BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital ini, media sosial telah menjadi bagian penting untuk kehidupan sehari-hari, berfungsi sebagai sarana komunikasi, sumber informasi, dan platform pemasaran. Dalam pemasaran, media sosial digunakan oleh bisnis untuk memperkenalkan produk atau layanan mereka. Media sosial adalah teknologi berbasis internet yang memfasilitasi percakapan, dengan dua peran promosi yang saling terkait: memungkinkan perusahaan berkomunikasi langsung dengan pelanggan untuk menyampaikan informasi, menjawab pertanyaan, menerima umpan balik, serta memperkuat interaksi; dan memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk berkomunikasi satu sama lain, berbagi informasi, ulasan, pengalaman, dan rekomendasi, membentuk komunitas yang aktif [1]. Media sosial membuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi lebih interaktif dan terbuka, mendukung terciptanya jaringan komunikasi yang lebih luas. Untuk meningkatkan interaksi pengguna di media sosial, penentuan konten menjadi faktor kunci, meliputi strategi penyampaian pesan, desain visual, target audiens, tolok ukur keberhasilan, serta aspek teknis seperti penetapan judul, *tag*, deskripsi, frekuensi dan waktu unggah, penyematan komentar, dan pemanfaatan *multi-platform*.[2]

Firli.id, sebuah grup perusahaan di bidang *digital marketing*, sedang mengembangkan *brand* Sahabat Al-Qur'an Indonesia (SAHAL), yang merupakan pusat pendidikan tahfidz Al-Qur'an, pusat dakwah, dan kursus bahasa Arab. Awalnya beroperasi secara *offline*, SAHAL mulai beralih ke kegiatan *online* sejak pandemi dimulai dan menggunakan layanan digital marketing dari Firli.id untuk mengembangkan *brand*-nya. Strategi utama yang diterapkan adalah memanfaatkan akun media sosial untuk memperkenalkan SAHAL kepada pengguna media sosial, dengan tujuan menyediakan informasi mengenai Islam serta kegiatan yang dilakukan oleh SAHAL. Dalam upaya mengembangkan akun media sosial SAHAL sebagai sumber informasi Islam yang menarik dan relevan bagi audiens, diperlukan konten yang didasarkan pada preferensi dan kebutuhan audiens serta analisis konten yang sedang trending atau viral. Konten yang dibuat harus mampu menarik perhatian audiens dan memberikan nilai tambah dalam konteks informasi keislaman. Dengan menerapkan strategi pengembangan konten yang tepat, diharapkan SAHAL dapat membangun keterlibatan yang kuat dengan audiensnya, menciptakan interaksi yang positif, dan memperluas jangkauan informasi keislaman melalui media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang menjadi isi proyek akhir ini adalah kebutuhkan konten untuk meningkatkan interaksi pengguna di media sosial SAHAL

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dari proyek akhir ini adalah membuat konten yang kreatif dan relavan sesuai target audiens media sosial SAHAL yang efektif untuk meningkatkan interaksi pengguna.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah sebagai berikut:

1. Akun media sosial yang digunakan Instagram, TikTok, dan YouTube.
2. Konten yang dibuat dalam bentuk gambar dan video yang bertema dakwah, murottal, sejarah Islam, dan bahasa Arab.

1.5 Definisi Operasional

Adapun definisi operasioal dari proyek akhir ini adalah sebagai berikut :

1. **Media Sosial**

   Media sosial merupakan platform di mana konsumen dapat berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, video, dan audio dengan sesama pengguna. Media sosial memungkinkan bisnis kecil untuk memasarkan produk dan jasa serta berkomunikasi dan berinteraksi dengan pelanggan untuk membangun hubungan yang baik[3].

2. **Konten**

   Konten digital adalah strategi pemasaran yang mengutamakan pembuatan dan penyebaran konten yang bernilai, kreatif, dan unik untuk menarik perhatian konsumen dan mencapai keuntungan[4]. Proses pembuatan konten digital melibatkan berbagai tahap, termasuk pengembangan ide, konversi ide menjadi konten, pengemasan konten, dan penyimpanan konten[5].

3. **Interaksi Pengguna**

   Respon pengguna terhadap konten yang diposting oleh sebuah akun media sosial. Semakin tinggi tingkat Interaksi Pengguna suatu konten, semakin besar kemungkinan konten tersebut menjadi viral dan menjangkau lebih banyak pengguna[6].

1.6 Metode Pengerjaan

Metode pengerjaan ini disesuaikan dengan alur yang telah diterapkan selama proses magang dalam pembuatan media sosial SAHAL.

1.6.1 *Research*

Dilakukan penetapan tujuan konten yang akan diproduksi, identifikasi audiens target, serta observasi dan analisis konten yang dihasilkan oleh akun media sosial pesaing sebagai acuan dalam pengembangan akun media sosial SAHAL.

1.6.2 Konten Pilar

Setelah melakukan analisis adalah menetapkan konten pilar. Pada tahap ini, konten pilar menjadi landasan utama untuk konsep dari konten yang akan dibuat, seperti topik konten yang akan dihadirkan. konten pilar dikembangkan berdasarkan pengamatan terhadap topik yang sedang viral serta berdasarkan target audiensi yang dituju.

1.6.3 Konsep Konten

Pada tahap ini, ide yang telah dipaparkan diolah kembali untuk pembuatan konten. Konsep yang ditentukan mencakup jenis konten, variasi warna dalam pembuatan konten, *layout*, elemen dalam konten, dan tipografi (*font*).

1.6.4 Pembuatan Konten

Setelah konsep konten telah ditentukan, langkah berikutnya adalah membuat konten sesuai dengan konsep yang telah disusun. Misalnya, pembuatan video, desain grafis, atau penulisan teks sesuai dengan topik dan format yang telah ditentukan.

1.6.5 Pengunggahan Konten

Pada proses pengunggahan konten di media sosial yaitu meliputi penjadwalan, penulisan *caption*, penggunaan *hashtag*, interaksi dengan pengguna melalui tanggapan terhadap komentar.

1.6.6 Evaluasi

Pada tahap ini, dilakukan analisis terhadap kinerja posting berdasarkan metrik tertentu seperti jumlah interaksi, dan jangkauan. Evaluasi dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas strategi konten yang telah diimplementasikan.

1.7 Jadwal Pengerjaan

Berikut ini adalah jadwal kerja selama melakukan program magang.

1.7.1 Jadwal Pengerjaan Madusem 2023

Tabel 1- 1 Jadwal Pengerjaan Madusem 2023

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan																			
		Agustus				September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Research																				
2	Menentukan konten pilar																				
3	Menentukan konsep																				
4	Membuat konten																				
5	posting media sosial																				
6	Evaluasi																				

1.7.2 Jadwal Pengerjaan Madusem 2024

Tabel 1- 2 Jadwal Pengerjaan Madusem 2024

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan																			
		Januari				Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Research																				
2	Menentukan konten pilar																				
3	Menentukan konsep																				
4	Membuat konten																				
5	posting media sosial																				
6	Evaluasi																				