

## STRATEGI OPTIMALISASI INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN MINAT PEMAIN BARU BERGABUNG DENGAN SEKOLAH SEPAK BOLA SSB ESA PRATAMA U15

Giopani<sup>1</sup>, Adhe Saputra<sup>2</sup>, Ahmad Muzaffar<sup>3</sup>

Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi<sup>1,2,3</sup>

Email: [giopani2002@gmail.com](mailto:giopani2002@gmail.com)<sup>1</sup>, [adhe.saputra@unja.ac.id](mailto:adhe.saputra@unja.ac.id)<sup>2</sup>, [muzaffar.fkip@unja.ac.id](mailto:muzaffar.fkip@unja.ac.id)<sup>3</sup>

### Informasi

### Abstract

Volume : 2  
Nomor : 7  
Bulan : Juli  
Tahun : 2025  
E-ISSN : 3062-9624

Berdasarkan paparan di atas pengurus ESA Pratama U15 mencoba memberikan suatu penjelasan mengenai kegiatan yang di lakukan setiap harinya melalui instagram baik berupa foto maupun video, pada saat ingin mencari anggota baru untuk bergabung pada SSB tersebut dengan memberikan video ajakan atau promosi pada media sosial salah satunya instagram. Melalui optimalisasi media sosial instagram di anggap efektif dalam promosi club tersebut serta minat masyarakat atau menumbuhkan keyakinan orangtua yang ingin memasukan anaknya ke ESA Pratama U15. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Strategi Optimalisasi Instagram Untuk Meningkatkan Minat Pemain Baru Bergabung dengan Sekolah Sepakbola ESA Pratama U15 Desa Mukai Mudik Kecamatan Siulak Mukai. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini yaitu Atlet Berusia 15 Tahun Serta pengurus ESA Pratama U15 Desa Mukai Mudik Kecamatan Siulak Mukai. Berdasarkan hasil yang telah di peroleh, maka kesimpulan ada penelitian ini yaitu: Pelatih juga memahami algoritma dan tren yang ada, dikarenakan SSB perlu juga promosi yang baik serta jebagai suatu wadah yang dapat menyalurkan bakat melalui SSB. Sebelum anak ikut bbergabung di SSB biasanya dari keluarga dan orang tua sudah terlebih dahulu melihat dan berinteraksi di instagram secara langsung dengan pelatih, selain itu orangtua juga dapat melihat langsung kegiatan positifyang dilakukan pelatih saat latihan maupun kegiatan lainnya. Pelatih menampilkan kegiatan latihan yang menarik. Testimoni berupa wawancara dengan pemain yang telah berhasil berlatih di SSB tersebut. Selain itu juga menampilkan penghargaan, atau momen kemenangan. Serta mengedukasi tentang pengalaman dan keahlian pelatih, kemudian menunjukkan bahwa SSB aktif dan selalu memberikan informasi baru kepada penontonnya. Pelatih membutuhkan waktu serta anggota tim untuk membantu dalam pembuatan konten yang professional atau creator konten agar dapat menciptakan hasil instagram yang lebih menarik.

**Kata Kunci:** Strategi Optimalisasi Instagram, Minat Pemain Baru Bergabung, Sekolah Sepak Bola

## **A. PENDAHULUAN**

Sepakbola adalah salah satu cabang olahraga yang banyak digemari oleh masyarakat baik di Indonesia maupun di dunia. Hal ini terbukti dengan banyaknya anak, remaja, dewasa, tua, dan muda yang memainkan permainan ini baik di lingkungan sekolah maupun masyarakat. Menurut Yiannis Michailidis yang dikutip dari (Gema dan Soenyoto 2016) sepakbola merupakan olahraga paling populer di dunia baik ditingkat amatir maupun tingkat profesional. Sepakbola dapat dikategorikan sebagai olahraga rekreasi atau pengisi waktu luang, akan tetapi juga dapat menjadi olahraga yang menghasilkan prestasi.

Upaya untuk meningkatkan kualitas sepakbola di Indonesia akan lebih efektif dimulai dari sekolah sepakbola di daerahdaerah (Pujiyanti 2021). Upaya peningkatan kualitas atlet sepakbola Indonesia merupakan salah satu peran dari sekolah sepakbola peran tersebut meliputi pelatihan dasar dan teknik dalam bermain sepakbola. Persaingan pada sekolah sepakbola yang berlomba untuk menciptakan pemain berbakat dengan fasilitas yang memadai mendorong berbagai inovasi untuk menarik sponsor yang bisa menunjang fasilitas dalam sekolah sepakbola (Varmus dan Kubina 2015).

