



OPTIMASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI PENUNJANG DIGITAL MARKETING PADA PT DISTY TEKNOLOGI INDONESIA

Eka Putri Rahmawati¹, Sugeng Purwanto²

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

*E-mail: 20012010168@student.upnjatim.ac.id ; sugengpurwanto.mj@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Digital marketing merupakan suatu strategi pemasaran barang dan jasa dengan memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan, meningkatkan penjualan, dan peningkatan brand awareness. PT Disty Teknologi Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang menerapkan optimasi sosial media dengan melibatkan peserta magang dari Magang Studi Independent Bersertifikat (MSIB) dengan dibekali pengetahuan digital marketing. Tujuan dari kegiatan optimasi sosial media ini mengikatkan penerapan digital marketing pada PT Disty Teknologi Indonesia dengan tepat sasaran. Pada kegiatan magang dilakukan pemasaran terdapat aplikasi untuk menunjang kegiatan optimalisasi sosial media Instagram ini yaitu memanfaatkan fitur Meta Business Suite. Meta Business Suite merupakan aplikasi yang digunakan pelaku bisnis dalam manajemen konten, menjadwalkan postingan, pengelolaan iklan, dan melihat insight.

Kata kunci: digital marketing, optimasi, sosial media

ABSTRACT

Digital marketing is a strategy for marketing goods and services by utilizing digital technology to promote, increase sales, and increase brand awareness. PT Disty Teknologi Indonesia is a company that implements social media optimization by involving apprentices from Certified Independent Study Internships (MSIB) equipped with digital marketing knowledge. The purpose of this social media optimization activity is to bind the application of digital marketing to PT Disty Teknologi Indonesia with the right target. In the marketing internship activities, there is an application to support Instagram social media optimization activities, namely utilizing the Meta Business Suite feature. Meta Business Suite is an application used by businesses in content management, scheduling posts, ad management, and viewing insights.

Keywords: Digital marketing, Optimization, Social media

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi memberikan aspek perubahan yang besar bagi masyarakat. Dengan adanya perkembangan ini, tentu menciptakan sebuah metode pemasaran untuk menyesuaikan perubahan yang ada. Oleh karena itu di era digital mengalami banyak perubahan yang cukup signifikan berhubungan dengan media pemasaran yang digunakan salah satunya dengan penggunaan media online. Pertumbuhan penjualan online dipacu oleh semakin berkembangnya teknologi handphone, tablet, dan media social (Internet Retailer 2012). Dalam jangka panjang, pemasaran melalui internet dan peningkatan penjualan melalui e-commerce diperkirakan melampaui penjualan melalui saluran tradisional (Pomirleanu et al 2013).

Media sosial menjadi trend yang digunakan dalam komunikasi pemasaran yang dapat diakses dengan mudah bagi para pengguna blog, jejaring sosial, wiki, dan forum dan dunia virtual (Cahyono, 2016). Para pengusaha bisnis saat ini lebih dominan menggunakan platform media sosial dalam memasarkan produk yang dimiliki untuk menjangkau target pasar yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk (Claudia et al., 2019). Platform media sosial yang saat ini sedang digemari oleh masyarakat antara lain Instagram, Twitter, Facebook, dan Youtube.

Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Aplikasi yang diluncurkan tahun 2010 mampu menarik minat dan memiliki magnet yang luar biasa dari masyarakat termasuk Indonesia. Menurut data yang dirilis Napoleon Cat pada periode Januari-Mei 2020, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 69,2 juta (69.270.000) pengguna.

PT Disty Teknologi Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi. Oleh karena itu memiliki peluang besar untuk memperluas penyampaian informasi kepada konsumen dengan memanfaatkan teknologi digital yang berkembang. Akan tetapi, terlihat dari penggunaan sosial media



yang belum optimal sebagai media pemasaran digital. PT Disty Teknologi Indonesia sendiri belum memiliki akun sosial media Instagram. Sehingga hal ini membuat masyarakat kesulitan mencari identitas atau profil company dari PT Disty Teknologi Indonesia melalui sosial media.

