ANALISIS LIKES VIDEO TO LIKES IMAGES PADA 5 KALUNG TERMAHAL DI DUNIA

AGNES LISNA DEWI

STMIK STIKOM INDONESIA

Elsidewi27@gmail.com

ABSTRACT

Instagram comes from the understanding of the overall function of this application. The word "insta" comes from the word "instant", like the polaroid camera which at that time was better known as "instant photo". Instagram can also display photos instantly, like a polaroid in its display. As for the word "gram" comes from the word "telegram" which works to send information to other people quickly. Similarly, Instagram can upload photos using the Internet, so the information you want to convey can be received quickly. That's why Instagram is an extension of the words instant and telegram. On April 9, 2012, it was announced that Instagram would be taken over by Facebook for nearly \$1 billion in cash and stock. On May 11, 2016, Instagram introduced a new look as well as a new icon and new app design. Inspired by previous app icons, the new icon is a simple camera and a vivid rainbow in the form of a grad

ABSTRAK

Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram

merupakan lakuran dari kata instan dan telegram. Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa Instagram akan diambil alih oleh Facebook senilai hampir \$1 miliar dalam bentuk tunai dan saham. Pada tanggal 11 Mei 2016, Instagram memperkenalkan tampilan baru sekaligus ikon baru dan desain aplikasi baru. Terinspirasi oleh ikon aplikasi sebelumnya, ikon baru merupakan kamera sederhana dan pelangi hidup dalam bentuk gradien.

1. PENDAHULUAN

Dunia industri saat ini telah berkembang sangat pesat. Seiring dengan pesatnya perkembangan bisnis saat ini, proses pengambilan keputusan, perilaku dan kepuasan konsumen juga menjadi fokus perhatian setiap perusahaan yang ingin tetap eksis dan unggul dalam persaingan global. Identifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen memerlukan penelitian terhadap pasar. Riset pasar menurut Malhotra (1996) merupakan identifikasi, pengumpulan, analisis dan penyebaran informasi secara sistematis dan obyektif dengan tujuan membantu manajemen dalam pengambilan keputusan berkaitan dengan identifikasi dan pemecahan masalah serta peluang dalam bidang pemasaran. Riset pasar berperan sebagai dasar untuk penyusunan strategi dan taktik pemasaran. Hal tersebut harus didukung dengan data yang akurat, relevan, terpercaya, obyektif dan tepat waktu, sehingga manajemen perusahaan dapat merencanakan dan melaksanakan dengan baik berbagai aspek pemasaran, seperti pengembangan produk, merek, penentuan harga, dan pendistribusian produk. Golden Jewellery merupakan sebuah toko yang bergerak di bidang usaha perhiasan. Toko ini menjual berbagai variasi perhiasan, antara lain yaitu gelang, kalung, cincin, anting, liontin, dan subeng. Perhiasan ini biasa dibeli sebagai hadiah, untuk disimpan sebagai tabungan, untuk perayaan momen-momen tertentu seperti pernikahan, pertunangan, dan lain- lain. Variasi yang banyak dijual di pasaran saat ini memiliki model yang monoton dan tidak berciri khas sehingga membuat omzet penjualan Golden Jewellery menurun. Menurunnya omzet tersebut membuat Golden Jewellery Surabaya ingin mengembangkan variasi perhiasan berdasarkan keinginan pasar dan mempunyai ciri khas tersendiri. Agar bisa mendapatkan model yang sesuai dengan keinginan konsumen, maka perlu dilakukan riset pasar untuk melihat seberapa besar minat

