

OPTIMALISASI AKUN INSTAGRAM DAN PENGGUNAAN SHOPEE DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT AUDIENS PADA PERUSAHAAN CLOTHING BRAND GELSEYROOMS

Daniel Manek^{1,*}, Komang Eni Puspa Dewi²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: manekdaniel@unmas.ac.id

ABSTRAK

Program Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan di perusahaan clothing brand Gelseyrooms, yang berlokasi di Renon, Denpasar Selatan. Permasalahan yang dihadapi perusahaan meliputi kurang optimalnya pengelolaan media sosial seperti Instagram dan Shopee, yang berdampak pada rendahnya engagement audiens, kurangnya evaluasi pasar, dan belum maksimalnya penggunaan strategi iklan digital. Solusi yang ditawarkan mencakup optimalisasi penggunaan fitur Shopee (flash sale, voucher, gratis ongkir), pembaruan profil media sosial, serta peningkatan kualitas konten dan jadwal posting yang konsisten. Program kerja ini dilaksanakan melalui dua metode utama, yakni metode pendampingan dan pelatihan yang melibatkan pemilik dan karyawan secara aktif. Kegiatan pengabdian berlangsung dari 20 Februari hingga 7 April 2025 dan mencakup evaluasi akun, perencanaan strategi konten, serta pelatihan penggunaan fitur digital. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengelolaan media sosial, baik dari segi visual, keterlibatan audiens, hingga pemanfaatan fitur platform secara maksimal. Kesimpulannya, strategi digital yang terarah dapat meningkatkan brand awareness dan pendapatan usaha. Saran diberikan agar karyawan konsisten dalam pengelolaan konten dan terus mengembangkan keterampilan digital agar Gelseyrooms tetap kompetitif di tengah persaingan industri fashion digital.

Kata Kunci : Pengabdian Masyarakat, Media Sosial, Engagement Audiens

ANALISIS SITUASI

Program pengabdian kepada masyarakat adalah salah satu bentuk nyata dari Tri Dharma perguruan tinggi yang dilaksanakan oleh dosen. Dalam program ini, dosen melibatkan mahasiswa untuk memberikan mereka kesempatan memperoleh pengalaman langsung dalam menerapkan dan mengintegrasikan pengetahuan yang mereka miliki guna menyelesaikan berbagai masalah di masyarakat (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi & Kebudayaan, 2021). Program ini diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti pendidikan dan pelatihan bagi masyarakat, layanan masyarakat, serta kajian terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi yang dihasilkan oleh perguruan tinggi (Emilia, 2022). Pelaksanaan pengabdian ini difokuskan pada Optimalisasi Akun Instagram, Penggunaan Shopee, Serta Peningkatan Engagement Dengan Audiens Guna Meningkatkan Minat Customers Pada Perusahaan Clothing Brand Gelseyrooms. Optimalisasi strategi media social seperti Instagram dan shopee diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan minat terhadap audiens serta, memperluas jangka pasar.

Perkembangan pesat dalam era digital saat ini telah membawa dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan. Dengan kemajuan teknologi, khususnya internet, masyarakat kini memiliki akses yang lebih mudah ke berbagai informasi. Kehadiran berbagai aplikasi media sosial telah membuka peluang baru untuk berbisnis, memungkinkan akses informasi yang lebih efisien, serta memfasilitasi berbagai dokumentasi kegiatan (Romli et al., 2021). Sebagai Contohnya yaitu, Instagram, sebagai platform pesan instan, juga berperan penting dalam komunikasi bisnis dan layanan pelanggan. Berdasarkan definisi yang diberikan oleh Oktarina dan Abdullah (2017), Instagram memiliki banyak kegunaan bagi pelaku usaha clothing brand seperti Gelseyrooms ini, terutama dalam membangun brand awareness, menarik pelanggan, dan meningkatkan penjualan.

Contohnya mempromosikan produk dengan iklan berbayar atau (Instagram Ads). Dengan strategi yang tepat, Instagram bisa menjadi alat yang sangat efektif bagi pelaku usaha clothing brand untuk membangun komunitas, meningkatkan penjualan, dan memperkuat posisi brand di pasaran. Gelseyrooms memanfaatkan banyak platform yaitu Shopee, Instagram, WhatsApps serta untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan, memperluas jangkauan pemasaran, dan mempercepat respons terhadap kebutuhan pelanggan. Media sosial ini tidak hanya bermanfaat untuk mempromosikan produk tetapi juga untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan dan mendukung pertumbuhan bisnis di era digital.