Berdasar latar belakang di atas PT Disty Teknologi Indonesia memberikan kesempatan kepada mahasiswa dari berbagai Universitas dengan membuka kelas magang Digital Marketing pada program Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB). Tujuan dari adanya kelas magang Digital Marketing yaitu memberikan wawasan mengenai Digital Marketing kepada peserta magang serta adanya program ini diharapkan dapat mengoptimalkan media sosial instagram @distyteknologi sebagai penunjang Digital Marketing dengan memanfaatkan fitur Meta Business Suite untuk manajemen konten. Penggunaan Meta Business Suite dapat meningkatkan jangkauan user, dan Brand Awareness.

METODE

Pada bagian ini dipaparkan bahwa jenis yang digunakan adalah paradigma/penelitian kualitatif. Selanjutnya diuraikan dengan digunakan studi literatur, studi dokumen/teks, observasi alami dan studi kasus guna mengetahui karakteristik desain penelitian ini.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan hasil observasi alami, studi kasus dan analisis arsip atau dokumen yang tertera pada Instagram @distyteknologi Analisis data menunjukkan klaim awal dari suatu penelitian yaitu meliputi menguji, mengklasifikasikan, membuat tabulasi, atau menggabungkan kembali bukti (Yin, 2018, p. 133). Dengan ini penulis menggunakan teknik penjadwalan pola yang bertujuan untuk menemukan adanya kesamaan pada konsep strategi social media marketing dalam membangun brand awareness yang ditemukan di lapangan. Dengan tujuan untuk melihat penerapan konsep strategi social media marketing sesuai atau tidaknya dengan konsep yang dikembangkan.

Kegiatan Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB) yang diadakan oleh PT Disty Teknologi Indonesia diawali dengan beberapa tahap atau metode yang dimulai dari proses yaitu:

1. Mencari Referensi

Dalam pembuatan desain, tentu diperlukannya pencarian beberapa referensi agar penulis dapat memiliki gambaran untuk pembuatan desain konten yang nantinya akan diposting pada sosial media. Disini penulis mencari referensi melalui akun Instagram beberapa perusahaan dan melalui Pinterest.

2. Pengumpulan Asset

Pengumpulan asset disini menjadi tahapan yang cukup sulit bagi penulis. Dikarenakan beberapa dokumentasi perusahaan yang diperlukan untuk pembuatan konten masih minim. Sehingga penulis mencari asset yang diperlukan melalui website perusahaan atau langsung menghubungi mentor.

3. Penyusunan Konten

Pada tahapan ini, melakukan eksekusi desain pada konten. Dalam eksekusi desain, tentunya diperlukan pengetahuan dalam proses pemilihan warna dan elemen yang akan dimasukkan agar hasil desain terlihat menarik dan bisa meningkatkan daya tarik pengguna sosial media. Pada proses ini mentor mendampingi peserta magang untuk meriset konten yang menarik yang akan digunakan sebagai postingan di Instagram. Lebih lanjut, dalam penyusunan konten menggunakan fitur-fitur Canva dalam mendesain dan memanfaatkan fitur-fitur dari Instagram seperti feed, story, reels, dan analisis insight.

4. Pelaksanaan Optimasi Sosial Media Instagram

Dalam tahapan ini pelaksanaan optimalisasi pada akun instagram @distyteknologi dilakukan pada bulan Oktober sampai dengan Desember, dan akan dilaksanakan penjadwalan unggahan konten satu hari 1kali menggunakan Instagram. Dan melakukan promosi event menggunakan fitur Meta Business Suite untuk pengaturan jadwal konten yang diunggah.

5. Evaluasi

Pada tahap ini, mentor dari PT Disty Teknologi mereview kinerja dan hasil dari optimasi Instagram yang telah dilakukan. Dari hasil review tersebut akan ada beberapa perbaikan untuk kegiatan optimasi di tahap-tahap selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pelaksanaan optimasi sosial media yang telah dilakukan oleh PT. Disty Teknologi melalui sosial media Instagram @distytekologi berdasarkan tahapan pada metode yang dilakukan, yaitu :

1. Persiapan

PT. Disty Teknologi Indonesia dengan didukung oleh para mentor Digital Marketing mendampingi peserta magang dengan memberikan edukasi atau pembekalan tentang Digital Marketing seperti Content Management, Content Marketing, Copywriting, Customer Service, Instagram Ads, Pemanfaatan SEO, Meta Business dll.