konsumen terhadap ide pengembangan produk oleh Golden Jewellery yang berciri khas tersendiri. Menghadapi masalah tersebut, maka Golden Jewellery memerlukan sebuah terobosan baru dalam variasi desain perhiasan yang lebih kreatif. Tuntutan utama industri manufaktur sekarang adalah pembuatan produk/model secara cepat. Pembuatan model secara cepat dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi rapid prototyping yang sangat membantu dalam proses desain dan pengembangan produk. Rapid prototyping biasa digunakan untuk menghasilkan suatu prototype peralatan atau model produk yang sudah mirip dengan produk asli yang akan dibuat secara massal untuk diluncurkan ke pasar. Berdasarkan penelitian yang sudah ada, maka diangkat tema desain emas menggunakan teknologi investment casting untuk Golden Jewellery. Metode kreatif merupakan salah satu metode perancangan efektif yang digunakan dalam desain produk baru di industri manufacture. Metode ini lebih mengutamakan kreatifitas tim perancang dalam mewujudkan keinginan customer menjadi benda siap jual. Teknologi ArtCam JewelSmith, RP, dan investment casting diperlukan dalam penelitian ini untuk memperoleh desain yang sesuai dengan selera konsumen dengan memperhatikan kreatifitas dari tim kreatif. penelitian ini menggunakan explore kuantitatif, dan akan menghitung menggunakan rasio yang ada pada instagram. penelitian ini hanya berfokus untuk menghitung kredibilitas pada likes video to likes image ratio pada 5 kalung termahal di dunia. Tujuan dari penelitian adalah mengetahui kredibilitas performa dari akun instagram 5 kalung termahal di dunia menggunakan likes video to likes Image ratio.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pemerintah mendorong pengembangan industri perhiasan agar semakin berdaya saing. Terutama guna memenuhi kebutuhan ekspor. Selama ini subsektor industri tersebut mampu berkontribusi signifikan bagi perekonomian nasional melalui capaian nilai ekspornya. “Salah satu langkahnya yakni dengan penerapan Standar Nasional Indonesia (SNI) barang-barang emas (SNI 8880:2020). Hal ini demi memberi acuan standar bagi produsen dan laboratorium, serta memberi perlindungan kepada konsumen tentang standar perhiasan,” ujar Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita melalui keterangan resmi, Rabu (28/4).

Perhiasan memang memiliki nilai yang berbeda untuk setiap orang, ada yang menganggap perhiasan sebagai harta turun temurun, ada pula yang menganggap perhiasan sebagai aksesoris mempercantik diri. Memang perhiasan biasa-biasa saja

harganya sudah cukup tinggi, apalagi dengan perhiasan langka. Tentunya setiap perhiasan tersebut memiliki nilai sejarah di baliknya sehingga menjadi sangat berharga. perhisan merupakan salah satu item yang menjadi bagian dari wanita. Sepanjang Januari sampai September 2020, nilai ekspor dari industri perhiasan mencapai 1,1 juta dolar AS. Adapun lima negara tujuan utama ekspor perhiasan nasional, yaitu Singapura dengan porsi nilai 33 persen, Hongkong 24 persen, Amerika Serikat 19 persen, Swiss 11 persen, dan Uni Emirat Arab 9 persen. Kepala Badan Standardisasi dan Kebijakan Jasa Industri (BSKJI) Kementerian Perindustrian (Kemenperin) Doddy Rahadi menambahkan, salah satu bentuk dukungan dari Kemenperin agar industri perhiasan nasional semakin kompetitif yakni mendorong industri perhiasan emas nasional menerapkan sistem manajemen mutu. Sekaligus memperoleh Sertifikat Produk Penggunaan Tanda Standar Nasional Indonesia (SPPTSNI). Penyerahan SPPT SNI barangbarang emas dengan nomor SNI 8880:2020 di antaranya telah diberikan kepada perhiasan PT Sentral Kreasi Kencana selaku produsen perhiasan emas. PT Sentral Kreasi Kencana merupakan salah satu perusahaan emas ternama di Indonesia dan memiliki dua merek ternama yakni Hala Gold dan Sandra Dewi Gold. BSKJI Kemenperin, kata dia, juga terus mendorong industri di bidang emas lainnya supaya dapat secara bersama-sama menerapkan SNI 8880:2020. Dengan begitu diharapkan akan terus meningkatkan daya saing produk mereka serta memberikan jaminan barang dapat dipercaya oleh konsumen. Industri perhiasan merupakan salah satu pendukung industri fashion yang merupakan salah satu subsektor dari 16 sektor industri kreatif dan industri perhiasan Indonesia. Ini memiliki peluang pasar yang besar dengan didukung oleh kreativitas para pengrajinnya yang mampu menghasilkan berbagai produk perhiasan sesuai tren pasar saat ini.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode eksploratif kuantitatif untuk mengetahui kredibilitas dari performa akun instagram dari 5 kalung termahal di dunia. Metode eksploratif merupakan penelitian yang memiliki tujuan untuk melakukan eksplorasi atau memperdalam pengetahuan ataupun ide-ide baru mengenai suatu hal yang baru, guna merumuskan permasalahan secara terperinci (Maryam, Isrok'atun, and Aeni 2016). Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui nilai kredibillitas dari performa akun instgram 5 kalung ermahal di dunia. Ada beberapa langkah yang harus dilakukan

dalam penelitian ini, sehingga mampu menemukan peringkat pertama akun instagram kalung terbaik yang memiliki performa terbaik.