Perusahaan Clothing Brand yang Bernama Gelseyrooms merupakan salah satu perusahaan yang menjual berbagai macam pakaian Wanita yang kekinian dan fashionable. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2012. Perusahaan dengan brand Gelseyrooms ini didirikan pada tahun 2012. Perusahaan ini sudah menjual lebih dari ratusan bahkan ribuan pcs barang perbulannya. Gelseyrooms awalnya didirikan di Denpasar pada kamar kost kecil oleh pemiliknya yang bernama Ni Putu Ayu Desy Indrayanti. Awalnya perusahaan ini hanya mengikuti berbagai event yang ada di Denpasar seperti event PICA FEST Namun seiring berjalannya waktu perusahaan ini mulai menjajah market ke luar Bali mulai dari berjualan dengan memanfaatkan sosial media seperti shopee. Waktu demi waktu berlalu tahun demi tahunpun berlalu Gelseyrooms semakin lebih baik dan bijak dalam menarik peminat yang banyak adapun peminat dari perusahaan ini mulai dari kalangan remaja hingga orang dewasa pun menyukai produk yang dimiliki oleh perusahaan Gelseyrooms sendiri. Itu dikarenakan perusahaan ini sangat pintar mengikuti trend fashion yang ada.

Adapun koleksi pakaian yang dimiliki oleh perusahaan ini yaitu mulai dari atasan basic, long sleeve, kemeja, celana, rok pendek, rok celana atau skort, long jeans serta cardigan yang memiliki banyak varian warna dan motif yang simple dan elegan. Dimana sesuai dengan slogan dari perusahaan ini yaitu "Everyday Looks basic & Timeless". Hingga saat ini perusahaan gelseyrooms sudah banyak memiliki pengikut di instagramnya sebanyak hampir 600.000 pengikut. Dan saat ini perusahaan Gelseyrooms sudah memiliki Toko yang beralamat di Jalan Tukad Barito No 88Y Renon Denpasar Selatan. Serta salah satu Gudang produksi di daerah renon. Namun,

untuk meningkatkan kinerjanya lebih lanjut, Perusahaan ini menghadapi tantangan dalam memaksimalkan strategi penggunaan dan pengelolaan media sosial.

Saat ini, penggunaan media sosial belum sepenuhnya optimal, yang berdampak pada kurangnya interaksi efektif dengan pelanggan dan keterbatasan dalam memperluas jangkauan pasar digital. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan strategi pengelolaan media sosial yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi konten serta interaksi dengan pelanggan. Manajemen yang efektif dalam aspek ini akan membantu Perusahaan Clothing Brand Gelseyrooms dalam menarik dan mempertahankan pelanggan, memperkuat citra merek, dan mendukung pencapaian visi serta misi perusahaan. Dengan strategi yang tepat, agen dapat lebih cepat merespons kebutuhan pasar dan tetap kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh tim pada tanggal 20 Februari 2025 di Gelseyrooms, terdapat beberapa permasalahan utama yang perlu diatasi terkait pengelolaan media sosial, sebagai berikut:

1. Kurangnya evaluasi target pasar dan performa pelanggan.
2. Kurangnya optimalisasi kualitas konten dan diferensiasi brand
3. Kurangnya penggunaan iklan berbayar atau (Ads Strategy).

SOLUSI YANG DIBERIKAN

1. Melakukan evaluasi terhadap aplikasi Shopee dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia, seperti deskripsi produk yang lebih menarik, foto produk yang lebih profesional, pemanfaatan fitur flash sale atau penggunaan voucher dan pemberian gratis ongkir. Kelengkapan informasi dan penggunaan fitur-fitur yang ada di Shopee membantu menciptakan citra perusahaan yang profesional dan terpercaya, yang memudahkan pelanggan menemukan informasi yang mereka butuhkan dan meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata publik.
2. Memperbarui informasi media sosial dengan informasi yang lebih menarik dan relevan, seperti menambahkan Linktree pada bio Instagram serta membuat pamphlet opening dan jam operasional yang menarik. Mengoptimalkan profil dengan informasi yang relevan dan menarik, seperti menambahkan Linktree pada bio Instagram dan membuat pamphlet menarik tentang operasional jam, dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan menarik perhatian audiens sasaran.
3. Membuat jadwal posting secara konsisten setiap hari. Jadwal posting konten yang terencana dan konsisten memastikan bahwa konten disebarluaskan secara teratur, meningkatkan visibilitas dan keterlibatan dengan audiens. Hal ini juga membantu dalam mempertahankan perhatian audiens dan meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program optimalisasi digital di GELSEYROOMS dimulai dengan melakukan evaluasi menyeluruh terhadap toko online di platform Shopee. Langkah pertama adalah merancang ulang tampilan toko agar lebih menarik dan profesional, dimulai dari perbaikan deskripsi produk yang informatif dan persuasif, hingga penggunaan foto produk berkualitas tinggi. Selain itu, toko juga mulai mengaktifkan fitur-fitur promosi seperti flash sale, voucher diskon, dan gratis ongkir untuk meningkatkan minat beli pelanggan. Fitur-fitur ini dinilai penting untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk di antara banyaknya penjual di platform yang sama.

