

ANALISIS PENGEMBANGAN KONTEN SOSIAL MEDIA PADA AKUN @pemasaran_cmjt, PERUSAHAAN CITRA MANDIRI JAWA TENGAH TAHUN 2021

Naufal Nashiruddin¹, Wiedya Sastika²

^{1,2}Universitas Telkom, Bandung

naufaln@student.telkomuniversity.ac.id¹, wiedyasastika@tass.telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Pada era digital saat ini, Internet sudah menjadi pusat kegiatan dari banyak orang. Hampir semua kehidupan masyarakat selalu berhubungan dengan internet.. Hal ini karena melalui internet semua orang dapat melakukan kegiatan apa saja, mulai dari memesan makan, memesan transportasi, bahkan hingga pembelajaran pun melalui Online. Hal ini tidak luput dari perhatian pebisnis atau perusahaan pada bidang ekonomi yaitu dengan menggunakan pemasaran online. Salah satu Kegiatan pemasaran yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan sosial media, dimulai dengan membuat konten berkualitas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perencanaan, penerapan serta evaluasi analisis pengembangan konten sosial media pada akun instagram Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi dan triangulasi. Data yang telah didapat dianalisis keabsahannya dengan menggabungkan jawaban dan mengambil kesimpulan dari hasil wawancara dengan informan Berdasarkan hasil penelitian didapatkan kesimpulan bahwa akun media sosial instagram yang dibuat oleh penulis dengan nama akun @pemasaran_cmjt memiliki konten yang menarik dan informatif.

Kata Kunci : Sosial Media Marketing, Instagram, Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah

Abstract

In today's digital era, the Internet has become the center of the activities of many people. Almost all people's lives are always connected to the internet. This is because through the internet everyone can do anything, from ordering food, ordering transportation, even learning through online. This does not escape the attention of business people or companies in the economic field, namely by using online marketing. One of the marketing activities that can be done is by utilizing social media, starting with creating quality content. The purpose of this study was to determine the planning, implementation and evaluation of the analysis of the development of social media content on the Instagram account of the Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah. This study uses descriptive qualitative research methods with data collection techniques using interviews, observation, documentation and triangulation. The data that has been obtained is analyzed for validity by combining answers and drawing conclusions from the results of interviews with informants. Based on the results of the study, it was concluded that the Instagram social media account created by the author with the account name @pemasaran_cmjt has interesting and informative content.

Keywords: *Sosial Media Marketing, Marketing Instagram, Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah*

1. Pendahuluan

Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah (PD CMJT) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Daerah yang dimiliki oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah didirikan pada tanggal 30 Januari 2009 dengan Perda Prov Jateng No 2 Tahun 2009 & Anggaran Dasar Rumah Tangga yang dituangkan dalam Akta Notaris Prof. DR. Liliana Tedjo Saputro, MH. MM No 28 tanggal 13 April 2009

yang sebelumnya adalah Perusahaan Daerah Provinsi Jawa Tengah. Maksud dari pendirian PD.CMJT ini adalah untuk membentuk BUMD yang bergerak di bidang pertanian, perindustrian, perdagangan, pariwisata dan jasa untuk meningkatkan perekonomian daerah, memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap masyarakat. Adapun tujuannya untuk meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan perekonomian daerah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerah. Dalam Keputusan Direksi, yang dimaksud dengan Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah (PD.CMJT) adalah suatu usaha yang modalnya merupakan kekayaan daerah yang dipisahkan dan pendiriannya diprakarsai oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Sampai saat ini Perusahaan Daerah Citra Mandiri Jawa Tengah memiliki 11 unit usaha, yaitu:

1. Apotek Margahusada Kartasura
2. Apotek Margahusada Surakarta
3. Apotek Margahusada Semarang
4. Pabrik Es Saripetojo Tegal
5. Pabrik Es Sarpitejo Lasem
6. Pabrik Es Saripetojo Cilacap
7. Kotel Kesambi Hijau
8. Perkebunan Tlogo
9. Pariwisata Tawangmangu
10. SPBU Sokaraja
11. Unit Usaha Pangan

Dari tiap unit usaha yang dimiliki oleh perusahaan, memiliki berbagai jenis produk yang beragam, antara lain sebagai berikut:

- a. Unit usaha Pabrik Es Saripetojo : Es batu kristal, Es batu Balok
 - b. Apotik Margahusada : Farmasi
 - c. Unit Usaha Pangan : Beras dan air minum
 - d. Perkebunan Tlogo : Karet, cengkeh, Kopi Selain produk,
- unit usaha juga bergerak dibidang jasa misalnya:
- a. Perusahaan Pariwisata Tawangmangu
 - b. Hotel Kesambi Hijau

Saat ini kehidupan masyarakat terus mengalami banyak perubahan, salah satunya yaitu pada sektor teknologi. Teknologi Internet sering digunakan untuk mempermudah pekerjaan dan memenuhi kebutuhan mereka. Contohnya yaitu masyarakat mengandalkan teknologi internet untuk berkomunikasi, melakukan belanja Online, dan juga membantu menyelesaikan pekerjaan mereka. Karena dengan menggunakan internet semua menjadi lebih praktik dan cepat. Saat ini dunia sedang dilanda pandemi covid 19, tidak terkecuali Indonesia. Sehingga menyebabkan beberapa aktivitas masyarakat harus dibatasi. Contohnya kerja dari rumah (*Work From Home*), Sekolah dari rumah (*School From Home*) dan sebagainya. Dengan adanya hal tersebut mengakibatkan peningkatan penggunaan internet.