Tidak hanya di dunia pendidikan formal, pada sekolah sepakbola tentunya teknologi menjadi salah satu sektor yang terdampak dari globalisasi. Sektor ini dapat dibidang sebagai pionir dari kemajuan yang ada. Karena segala jenis kemajuan yang terjadi, tentunya ditunjang dengan teknologi, khususnya teknologi informasi dan komunikasi. Pembaruan teknologi informasi yang hadir secara massal telah mengubah bentuk dari masyarakat dunia lokal menjadi masyarakat dunia global. Tidak hanya itu, perubahan yang terjadi juga memperluas ruang gerak manusia dalam berkehidupan, yang sebelumnya hidup dalam masyarakat dunia nyata, bertambah dengan masyarakat dunia maya.

Media sosial yang ada sampai saat ini sangat beragam, ada yang berfungsi sebagai media percakapan secara virtual saja seperti WhatsApp, Line, dan lainnya. Selain itu, ada pula media sosial yang berfungsi membagikan isi pemikiran serta berdiskusi secara global seperti Twitter, kemudian yang berfungsi membagikan kehidupan pribadi sampai konten-konten dengan gambar seperti Instagram, adapula yang sifatnya video panjang seperti YouTube. Selain beberapa media sosial yang disebutkan diatas, masih banyak lagi media sosial lain yang ada dan dapat digunakan. Menurut survey, pengguna internet di Indonesia sangat menggemari media sosial dilihat dari data hasil riset We are Sosial Hootsuite melalui databoks yang dirilis bulan Februari 2020, penggunaanya di Indonesia hingga 160 juta atau sebesar 59% dari total penduduk Indonesia. Rata-rata waktu yang digunakan untuk bermedia sosial adalah 3 jam 26

menit per hari (Databoks, 2020). Untuk aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan dapat dilihat dari data hasil riset We are Social Hootsuite melalui databoks yang dirilis bulan Februari 2020 yaitu Youtube menduduki urutan pertama penggunaan media sosial sebanyak 88%, diikuti oleh WhatsApp 84%, Facebook 82%, Instagram 79%, dan Twitter 56% pengguna. Jika dilihat dari umur dan jenis kelamin, bahwa pengguna media sosial yang paling banyak digunakan oleh usia dari 16-64 tahun (Databoks, 2020). Walaupun instagram hanya ada diposisi ke empat, namun instagram merupakan salah satu aplikasi yang paling disukai untuk memasarkan beraneka produk dikarenakan instagram berfokus pada penggunaan gambar dan video yang memiliki banyak fitur. Dengan menggunakan instagram tentunya produk yang diiklankan akan memiliki nilai lebih ketika diperlihatkan dalam akun instagram yang memiliki banyak followers. Para influencer memanfaatkan akun instagram mereka untuk memasarkan produk sendiri maupun produk orang lain.

Sehingga semakin banyak followers yang dimiliki, maka semakin banyak peluang para konsumen untuk membelinya. Selain itu, instagram juga memiliki label foto yang dapat digunakan sebagai kata kunci yang berhubungan dengan gambar tersebut. Semakin banyak hastag yang dimasukan juga akan semakin mudah melakukan pencarian mengenai foto tersebut. Like atau tombol suka juga dapat memberikan pesan bahwa video atau foto yang diunggah dan disukai oleh banyak orang artinya foto atau video tersebut populer dan menarik. Sehingga seiring dengan berjalannya waktu seorang wirausaha menyadari bahwa instagram dapat dimanfaatkan sebagai media untuk memasarkan produknya dan memperoleh peluang bisnis dari media sosial tersebut.

Strategi promosi sekolah sepakbola dengan menggunakan media sosial instagram merupakan hal yang menarik dan tidak membutuhkan biaya yang tinggi. Dengan adanya internet, semua dapat terjadi dalam waktu yang cepat. Media sosial Instagram menjadi salah satu media promosi yang membuat konsumen tertarik, ketertarikan konsumen untuk melihat sebuah produk akun di Instagram karena adanya konten yang menarik. Bidang kegiatan yang beredar di instagram yg ada salah satunya adalah bidang olahraga sepakbola khususnya SSB. Mereka akan selalu update tentang kegiatan-kegiatan latihan, maupun kegiatan saat pertandingan. Strategic Tool untuk srategi bisnis, memberikan pengaruh dari pengguna kepada para pengikut (follower), membantu organisasi di dalam memasarkan produk, membantu organisasi untuk memahami konsumen, serta meningkatkan kepercayaan konsumen (Firmansyah, 2020).