Tahap berikutnya adalah pembaruan dan optimalisasi media sosial, khususnya Instagram, sebagai saluran promosi utama. Perubahan dilakukan mulai dari pembenahan bio akun dengan menambahkan Linktree untuk menghubungkan pelanggan ke berbagai platform toko, hingga pembuatan pamflet digital yang menampilkan informasi penting seperti jam operasional dan promo menarik. Seluruh aktivitas ini disertai dengan strategi promosi yang intensif dan terencana, menggunakan visual yang konsisten dan selaras dengan identitas brand. Penyampaian informasi dilakukan secara rutin dan interaktif guna meningkatkan engagement dan memperluas jangkauan audiens.

Terakhir, tim juga menyusun jadwal konten harian dan memberikan pendampingan dalam pembuatan template desain untuk konten promosi. Template ini bertujuan memudahkan pemilik usaha dalam membuat konten berkualitas secara cepat dan efisien. Selain itu, dilakukan pula pelatihan dasar manajemen keuangan agar pemilik usaha dapat mencatat arus kas harian dengan baik serta memahami kondisi keuangan bisnis secara keseluruhan. Seluruh proses dilengkapi dengan sistem evaluasi berkala, seperti pemantauan performa penjualan, engagement media sosial, dan feedback pelanggan. Dengan metode pelaksanaan yang terstruktur ini, program diharapkan mampu mendorong pertumbuhan usaha dan memperkuat posisi GELSEYROOMS di pasar digital.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Waktu pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat yang berjudul "Optimalisasi Akun Instagram, Penggunaan Shopee Dalam Meningkatkan Engagement Audiens Pada Perusahaan Clothing Brand Gelseyrooms" yang dilaksanakan dari 24 Februari 2025-07 April 2025.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Gelseyrooms yang berlokasi di Jl. Tukad Barito No. 88Y, Renon, Denpasar Selatan, Bali, berlangsung dari tanggal 20 Februari 2025 hingga 7 April 2025. Kegiatan ini berfokus pada optimalisasi media sosial, khususnya akun Instagram dan platform Shopee, sebagai strategi untuk meningkatkan brand awareness dan pendapatan usaha. Tahapan kegiatan dimulai dari evaluasi awal terhadap akun-akun media sosial yang digunakan oleh Gelseyrooms, di mana ditemukan bahwa beberapa profil masih kurang lengkap dan belum

dimanfaatkan secara maksimal untuk mendukung efektivitas pemasaran digital. Evaluasi ini menjadi dasar penting untuk merancang strategi digital yang lebih terarah dan sesuai dengan kebutuhan bisnis.

Setelah tahapan evaluasi, tim pengabdian melanjutkan kegiatan dengan memilih referensi dan ide konten kreatif berbasis digital yang selaras dengan karakteristik brand Gelseyrooms. Ide konten ini mencakup topik-topik seperti mix and match outfit, peluncuran produk baru, dan pemberitahuan program diskon pada momen-momen khusus seperti Hari Raya atau End Year Sale. Strategi ini ditujukan agar audiens tidak hanya tertarik secara visual, tetapi juga secara emosional terhubung dengan brand. Tak hanya itu, tim juga memberikan pelatihan kepada karyawan Gelseyrooms mengenai pemanfaatan fitur-fitur Shopee seperti live streaming, voucher diskon, flash sale, dan fitur rekomendasi produk.



Gambar 1. Tahap Pemanfaatan Fitur Shopee

Tahap akhir dari program pengabdian ini adalah pelaksanaan dan manajemen konten. Tim menyusun jadwal postingan secara terstruktur dan terencana agar aktivitas media sosial dapat berjalan konsisten. Konten-konten yang telah dirancang dan dijadwalkan kemudian diunggah ke platform Instagram dan Shopee, dengan memperhatikan waktu dan momen strategis untuk mendapatkan perhatian audiens yang maksimal. Selain itu, dalam upaya meningkatkan jangkauan, dilakukan juga kolaborasi dengan micro-influencer lokal di Bali guna memperluas audiens baru yang potensial dan memperkuat citra brand di mata konsumen.



Gambar 2. Hasil dari Desain Editing Feeds di Instagram



Gambar 3. Desain Pamphlet Jam Operasional Pengiriman Online dan Desain Katalog Jeans



Gambar 4. Pemeberitahuan Terkait Lokasi Toko Gelseyrooms Terbaru di Instagram



Gambar 5. Kegiatan Dokumentasi atau Foto Bersama Influencer Instagram @Kingcempaka

Hasil kegiatan menunjukkan keberhasilan yang signifikan. Seluruh target kegiatan berhasil direalisasikan dengan tingkat ketercapaian 100%. Peningkatan terjadi dalam hal pengelolaan media sosial, baik dari sisi visual, engagement, maupun efektivitas pemanfaatan fitur-fitur digital. Hal ini berdampak langsung pada peningkatan audiens serta pertumbuhan kepercayaan konsumen terhadap brand Gelseyrooms. Kesuksesan program ini juga dipengaruhi oleh partisipasi aktif dari pihak mitra. Owner Gelseyrooms memberikan izin penuh untuk observasi, menyediakan data penting terkait operasional dan tantangan usaha, serta berkomitmen untuk mendukung seluruh rangkaian kegiatan dari awal hingga evaluasi akhir.