Hasil wawancara dengan Bapak Nur Ali selaku Kepala Bagian Pemasaran, diketahui bahwa sebelumnya perusahaan sudah memiliki akun instagram. Namun karena dikelola oleh pihak ketiga atau pihak di luar perusahaan, sehingga konten dari akun tersebut belum memberikan informasi mengenai produk dari perusahaan dan promosi produk. Dan juga akun tersebut sudah lama tidak aktif yaitu sejak tahun 2019 hal ini dapat dilihat pada gambar 1.4. Nama akun terdahulu tersebut adalah @pdcmjtelah membuat konten sebanyak 101 postingan dan mendapat 198 pengikut. Konten yang telah dibuat oleh akun tersebut masih belum sesuai dengan keinginan

perusahaan, padahal berawal dari konten yang menarik dan sesuai dengan produk yang ditawarkan maka akun instagram bisa memperkenalkan produk yang ditawarkannya serta bisa meningkatkan daya tarik pengguna media sosial.

Berdasarkan fenomena empiris yang telah dijelaskan, konten marketing begitu penting dalam promosi pemasaran melalui sosial media marketing. Oleh sebab itu Peneliti tertarik untuk lebih membahas Strategi dan permasalahan yang ada dalam proses mengembangkan konten pada akun @pemasaran_cmjt dengan judul penelitian: “Analisis Pengembangan Konten Media Sosial pada Akun Instagram @pemasaran_cmjt, Perusahaan Daerah Mandiri Jawa Tengah (PD. CMJT) Tahun 2021”

Berdasarkan latar belakang dan keadaan yang ada, terdapat beberapa masalah yang diidentifikasi oleh penulis yang akan menjadi bahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan dalam konten media sosial akun instagram@pemasaran_pdcmt tahun 2021?
2. Bagaimana penerapan dalam konten media sosial akun instagram@pemasaran_pdcmt tahun 2021?
3. Bagaimana evaluasi dalam konten media sosial akun instagram@pemasaran_pdcmt tahun 2021?

2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, berusaha mendeskripsi dan menginterpretasi apa yang ada (bisa mengenai kondisi atau hubungan yang ada, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi). Data penelitian deskriptif biasanya dikumpulkan melalui survey angket, wawancara, atau observasi.

Menurut Sugiyono (2017:2), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis. Walaupun setiap jenis metode penelitian mempunyai langkah-langkah yang berbeda, namun semua langkah dalam setiap jenis metode penelitian adalah sistematis. Penulis melakukan penelitian pada Bulan Januari hingga Bulan Juni.

Dalam melakukan penelitian ada beberapa tahap yang harus dilalui, Menurut Wiratna Sujarweni (2015:30), penelitian kualitatif memiliki tahap-tahap penelitian sebagai berikut:

1. Tahap Pra Lapangan

Langkah-langkah tahap pra lapangan sebagai berikut:

- a) Menyusun Perencanaan
- b) Memilih objek lapangan
- c) Mengurus perizinan lapangan
- d) Menilai keadaan
- e) Memilih narasumber
- f) Menyiapkan instrumen
- g) Etika dalam lapangan

2. Tahap Lapangan

Langkah-langkah tahap lapangan:

- a) Memahami lapangan dan memasuki lapangan

Pada tahap ini peneliti harus memahami situasi lapangan terlebih dahulu, supaya proses ke depannya mudah.

- b) Mengumpulkan data

Tahap lapangan merupakan tahap yang paling penting dan merupakan fokus utama dari peneliti. Karena nantinya peneliti akan mengumpulkan data melalui wawancara, pengamatan dan pengkajian dokumen

3. Tahap Pengolahan Data
 - a) Reduksi Data
 - b) Display Data
 - c) Mengambil kesimpulan dan verifikasi
 - d) Kesimpulan akhir

Menurut Sugiyono (2016:222) dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah penelitian itu sendiri, oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus "divalidasi" seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan.