Berdasarkan paparan di atas pengurus ESA Pratama U15 mencoba memberikan suatu

penjelasan mengenai kegiatan yang di lakukan setiap harinya melauai instagram baik berupa foto maupun video, pada saat ingin mencari anggota baru untuk bergabung pada SSB tersebut dengan memberikan video ajakan atau promosi pada media sosial salah satunya instagram. Melauai optimalisasi media sosial instagram di anggap efektif dalam promosi club tersebut serta minat masyarakat atau menumbuhkan keyakinan orangtua yang ingin memasukan anknya ke ESA Pratama U15.

Mengoptimalkan pesan yang ingin disampaikan melalui media sosial. Hal ini dikarenakan setiap media sosial memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Pada konsep ini Regina Luttrell (dalam Luttrell, 2015: 42) dalam tahap optimize pada tahap ini organisasi harus mengetahui apa yang sedang dibicarakan publik terkait dengan topik yang di publikasikan tersebut listen & learn, dan take part in auhentic communications harus di perhatikan dalam tahap ini. Kemudian, ketika suatu pesan sudah di share-oleh subjek maka followers akan membicarakan subjek baik dengan melibatkan subjek atau tidak, kegiatan ini yang harus diperhatikan oleh subjek. Karena subjek juga harus mendengarkan apa yang sedang dibicarakan followers tentang mereka.

Berdasarkan pendapat diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul: Strategi Optimalisasi Instagram Untuk Meningkatkan Minat Pemain Baru Bergabung dengan Sekolah Sepakbola ESA Pratama U15 Desa Mukai Mudik Kecamatan Siulak Mukai Kabupaten Kerinci". Tujuan penelitian ini yaitu: untuk mengetahui Strategi Optimalisasi Instagram Untuk Meningkatkan Minat Pemain Baru Bergabung dengan Sekolah Sepakbola ESA Pratama U15 Desa Mukai Mudik Kecamatan Siulak Mukai.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan di ESA Pratama U15 Desa Mukai Mudik Kecamatan Siulak Mukai pada Juni 2025 setelah memperoleh izin resmi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali fakta yang terjadi secara alamiah dengan peneliti sebagai instrumen utama, sebagaimana ditegaskan Sugiyono dan John W. Creswell. Penelitian ini mengandalkan data primer dari atlet berusia 16 tahun serta pengurus ESA Pratama U15, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, catatan, dan dokumen yang relevan dengan strategi optimalisasi Instagram untuk menarik minat pemain baru. Data dikumpulkan melalui observasi langsung di lokasi, wawancara terstruktur dan tidak terstruktur, serta dokumentasi guna memperkuat hasil observasi dan wawancara. Kisi-kisi penelitian mencakup variabel seperti pemahaman optimalisasi Instagram, persepsi calon pemain dan orang tua, strategi

konten, pengaruh media sosial, analisis keberhasilan SSB lain, hingga evaluasi tantangan.

Dalam tahap analisis data, peneliti menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan merangkum dan memfokuskan pada hal-hal penting, dilanjutkan penyajian dalam bentuk tabel atau narasi yang memudahkan interpretasi. Hasil akhir berupa kesimpulan yang dapat menggambarkan objek penelitian secara lebih jelas atau membentuk hipotesis baru. Untuk menjaga keabsahan data, digunakan triangulasi sumber dengan memeriksa data dari berbagai pihak dan melakukan member check agar simpulan penelitian dapat dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan.

### **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Hasil Penelitian**

#### **Strategi Optimalisasi Instagram Untuk Meningkatkan Minat Pemain Baru Bergabung dengan Sekolah Sepakbola ESA Pratama U15 Desa Mukai Mudik Kecamatan Siulak Mukai Kabupaten Kerinci**

Strategi merupakan sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir dari sebuah organisasi. Strategi mengikat semua bagian yang ada dalam organisasi menjadi satu, sehingga strategi meliputi seluruh aspek penting dalam organisasi, yang terpadu dari seluruh bagian rencana yang harus serasi satu sama lain dan berkesesuaian. (Jannah, 2022)

Merencanakan, merumuskan, mengatur, dan menentukan strategi harus didasarkan pada pengkajian yang matang mengenai kondisi objektif suatu lembaga pendidikan. Merumuskan rencana dengan baik sesuai dengan kemampuan sumber daya yang dimiliki merupakan suatu keharusan agar apa yang ingin dilaksanakan dapat dicapai dengan baik (Wandista, 2020).