2. Pengumpulan Asset

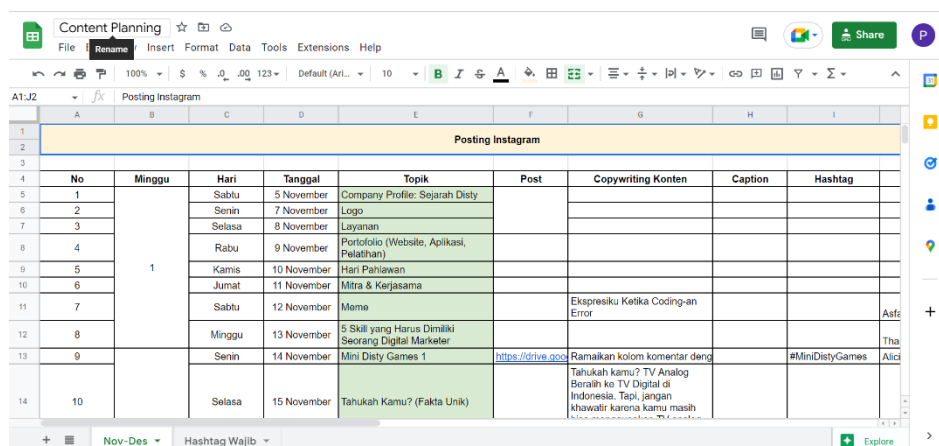
Pengumpulan asen disini kita mencari beberapa dokumen, atau foto-foto dokumentasi kegiatan atau perusahaan. Pengumpuln asset ini dibuanakan sebagai bahasn penyusunan konsep konten yang akan dibuat. Bisanya untuk pengumpulan asset sendiri bisa dilakukan secara mandiri langsung atau bisa melalui mentor atau situs-situs penunjang perusahaan.

3. Penyusunan Konten

Tahapan ini dimulai pada awal bulan Oktober 2022. Mentor PT Disty Teknologi Indonesia, memberikan kesempatan kepada peserta magang untuk mengaplikasikan secara langsung berdasar pada teori Digital Marketing yang telah diberikan dengan fokus konten yang telah dibagi pada setiap individu. Adapun pembagiannya seperti topik company profil, layanan perusahaan, hari besar, mitra Kerjasama, info teknologi, quiz, tips and trik, fakta unik,dll. Konten yang dibuat berupa konten foto atau video yang ditargetkan dapat meningkatkan jangkauan user pada sosial media instagram.