Kegiatan pengabdian ini juga mendapat dukungan moral dan teknis dari berbagai pihak yang turut memotivasi pelaksanaan program. Tidak ada kendala berarti selama proses berlangsung, karena koordinasi dan komunikasi yang berjalan lancar antara tim pengabdian dan mitra usaha. Hal ini menunjukkan bahwa sinergi antara pihak akademik dan dunia usaha dapat membuahkan hasil yang nyata, terutama dalam pengembangan strategi digital yang tepat sasaran. Keberhasilan program ini diharapkan dapat menjadi contoh dan inspirasi bagi usaha kecil dan menengah lainnya untuk terus beradaptasi dengan perkembangan digitalisasi guna meningkatkan daya saing di era industri kreatif saat ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat di Gelseyrooms dengan fokus pada Optimalisasi Akun Instagram, Penggunaan Shopee Dalam Meningkatkan Engagement Audiens Pada Perusahaan Clothing Brand Gelseyrooms telah berjalan dengan baik dan lancar. Program kerja yang mencakup Optimalisasi akun Instagram untuk branding, Penggunaan shopee dengan memanfaatkan fitur atau layanan shopee yang telah disediakan, dan Peningkatan engagement kepada audiens berhasil memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kualitas pengelolaan media sosial di agen ini. Evaluasi awal yang dilakukan terhadap media sosial Gelseyrooms berhasil mengidentifikasi kekurangan dan potensi pengembangan, sehingga strategi yang dikembangkan mampu meningkatkan efektivitas dalam meningkatkan kepercayaan serta pendapatan kepada pelanggan dan perusahaan.

Dengan adanya penggunaan fitur atau layanan shopee, perusahaan mampu memberikan performa dan kepuasan layanan dalam meningkatkan interaksi dan engagement dengan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak positif pada citra perusahaan. Selain itu, dengan melakukan kolaborasi terhadap micro-influencer dapat membuat citra perusahaan dikenal dan diterima dengan baik di kalangan masyarakat sehingga hal ini dapat memberikan dampak yang positif melalui peningkatan pendapatan, peningkatan brand awareness, dan kepercayaan konsumen terhadap produk atau citra perusahaan.

Agar program Pengabdian Masyarakat di Gelseyrooms dapat berkelanjutan, setiap karyawan diharapkan konsisten dan bertanggung jawab terhadap tugas yang diberikan. Manajemen perlu terus mengembangkan kemampuan dalam pemasaran digital dan beradaptasi dengan inovasi terbaru, sehingga perusahaan dapat bersaing dan berpotensi melakukan ekspansi atau pengembangan usaha. Pemberdayaan sumber daya manusia yang unggul, cekatan, mandiri, serta terampil dalam pemasaran, akan membantu perusahaan dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi, inovasi daya saing yang lebih tinggi, serta kualitas dan layanan produk yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Aprilliani, M. (2023). Membuat jobdesk yang baik dan benar. Glints for Employers.

- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, & Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2021). *Buku panduan indikator kinerja utama* (Issue 021). <http://dikti.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/2021/06/BukuPanduan-IKU-2021-28062021.pdf>
- Elvira, Lasminingrat, A., Ramadhania, Savitri, Rustandi, Kasmaniar, Marlina, ..., & Cahyadi, I. F. (2024). *Kaidah komunikasi dalam menata bisnis*. Penerbit CV. Eureka Media Aksara.
- Emilia, H. (2022). Bentuk dan sifat pengabdian masyarakat yang diterapkan oleh perguruan tinggi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 122–130. <https://doi.org/10.37567/pkm.v2i3.1127>
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam perspektif teori dan praktik*. Deepublish.
- Sariani, N. L. P., & Utami, N. M. S. (2021). Pelatihan dan pendampingan sistem informasi manajemen di era new normal. *Community Development Journal*, 5(1), 205–212. <https://doi.org/10.33086/cdj.v5i1.1960>
- Yani, A., Saputri, N. E., Romli, N. F., Zulva, N., Sari, N. I., & Solehudin, N. (2024). Pengembangan digital marketing dalam memperluas pemasaran produk kerajinan ecoprint di Duta Craft Mojoroto, Kota Kediri. *Journal of Community Service (JCOS)*, 2(1), 7–18.