Dalam penyelenggaraan organisasi, senantiasa tujuan diarahkan untuk mencapai hasil secara efektif dan efisien agar optimal. Optimalisasi adalah mencari alternatif yang paling efektif atau kinerja yang dicapai dengan memaksimalkan faktor yang diinginkan dan meminimalkan yang tidak diinginkan. Sebagai perbandingan, berarti berusaha untuk mencapai hasil tertinggi atau maksimum atau hasil tanpa memperhatikan biaya atau beban. Praktek optimalisasi dibatasi oleh kurangnya informasi yang lengkap, dan kurangnya waktu untuk mengevaluasi informasi apa yang tersedia dari masalah, optimalisasi dicapai biasanya dengan menggunakan teknik pemrograman linear dari riset operasi, dan juga digunakan untuk menentukan estimasi tertinggi, dengan meminimalkan kontribusi lainnya dan dapat diselesaikan secara efektif dan efisien terlebih dahulu menurut (Heizer, 2010).

Strategi Optimalisasi Instagram untuk Meningkatkan Minat Pemain Baru Bergabung dengan Sekolah Sepak Bola (SSB)”, ada beberapa aspek yaitu: 1) Pemahaman tentang Optimalisasi Instagram. 2) Persepsi Calon Pemain dan Orang Tua. 3) Strategi Konten yang Efektif. 4) Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Bergabung. 5) Analisis SSB yang Sudah Berhasil Memanfaatkan Instagram. 6) Evaluasi Kelemahan dan Tantangan.

### ***Pemahaman tentang Optimalisasi Instagram***

Instagram menjadi sarana promosi yang lebih unggul dibanding media sosial lainnya karena memiliki berbagai fitur yang mendukung, seperti kemudahan terhubung dengan platform lain sehingga pengguna tidak perlu memposting ulang secara manual. Bertambahnya pengunjung Instagram juga membuat *Safir Creative Communication* semakin dikenal, dengan followers yang turut membantu mempromosikan ke teman-temannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelatih SSB ESA Pratama, optimalisasi Instagram dilakukan melalui penggunaan konten visual menarik, interaksi aktif, hingga iklan berbayar untuk memperluas jangkauan. Pelatih juga memanfaatkan feed untuk menampilkan foto dan video berkualitas, story untuk pengumuman cepat, reels untuk video pendek yang mudah viral, serta live agar bisa berinteraksi langsung dengan audiens.

Selain itu, pemain muda cenderung menyukai konten visual yang kreatif, energik, dan penuh warna sehingga strategi ini penting untuk menarik minat mereka. Berdasarkan wawancara dengan atlet yang berlatih di SSB ESA Pratama, diketahui bahwa mereka merasa pelatihan di sana disiplin namun tetap seru, dengan variasi latihan yang tidak membosankan seperti permainan, latihan teknik, dan sparing. Mereka juga menilai pelatih sangat perhatian pada pemain. Hal ini memperlihatkan bahwa promosi melalui Instagram tidak hanya penting untuk menarik pemain baru, tetapi juga mendukung citra positif SSB sebagai tempat menyalurkan bakat sekaligus menciptakan suasana latihan yang menyenangkan.

### ***Persepsi Calon Pemain dan Orang Tua***

Instagram memiliki tampilan antarmuka yang sederhana dan mudah dipahami, sehingga bahkan orang awam pun dapat dengan cepat menelusuri setiap menu. Kesederhanaan serta desain visual yang menarik menjadi salah satu kunci kesuksesan Instagram. Platform ini disukai karena kemudahannya dalam berbagi foto secara cepat dengan tambahan filter bergaya retro yang memikat. Instagram juga menghadirkan cara baru dalam berkomunikasi melalui gambar, menjadikannya media sosial yang saat ini paling populer digunakan untuk promosi dan penyebaran informasi. Tidak heran banyak berita maupun konten menarik pertama kali diketahui publik melalui Instagram.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelatih SSB ESA Pratama, terungkap bahwa Instagram memegang peranan penting dalam memengaruhi penilaian calon pemain maupun orang tua. Mereka biasanya menilai kredibilitas dan kualitas SSB melalui akun Instagram yang menampilkan informasi mengenai kualitas pelatih, fasilitas, serta testimoni pemain lain. Aktivitas rutin yang diunggah di Instagram juga menampilkan kesan SSB yang aktif dan berkomitmen untuk terus berkembang. Instagram menjadi platform yang sangat efektif dalam menjangkau audiens muda karena memberikan visualisasi langsung tentang kegiatan, prestasi, dan budaya tim. Konten yang berkualitas, interaksi dengan pengikut, cerita sukses alumni, serta penggunaan fitur seperti stories, reels, dan live menambah daya tarik akun Instagram SSB dalam membangun kepercayaan.