Gambar 1. Diskusi penyusunan Konten



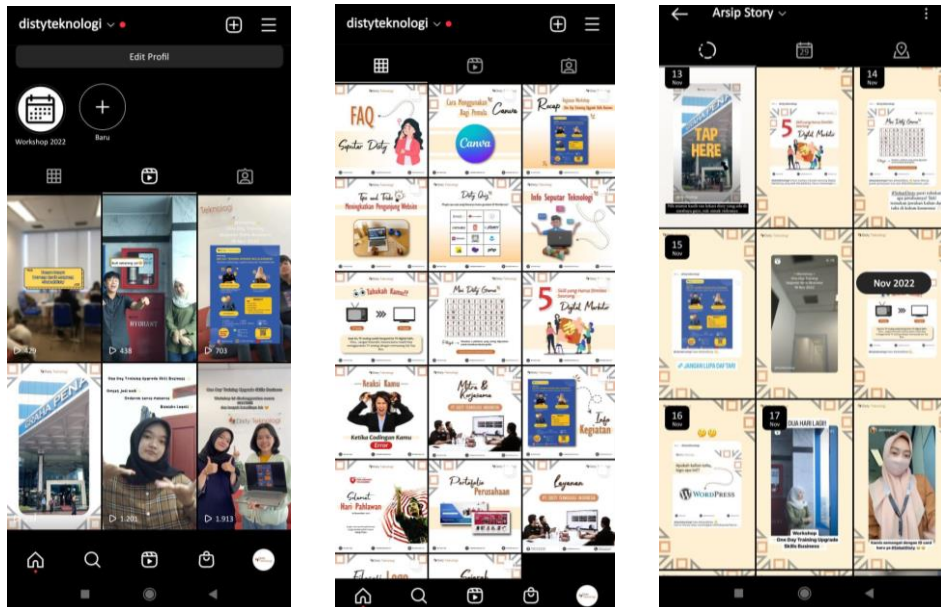
| No | Minggu | Hari | Tanggal | Topik | Post | Copywriting Konten | Caption | Hashtag |
|----|--------|--------|-------------|--|---|---|---------|-----------------|
| 1 | | Sabtu | 5 November | Company Profile: Sejarah Disty | | | | |
| 2 | | Senin | 7 November | Logo | | | | |
| 3 | | Selasa | 8 November | Layanan | | | | |
| 4 | | Rabu | 9 November | Portofolio (Website, Aplikasi, Pelatihan) | | | | |
| 5 | | Kamis | 10 November | Hari Pahlawan | | | | |
| 6 | | Jumat | 11 November | Mitra & Kerjasama | | | | |
| 7 | | Sabtu | 12 November | Meme | | Ekspresku Ketika Coding-an Error | | Asfr |
| 8 | | Minggu | 13 November | 5 Skill yang Harus Dimiliki Seorang Digital Marketer | | | | Tha |
| 9 | | Senin | 14 November | Mini Disty Games 1 | https://drive.google.com | Ramaikan kolom komentar deng | | #MiniDistyGames |
| 10 | | Selasa | 15 November | Tahukah Kamu? (Fakta Unik) | | Tahukah kamu? TV Analog Beralih ke TV Digital di Indonesia. Tapi, jangan khawatir karena kamu masih | | |

Gambar 2 : Penyusunan Jadwal Konten Instagram



4. Pelaksanaan Optimalisasi Sosial Media Instagram

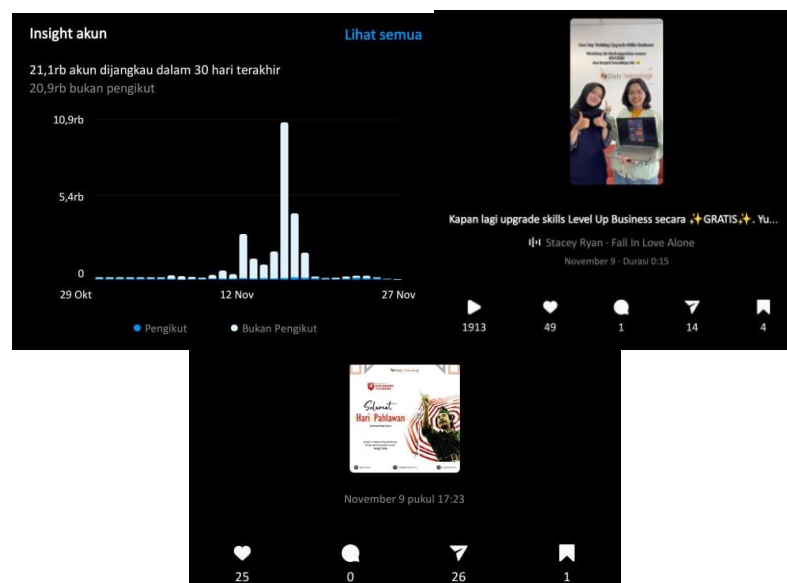
Dari hasil diskusi dan perencanaan peserta magang melakukan pengaplikasian dengan menunggah konten pada instagramk @distytekologi. Kegiatan ini dimulai pada awal optimasi mulai dilakukan publish melalui Instagram dan optimasi pada Awal November. Pelaksanaan penjadwalan postingan dilakukan dengan memanfaatkan tren dan insight dari konten yang sudah diupload sebelumnya untuk mengetahui perkembangan konten instagram.