Dalam jenis penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen utama dalam mencari data dengan melakukan interaksi simbolik terhadap informan/subjek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2015:222) teknik dalam pengumpulan data kualitatif dapat dilakukan dalam berbagai *setting* dari berbagai sumber dan dengan berbagai cara. Dilihat dari *settingnya*, data yang dikumpulkan pada *setting* alamiah (*natural setting*), pada laboratorium dengan metode eksperimen dengan berbagai responden. Dilihat dari sumber datanya, pengumpulan data kualitatif dibagi menjadi sumber primer dan sekunder. Dalam penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode :

a) Observasi,

Menurut Marshal dalam Sugiyono (2015:224), Observasi merupakan suatu proses penelitian di mana peneliti belajar tentang tingkah laku dan makna melekat pada perilaku tersebut. Jadi observasi adalah suatu metode pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek penelitian.

b) Wawancara,

Menurut Sujarweni (2015:31), wawancara merupakan proses memperoleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab yang dilakukan secara tatap muka ataupun melalui media telekomunikasi antara pewawancara dan narasumber dengan atau tanpa pedoman wawancara. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan wawancara semi struktur (*in-depth interview*) agar pihak yang diwawancarai lebih terbuka dan dapat memberikan pendapat dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara peneliti harus mendengarkan secara seksama dan mencatat apa yang dikemukakan informan (Sugiyono, 2019:306).

c) Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen memiliki berbagai bentuk seperti tulisan, gambar, dan karya monumental dari seseorang. Pengumpulan dokumen menjadi pelengkap wawancara dan observasi dari penelitian kualitatif agar lebih terpercaya (Sugiyono, 2019:314). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dokumentasi tertulis, gambar atau foto mengenai produk dari perusahaan.

d) Triangulasi

Menurut Sugiyono (2015:242), Triangulasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggabungkan beberapa teknik pengumpulan dan sumber data yang sudah ada. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk memperoleh data dari sumber yang sama. Peneliti menggabungkan antara observasi, wawancara dan dokumentasi untuk memperoleh data.

3. Hasil dan Pembahasan

Analisis dan Pembahasan

1. Context

Pada dimensi Context berfokus pada penggunaan bahasa dalam pembuatan konten serta caption pada postingan tersebut. Selain itu juga berfokus pada isi dari konten, harus memberikan informasi yang jelas dan tepat agar tidak tersebar *Hoax*. Pada konten akun @pemasaran_pdcmtj sudah menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar namun tetap menggunakan sapaan kekinian seperti “Mas Bos & Mba Bos” Hal ini agar konsumen merasa dekat atau akrab dengan admin dari akun tersebut.

2. Communication

Pada dimensi Communication ini berfokus mengenai komunikasi dengan parakonsumen. Baik ketika konsumen ingin bertanya maupun ingin melakukan pemesanan. Dalam menjalankan komunikasi dengan konsumen haruslah mengutamakan keramahan dan kesopanan dalam berkomunikasi. Hal ini agar konsumen merasa dihargai dan dihormati sehingga konsumen bisa merasa puas dan bisa menjadi pelanggan tetap.

3. Collaboration

Pada dimensi ini berfokus mengenai kerja sama dengan pihak lain, baik itu perusahaan lain maupun *influencer* setempat. Namun untuk sementara akan cenderung melakukan kerja sama dengan konsumen, karena dari segi biaya yang murah dibandingkan dengan menyewa *influencer*

4. Connection

Pada dimensi connection berfokus mengenai menjaga hubungan yang telah terjalin dengan para konsumen. Hal ini bisa dilakukan dengan memberikan diskon atau promo menarik. Serta selalu memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis dengan metode pengumpulan data kuesioner terbuka yang telah penulis laksanakan pada Perusahaan Citra Mandiri Jawa Tengah, penulis memperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil perencanaan dalam analisis dan pengembangan konten media sosial akun instagram @pemasaran_pdcmtj, penulis memperoleh data sebagai landasan utama pembuatan konten melalui wawancara dengan Informan. Konten yang dibuat penulis dalam Instagram harus menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar, hal ini agar isi konten tersebut mudah dipahami oleh para konsumen. Serta tidak lupa untuk memberikan informasi mengenai nomer Whatsapp atau nomer telepon yang bisa dihubungi.
2. Dari hasil penerapan pembuatan konten terdapat ide-ide dalam membuat konten yaitu *Quotes, Fun Fact*, dan promosi produk. Penjadwalan pembuatan konten juga cukup efektif untuk dilakukan, karena dengan membuat jadwal, pembuatan dan postingan konten *marketing* menjadi lebih terstruktur
3. Dari hasil evaluasi dalam analisis dan pengembangan konten media sosial akun instagram @pemasaran_pdcmtj, dilihat dari *Insight* cukup baik karena ada banyak konsumen atau pengguna Instagram yang melakukan interaksi dengan konten yang diposting oleh akun Instagram @pemasaran_pdcmtj yang secara tidak langsung konsumen mengenal dan mengetahui produk Perusahaan Citra Mandiri Jawa Tengah

Referensi

- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, A. R., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2016). *Marketing Management 14th edition*. Erlangga Jakarta
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2016) *Marketing Management. 15th Edition. New Jersey: Pearson*
- Moleong. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.