Berdasarkan wawancara dengan salah satu atlet SSB ESA Pratama, terlihat bahwa mereka termotivasi menjadi pemain profesional bahkan bercita-cita bermain di Liga 1 atau luar negeri. Namun, saat ini fokus mereka adalah pada latihan dan belajar. Atlet tersebut mengungkapkan bahwa suasana latihan di SSB ESA Pratama sangat serius sekaligus menyenangkan, dengan pelatih yang perhatian dan selalu memberi motivasi. Ditambah lagi seringnya mengikuti turnamen membuat para pemain memiliki banyak pengalaman bertanding, sehingga semakin siap untuk meraih prestasi lebih tinggi di masa depan.

### ***Strategi Konten yang Efektif***

Komunikator harus memiliki strategi yang tepat dalam menggunakan media sosial, termasuk memilih platform mana saja yang efektif agar komunikasi dapat berjalan efisien. Membagikan pesan melalui media sosial juga menuntut partisipasi langsung dalam aktivitas sosial tersebut. Jika publik sudah secara sukarela membagikan pesan tertentu tentang subjek yang dibahas, tidak hanya cakupan informasi yang semakin luas, tetapi juga akan terbentuk kepercayaan publik terhadap pesan maupun pihak yang menyampaikan.

Hasil wawancara dengan pelatih SSB ESA Pratama menunjukkan bahwa pelatih memanfaatkan Instagram untuk menampilkan video latihan teknik menarik, testimoni pemain yang telah berhasil, prestasi SSB berupa trofi atau momen kemenangan, serta profil pelatih guna mengedukasi pengikut tentang pengalaman dan keahliannya. Highlight pertandingan juga rutin diunggah agar audiens dapat melihat performa tim secara langsung. Frekuensi unggahan yang konsisten menjadi tanda bahwa SSB aktif, sementara interaksi cepat terhadap komentar atau pesan membuat calon pemain merasa diperhatikan. Hal ini diperkuat oleh pernyataan salah satu atlet yang mengungkapkan bahwa latihan biasanya dilakukan sore atau akhir pekan sehingga sekolah tetap berjalan lancar, dengan dukungan penuh dari orang tua asalkan pandai

mengatur waktu.

### ***Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Bergabung***

Setiap media sosial memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga organisasi perlu memahami bagaimana publik membicarakan topik yang mereka publikasikan. Regina Luttrell (dalam Luttrell, 2015:42) menjelaskan pada tahap optimize, organisasi harus listen & learn, artinya mendengarkan dan mempelajari percakapan publik, lalu ikut terlibat dalam komunikasi yang autentik. Ketika suatu pesan sudah dibagikan oleh subjek, followers akan mulai membicarakannya, baik dengan maupun tanpa melibatkan subjek langsung. Oleh karena itu, penting bagi subjek untuk mendengar apa yang sedang diperbincangkan pengikut tentang mereka agar dapat merespons dengan tepat dan menjaga citra yang baik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelatih SSB ESA Pratama, Instagram memang menjadi salah satu faktor penentu, terutama bagi orang tua yang ingin mencari informasi secara visual mengenai sekolah sepak bola untuk anak mereka. Namun demikian, keputusan akhir biasanya lebih dipengaruhi oleh kualitas pelatih, fasilitas latihan yang memadai dan mudah dijangkau, biaya yang terjangkau, serta rekomendasi dari teman atau keluarga. Pelatih juga menekankan bahwa melalui Instagram, mereka menampilkan semua aspek tersebut agar dapat menarik minat orang tua dan calon pemain. Hal ini diperkuat oleh kesaksian atlet yang mengatakan jangan ragu bergabung karena di SSB ESA Pratama mereka bisa belajar banyak, mendapat teman baru, dan berkembang menjadi pemain yang lebih baik.