Gambar 3: Optimalisasi Story, Feed, dan Reels Instagram

5. Evaluasi

Tahapan ini evaluasi dilakukan oleh mentor PT Disty Teknologi Indonesia dengan melihat insight instagram seperti jangkauan, kunjungan halaman dan profil serta suka. Target dari optimalisasi Digital Marketing adalah menjangkau user dan memasarkan event atau program pelatihan dengan pemanfaatan fitur Meta Business Suite pada Instagram, dimana selama ini instagram @distyindoneia masih mengunggah postingan secara manual dan belum pernah menggunakan fitur tersebut, seperti penjadwalan konten, insight dan iklan.



Gambar 4: Grafik Insight Sosial Media Instagram Disty Teknologi



Gambar 4 menjelaskan tentang hasil nyata bahwa tujuan yang sudah ditetapkan saat pelaksanaan tercapai. Dimana, insight instagram @distytekologi mengalami peningkatan yaitu jangkauan meningkat setiap harinya, kunjungan halaman dan profil meningkat 20,9 rb, mengalami peningkatan dari awal pembuatan sosial media. Jika selama ini instagram @distytekologi belum menggunakan fitur Meta Business Suite, maka setelah pelaksanaan ini instagram @distytekologi dapat menunggah konten secara terjadwal dengan harapan dapat efisiensi dan efektif waktu serta meningkatkan Brand Awareness pada user.

SIMPULAN

Melalui kegiatan optimasi sosial media intagram yang dilakukan oleh PT Ditsy Teknologi Indonesia dapat memecahkan dan menganalisis kurangnya penggunaan sosial media di PT Disty Teknologi. Sehingga melalui kegiatan optimasi ini memberikan banyak manfaat untuk meningkatkan strategi pemasaran barang dan jasa dengan memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan, meningkatkan penjualan, dan peningkatan brand awareness. Selain itu, melalui kegiatan yang dilakukan oleh PT Ditsy Teknologi Indonesia melalui program Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB) berhasil dilaksanakan karena peserta magang telah dibekali dengan ilmu-ilmu Digital Marketing dan telah berhasil diimplementasikan selama berada di PT Disty Teknologi Indonesia. Hal ini dapat dilihat didalam insight Instagram yang mengalami kenaikan kunjungan sampai 20,9 rb akun yang mengunjungi profil.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih penulis ucapkan kepada PT Disty Teknologi Indonesia yang telah memberikan kesempatan untuk belajar di perusahaan dalam program Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB) dan memberikan dukungan penuh dapat menyapai dan menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Barokah, Siti, Oryz Agnu Dian Wulandari, Mulat Triwinoto Sari, and Ivan Fadhil Yuditama. 2021. "Optimalisasi Digital Marketing Melalui Facebook Ads Di Kelurahan Purwanegara." *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4(1):17–22. doi: 10.31294/jabdimas.v4i1.7085.
- Mahdi, M. Ivan. 2022. "Pengguna Media Sosial Di Indonesia Capai 191 Juta Pada 2022." *DataIndonesia.Id*. Retrieved July 14, 2022 (<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai191-juta-pada-2022>).
- Diana Fitri Kusuma¹, Mohamad Syahriar Sugandi. 2018. "strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts". *Jurnal Manajemen Komunikasi, Volume 3, No. 1, Oktober 2018*, hlm 18-33.
- Fahri Setia, Cecep Safa'atul Barkah, Tetty Herawaty, Lina Auliana. 2021. "Usulan Strategi Optimasi Akun Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Reach Melalui Instagram Advertinh (Studi Kasus: Humingbad Clothing)". *Jurnal Sekertaris dan Administrasi Bisnis*.
- Gellysa Urva, Merina Pratiwi, Amiroel Oemara Syarief. 2022 . "Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing". *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 2, No. 1, Juni 2022*, Hal. 56-61.