Langkah-langkah yang dilakukan pada penelitian ini, diantaranya yaitu :

1. Melakukan Eksplorasi Pada Website Untuk Menentukan Objek yang Akan dianalisa. Eksplorasi ini dilakukan pada beberapa halaman website yang menyediakan informasi mengenai objek yang akan di teliti. Setelah eksplorasi selesai dilakukan, sehingga ditemukan nama-nama vkalung termahal di dunia yang akan dijadikan objek analisa. Setelah melakukan eksplorasi pada halaman website, maka langkah selanjutnya yaitu mencari nama akun instgram dari masing-masing kalung termahal. Pastikan semua kalung memiliki akun pada aplikasi sosial media instgram.

2. Menghitung Nilai Rata-Rata Variable Dari 5 kalung termahal di dunia.

Pada langkah ini, peneliti menghitung nilai variable video likes dan variable likes image. Variabel merupakan sesuatu yang memiliki nilai bervariasi dimana nilai tersebut dapat dijadikan sebagai dasar untuk empat data yang berbeda seperti rasio, skala, ordinal, nominal dan internal (Rankuti 2015). Untuk menghitung nilai rata-rata dari variabel video likes dan variabel image likes yaitu dengan cara mengambil minimal 10 postingan kemudian di hitung sehingga menemukan nilai rata-rata dari masing-masing variabel.

3. Menghitung Nilai Kredibilitas Rasio

Untuk menghitung nilai kredibilitas dari video likes to image likes ratio, peneliti menggunakan cara membagi nilai variabel pertama dengan nilai variabel kedua. Jika video likes memiliki nilai 100 dan image likes memiliki nilai 300, maka cara menghitungnya yaitu $100 : 300 = 0,3$. Dengan begitu nilai dari video likes to image likes ratio adalah 0,3.

4. Menentukan Peringkat Pada Akun TikTok

Pada langkah terakhir yang dilakukan pada penelitian ini yaitu menentukan peringkat pada masing-masing rasio yang ada. Pada penentuan peringkat perlu melihat karakteristik dari rasio yang diteliti. Jika karakteristik rasio merupakan rendah, maka objek yang memiliki nilai terendah akan mendapatkan angka 5 dan objek yang memiliki nilai tertinggi akan mendapatkan angka 1. Namun jika rasio memiliki karakteristik tinggi maka objek yang mendapatkan nilai tinggi akan mendapatkan angka 5 dan objek yang mendapatkan nilai terendah akan mendapatkan angka 1. Setelah mendapatkan hasil kredibilitas ratio maka dapat disimpulkan objek yang mana mendapatkan peringkat 1 sampai dengan peringkat

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun instagram dari 5 kalung termahal di dunia:

1. The heart of kingdom

Sumber: https://instagram.com/heart_of_the_kingdom?utm_medium= (akses pada 13-10-2021)

2.Christie's diamond

Sumber: https://instagram.com/christiesjewels?utm_medium= (akses pada 13-10-2021)

3. The heart of ocean

Sumber: https://instagram.com/heart.of.the.ocean.titanic?utm_medium= (akses pada 13-10-2021)

4. l'incomparable

Sumber: https://instagram.com/l.incomparable_?utm_medium= (akses pada 13-10-2021)

5.Liontin vivid yellow

Sumber: https://instagram.com/berlianvividyellow_?utm_medium= (akses pa 12-10-2021)

Dari kelima akun instagram 5 kalung termahal di Indonesia,peneliti menemukan dari masing-masing variable yang ada untuk menghitung rasio likes video to likes image dari setiap akun.pada akun instagram terdapat 5 variable,diantarnya yaitu:

- 1.likes image
- 2.likes video
- 3.followers
- 4.postingan
- 5.following

Dari 5 variable diatas peneliti hanya fokus pada 2 pvariable,yaitu:

- 1.likes image
- 2.likes video

Dari variable tersebut kemudian dianalisa sehingga menemukan nilai rata-rata dari variable likes image dan variable video likes.untuk menghitung nilia rata-rata dari variable likes image dan variable video likes yaitu dengan cara mengambil minimal 10 postingan kemudian menghitung sehingga menemukan nilai rata-rata masing-masing

variable. Berikut merupakan tabel rata-rata dari masing-masing kalung termahal di dunia, yaitu:

Tabel 1. Analisa nilai rata-rata variable likes video dan variable likes image akun instagram

the heart of kingdom

no	likes video	likes image
1	300	100
2	200	177
3	100	300
4	325	300
5	175	125
6	120	200
7	200	100
8	140	200

9	100	120
10	200	200
Total	18.600	18.220

Sumber: pengelola data excel

Tabel 2. Analisa nilai rata-rata variable likes video dan variable likes image akun instagram

Christie's diamond

no	likes video	likes image
1	106	520
2	217	112
3	340	350
4	150	100
5	200	175
6	210	215
7	120	220
8	115	500

9	300	120
10	550	100
Total	23.080	24.120

Sumber: pengelola data excel

Tabel 3. Analisa nilai rata-rata variable likes video dan variable likes image akun instagram

The heart of ocean

no	likes video	likes image
1	212	120
2	200	111
3	120	100
4	100	350
5	100	200
6	250	400
7	175	550
8	400	400
9	200	450

10	135	300
Total	18.920	29.810
no	likes	likes
Sumber: data pengelola excel	video	image
1	125	100
instagram	L'incomparable	
2	200	175
3	225	245
4	130	257
5	300	330
6	425	127
7	300	200
8	210	100
9	175	200
10	345	125

Tabel 4. Analisa nilai rata-rata variable likes video dan variable likes image akun

Total	24.350	18.610
-------	--------	--------

sumber:peneglola data excel

Tabel 5. Analisa nilai rata-rata variable likes video dan variable likes image akun instagram

Berlian Lontin vivid yellow

no	likes vidio	likes image
1	127	194
2	100	50
3	120	100
4	60	70
5	300	200
6	150	190
7	250	100
8	110	300
9	120	100

10	175	198
Total	14.120	15.020

Sumber:pengelola data excel

Tabel 6. Nilai variabel pada akun instagram 5 kalung termahal di dunia

variabel 1	liontin berlian	the heart of kindom	L'incomparable	Cristie's diamond	the heart of ocean
likes video	14.120	18.600	24.350	23.080	18.920
likes image	15.020	18.220	18.610	24.120	29.810

Sumber: pengelola data excel

Pada akun insatgarm terdapat 5 rasio yang paling relevan digunakan untuk mengukur kredibilita pada masing-masing akun. Namun pada penelitian kali ini hanya berfokus untuk menghitung video likes to image likes . Untuk menghitung kredibilitas dari masing-masing akun instagram setiap kalung termahal, peneliti menghitung dengan cara : variabel 1 akan dibagi dengan variabel 2, sehingga ditemukan hasil hasil analisa dari rasio tersebut.

Tabel 7. Hasil perhitungan rasio akun instagram

n o	ratio	liontin berlian	the heart of kindom	L'incomparable	Cristie's diamond	the oce
1	video likes	0,9400799	1,0208856 2	1,308436325	1,039800995	0,6

to
image
likes

Sumber: pengelola data excel

Video likes to image likes ratio memiliki karakteristik yang tinggi, artinya semakin tinggi nilai yang dihasilkan maka semakin baik kredibilitas dari performa akun tersebut. Untuk memberikan peringatan pada masing-masing kalung termahal, peneliti memberikan angka 5 kepada kalung yang mendapatkan nilai tertinggi dan angka 1 untuk kalung termahal yang mendapatkan nilai paling rendah. Berikut merupakan tabel urutan nilai yang dihasilkan oleh masing-masing kalung termahal.

Tabel 8. Nilai rasio akun instagram 5 kalung termahal di dunia

karakteristik	liontin berlian	the heart of kindom	L'incomparable	Cristie's diamond	the heart of ocean
Tinggi	4	3	1	2	5

Sumber: pengelola data excel

Dari tabel ratio akun instagram 5 kalung termahal di dunia dapat disimpulkan bahwa liontin berlian mendapatkan nilai tertinggi untuk ratio likes video to likes image sementara kalung the heart of ocean mendapatka nilai terendah untuk ratio ini. Jadi pada penelitian ini liontin berlian memiliki kredibilitas performa yang lebih baik dibandingkan dengan kalung yang lainnya.

5. DAFTAR PUSTAKA

<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>