### ***Analisis SSB yang Sudah Berhasil Memanfaatkan Instagram***

Optimasi media sosial umumnya bertujuan untuk mengembangkan bisnis dan mempermudah komunikasi antara dua pihak. Dalam praktiknya, optimasi ini mencakup pengaturan penggunaan platform, pengelolaan konten yang sesuai, serta manajemen akun secara menyeluruh agar tercapai tujuan tertentu. Dengan pengelolaan yang baik, media sosial tidak hanya menjadi alat promosi, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan audiens melalui penyampaian informasi yang konsisten dan menarik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelatih SSB ESA Pratama, strategi optimasi yang efektif meliputi pembuatan konten visual menarik yang dijadwalkan secara konsisten, penggunaan hashtags relevan, serta interaksi langsung dengan audiens melalui komentar maupun pesan pribadi. Pelatih juga menekankan pentingnya menonjolkan keunikan SSB, seperti keahlian pelatih, kualitas fasilitas, dan acara khusus, sekaligus memanfaatkan kolaborasi dengan alumni atau pemain terkenal. Hal ini terbukti mampu meningkatkan reputasi, memperluas audiens, serta menarik lebih banyak pendaftar baru. Sebaliknya, SSB

yang kurang aktif di media sosial cenderung kesulitan mendapatkan perhatian calon pemain.

### ***Evaluasi Kelemahan dan Tantangan***

Manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa terlepas dari hubungan dengan manusia lain dan selalu membutuhkan interaksi sosial dalam kehidupannya. Di era digital saat ini, Instagram hadir sebagai salah satu media sosial yang memfasilitasi kebutuhan tersebut, memungkinkan manusia berinteraksi secara virtual. Kehadiran media sosial menjadikan manusia seolah hidup di dua dunia sekaligus, yakni dunia nyata dan dunia maya, di mana masing-masing memiliki dinamika serta peran sosial yang penting dalam membangun hubungan dan eksistensi diri di tengah masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelatih SSB ESA Pratama, muncul beberapa tantangan dalam mengoptimalkan Instagram, seperti keterbatasan waktu dan sumber daya untuk membuat konten secara konsisten, kurangnya pemahaman tentang algoritma Instagram, serta kesulitan menghasilkan konten yang menarik dan tidak monoton. Untuk mengatasinya, pelatih menggunakan alat manajemen media sosial untuk menjadwalkan unggahan, melibatkan anggota tim dalam pembuatan konten, hingga menyewa profesional atau creator konten agar hasil visual lebih menarik. Upaya ini juga dibarengi dengan mempelajari tren dan algoritma Instagram supaya jangkauan serta efektivitas konten dapat meningkat secara signifikan.

## **Pembahasan**

### **Pemahaman tentang Optimalisasi Instagram**

Pelatih juga memahami algoritma dan tren yang ada, dikarenakan SSB perlu juga promosi yang baik serta sebagai wadah yang dapat menyalurkan bakat melalui SSB.

Salah satu bentuk optimalisasi dalam meningkatkan promosi antara lain dengan perluasan dan pengembangan konten-konten yang menarik dan juga membutuhkan orang-orang yang kreatif yang bisa membantu meningkatkan ketertarikan klien terhadap produk/jasa yang kita jual. Tujuan atau manfaat dari adanya suatu pengoptimalan adalah untuk mengidentifikasi tujuan, mengatasi kendala pemecahan masalah yang lebih tepat dan dapat diandalkan, serta pengambilan keputusan yang lebih tepat.

Informasi merupakan data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut (Abdul Kadir 2022: 31) ; Mc Fadden dkk (2019). Secara umum informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari bentuk pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian – kejadian yang nyata yang digunakan untuk pengambilan

keputusan.

### **Persepsi Calon Pemain dan Orang Tua**

Sebelum anak ikut bergabung di SSB biasanya dari keluarga dan orang tua sudah terlebih dahulu melihat dan berinteraksi di Instagram secara langsung dengan pelatih, selain itu orangtua juga dapat melihat langsung kegiatan positif yang dilakukan pelatih saat latihan maupun kegiatan lainnya.

Dengan banyaknya fitur Instagram yang artistik dan estetik itulah akhirnya media sosial ini digandrungi banyak orang di dunia. Karena selain dapat mempublikasikan sesuatu yang diinginkan oleh penggunanya, Instagram juga dapat digunakan sebagai alat untuk menambah ataupun memperluas wawasan yang dimiliki oleh penggunanya. Ditambah dengan pengguna yang banyak, menyebabkan aplikasi ini tidak hanya dimiliki oleh orang dengan kekhususan saja, melainkan juga dapat digunakan oleh berbagai kalangan, dari kalangan Peserta didik sampai dewasa, orang biasa sampai public figure, penceramah, dan lain lain. Sehingga menjadikan Instagram menjadi seru untuk digunakan dan ditelusuri lebih jauh lagi.

