kepuasan pelanggan terhadap hasil tata rias makeup artist pria dan makeup artist wanita di kota semarang,” 2016, 53–66
- Toseptu, Yusrin Ahmad, *Media Baru Dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik I Dunia Virtual)* (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2018)
- Wantara, Pribanus, dkk, *Manajemen Pemasaran Garam*, ed. oleh Tim MNC Publisher, 2022 ed. (Malang: Media Nusa Kreatif, 2022)

Warda, I, "Pengaruh Fungsi Make-Up Sebagai Camouflage Dan Seduction Terhadap Citra Diri Pada Remaja Putri," *Make Up*, 2020, 1–93 <<http://eprints.umm.ac.id/59803/>>

Wilatika, cacan firman, "Pengaruh penggunaan smartphone terhadap kesehatan dan perilaku remaja," *Jurnal Obstetika Scientia*, 3.2 (2015), 1–18

YPH, Niken, dkk, *The Power Of Media*, ed. oleh dkk Irawan, Angga, 2015 ed. (Malang: CV. Garuda Mas Sejahtera, 2015)

Wawancara dengan Risa Vonda. 5 Januari 2023

Wawancara dengan Rian Vanes Asisten Risa Vonda. 15 Mei 2023

Wawancara dengan Novi Gusman. Klien Risa Vonda. 10 Juni 2023

Wawancara dengan Ermiza Putri. Klien Risa Vonda. 10 Juni 2023

Wawancara dengan Aidha Bastira. Klien Risa Vonda. 10 Juni 2023

Wawancara dengan Vadila. *Followers* Risa Vonda. 15 Juni 2023

Wawancara dengan Miftah Hakiki. *Followers* Risa Vonda. 15 Juni 2023

Wawancara dengan Nur Hafiza. *Followers* Risa Vonda. 15 Juni 2023