### **Strategi Konten yang Efektif**

Pelatih menampilkan kegiatan latihan yang menarik. Testimoni berupa wawancara dengan pemain yang telah berhasil berlatih di SSB tersebut. Selain itu juga menampilkan penghargaan, atau momen kemenangan. Serta mengedukasi tentang pengalaman dan keahlian pelatih, kemudian menunjukkan bahwa SSB aktif dan selalu memberikan informasi baru kepada penontonnya. Dengan beragamnya fungsi yang ada pada Instagram menjadikannya sebagai media sosial yang tidak kaku atau bisa dibilang penggunanya lebih bebas berekspresi. Hal tersebut sesuai dengan keinginan Peserta didik untuk bebas dalam menjalani kehidupan. Maka, Instagram dianggap sebagai media sosial yang tepat untuk menyalurkan ataupun memuaskan keinginannya tentang pengalaman-pengalaman yang tidak ia dapatkan sebelumnya.

### **Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Bergabung**

Instagram mungkin menjadi salah satu faktor penentu, terutama bagi orangtua yang mencari informasi Sekolah Sepakbola untuk anaknya, selain itu pelatih juga menampilkan pada Instagram mengenai fasilitas latihan yang baik dan lokasi yang mudah dijangkau serta menampilkan harga yang terjangkau juga menjadi pertimbangan penting bagi orang tua. Instagram dapat digunakan untuk mengetahui identitas personal seseorang sebenarnya seperti apa. Tentunya, dengan melihat kebiasaan-kebiasaan seseorang di Instagram melalui unggahannya baik foto, video, tempat yang sering dikunjungi, cara mengekspresikan diri, dan

lainnya maka pengguna lain dapat menyimpulkan sendiri kepribadian seseorang tersebut.

### **Analisis SSB yang Sudah Berhasil Memanfaatkan Instagram**

Pelatih harus aktif mengunggah konten yang menarik selain itu juga memanfaatkan kolaborasi dengan alumni yang pernah tergabung dengan SSB serta pemain yang terkenal, sehingga akan menimbulkan lebih banyak pendaftar baru.

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antarpengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (follower) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antarpengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda seperti 'like' di Instagram.

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (society) di dunia virtual. Baudrillard mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang real di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi ini disebabkan oleh imaji yang disajikan media secara terus-menerus. Khalayak seolah – olah tidak bisa membedakan antara yang nyata dan yang ada di layar. Khalayak seolah – olah berada diantara realitas dan ilusi sebab tanda yang ada di media sepertinya telah terputus dari realitas.

### **Evaluasi Kelemahan dan Tantangan**

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa pelatih membutuhkan waktu serta anggota tim untuk membantu dalam pembuatan konten yang profesional atau creator konten agar dapat menciptakan hasil instagram yang lebih menarik.

Hal ini mengacu pada teori Luttrell (2015:40) yang mengatakan bahwa Reach membahas bagaimana subjek meraih target audience nya dan dengan cara seperti apa meraihnya.

### **D. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil yang telah di peroleh, maka kesimpulan ada penelitian ini yaitu: Pelatih juga memahami algoritma dan tren yang ada, dikarenakan SSB perlu juga promosi yang baik serta sebagai suatu wadah yang dapat menyalurkan bakat melalui SSB. Sebelum anak ikut bergabung di SSB biasanya dari keluarga dan orang tua sudah terlebih dahulu melihat dan berinteraksi di instagram secara langsung dengan pelatih, selain itu orangtua juga dapat melihat langsung kegiatan positif yang dilakukan pelatih saat latihan maupun kegiatan lainnya. Pelatih menampilkan kegiatan latihan yang menarik. Testimoni berupa wawancara dengan pemain yang telah berhasil berlatih di SSB tersebut. Selain itu juga menampilkan penghargaan, atau momen kemenangan. Serta mengedukasi tentang pengalaman dan keahlian pelatih,

kemudian menunjukkan bahwa SSB aktif dan selalu memberikan informasi baru kepada penontonnya. Pelatih membutuhkan waktu serta anggota tim untuk membantu dalam pembuatan konten yang professional atau creator konten agar dapat menciptakan hasil instagram yang lebih menarik.

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan penyegaran kepada pelatih mengenai strategi optimalisasi Instagram untuk meningkatkan minat pemain baru bergabung dengan Sekolah Sepak Bola ESA Pratama, sekaligus mempersiapkan generasi selanjutnya atau asisten pelatih agar dapat menjadi pelatih yang sukses. Selain itu, para atlet hendaknya lebih bersemangat dalam menjalani proses latihan serta mengikuti setiap instruksi yang diberikan pelatih dengan baik, dan selalu memperhatikan komunikasi yang disampaikan agar dapat mengambil sisi positif yang bermanfaat bagi perkembangan diri dan prestasi mereka.

#### **E. DAFTAR PUSTAKA**

- Ali, M. (2014). Analisis optimalisasi pelayanan konsumen berdasarkan teori antrian pada Kaltimgps.com di Samarinda. *E-Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1).
- Andiawan, B., & M. V. (2015). Minat siswa terhadap olahraga bolabasket di SMP N 1 Jati. *Journal of Sport Sciences and Fitness*, 4(2), 16–19.
- Armayani, R. R. (2021). Analisis peran media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan online. *Jurnal Pendidikan Tembusai Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*, 5(3).
- Aryani, I. D. (2022). Instagram sebagai media promosi dalam meningkatkan jumlah penjualan pada A.D.A Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 2(2).
- Djezed, Z. (2015). Teknik taktik dan situasi dasar sepakbola. Padang: Fakultas Ilmu Keolahragaan Padang.
- Dollah, A. A. (2018). Survei minat siswa terhadap olahraga futsal di SMAN 3 Palu. *Tadulako Journal Sport Sciences and Physical Education*, 6(1), 22–29.
- Heizer, J., & Render, B. (2010). *Manajemen operasi (Edisi ke-9, Buku Dua)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Irianto. (2012). *Statistik: Konsep dasar, aplikasi dan pengembangannya*. Jakarta.
- Iskandar, D. M. (2022). Penerapan modifikasi permainan terhadap keterampilan shooting pada Club PS Pusaka di Kabupaten Demak [Skripsi, Universitas PGRI Semarang].
- Jannah, S. P. N. (2022). Strategi madrasah dalam meningkatkan prestasi non akademik siswa di MIN 2 Mojokerto tahun ajaran 2021/2022. *MIN 2 Mojokerto*.

- Khamidi, A. (2011). Kemampuan awal, minat olahraga, dan prestasi belajar olahraga. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 17(4), 265–269.
- Kusnodo, S., & Sugiharto. (2012). Pengaruh metode pembelajaran eksplorasi dan minat siswa terhadap hasil belajar passing bawah bola voli dalam pembelajaran Penjasorkes. *Journal of Physical Education and Sports*, 1(2), 133–138.
- Kusuma, B. A. (2016). Survei faktor-faktor yang mempengaruhi minat olahraga rekreasi akhir pekan di Alun-Alun Wonosobo. *Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreation*, 5(2), 68–73.
- Luxbacher, J. A. (2012). Sepak bola. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Mielke. (2012). Dasar-dasar sepakbola. Bandung: Pakar Raya.
- Nugroho, T. A. (2022). Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi social commerce usaha Bro.do. *Pustaka Komunikasi*, 5(1).
- Nurul Fahmi, M. (2019). Endorse dan paid promote Instagram dalam perspektif hukum Islam. *Promote: Endorse dan Paid Promote*, 1–27.
- Prasetyo, Y., & Widiastuti, L. (2013). Faktor-faktor penyebab rendahnya minat siswa terhadap ekstrakurikuler olahraga di SMK Negeri 1 Slahung Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Olahraga dan Kesehatan*, 1(1), 174–179.
- Pratiwi, P. (2015). Pemanduan bakat dan minat cabang olahraga melalui metode sport search pada siswa SMP Negeri se-Kecamatan Karanganyar Kabupaten Demak tahun 2013/2014. *Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreation*, 4(3), 1686–1705.
- Ramadhan, I. F. (2018). Minat siswa dalam mengikuti ekstrakurikuler olahraga di SMP Negeri 2 Berbah [Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta].
- Rao, S. S. (2019). *Engineering optimization: Theory and practice*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Rusmiati. (2017). Pengaruh minat belajar terhadap prestasi belajar bidang studi ekonomi siswa MA Al Fattah Sumbermulyo. *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi*, 1(1), 21–36.
- Saiful Bahri, D. (2011). Psikologi belajar. Jakarta: Rineka Cipta.
- Saputra, A. (2018). Sepakbola. Jambi: Salim Media Indonesia.
- Slameto. (2010). Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, I. P. (2019). Jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah Fakultas Tarbiyah dan Ilmu

Keguruan Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Ponorogo: IAIN Ponorogo.

Valianto, B., & Aditya, Y. (2017). Survei minat masyarakat untuk menggunakan fasilitas olahraga di Universitas Negeri Medan. *Sains Olahraga: Jurnal Ilmiah Ilmu Keolahragaan*, 1(2), 105–113.

Wandista, D. M. (2020). Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Jurusan Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.