

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media sosial telah menjadi salah satu media pemasaran yang cukup efektif bahkan memiliki nilai engagement yang cukup tinggi. Instagram adalah salah satunya. Jasa paid promote merupakan layanan jasa promosi berbayar. Saat ini yang populer adalah paid promote Instagram. Owl Management sebagai marketplace freelance menyediakan jasa selebgram terpercaya yang akan membantu mempromosikan produk Online Shop menggunakan konten gambar dan caption menarik.

Gambar 1.1

Instagram Owl Management



Sumber: Instagram

Pengelola media sosial adalah seseorang yang memiliki pekerjaan mengelola dan mengoperasikan segala kegiatan administratif yang terdapat pada platform media sosial. Di era informasi seperti sekarang ini Pengelolaan media sosial menjadi komponen terpenting dalam sebuah bisnis maupun organisasi perusahaan itu sendiri. Karena kompetisi sebuah bisnis benar-benar sudah ditentukan melalui brand awareness pemirsa yang banyaknya mereka putuskan melalui perangkat media sosial yang mereka miliki.

Peluncuran Owl Management dilakukan pada Juli 2020. Tujuan peluncuran akun ini yaitu sebagai penyediaan informasi publik yang berisi mengenai informasi para member Influencer. Saat ini jumlah followers instagram OWL Management berjumlah 1200 orang dengan total member talent influencer 65 orang. OWL Management berlokasi di Jl. Ngagel Rejo Kidul no.32, Surabaya. Nama OWL Management sendiri diambil dari nama influencer Jennifer Owl.

Luttrell menyebutkan terdapat beberapa tahap yang perlu diperhatikan dalam mengelola media sosial, diantara lain adalah 1) Share (Menyebarkan), dalam hal ini komunikator harus mempunyai strategi dalam mengguna media sosial serta media sosial apa saja yang digunakan agar komunikasi dapat berjalan efektif dan efisien; 2) Optimize (Optimisasi), yakni mengoptimalkan pesan yang ingin disampaikan melalui media sosial. Hal ini dikarenakan setiap media sosial memiliki karakteristik yang berbedabeda; 3) Manage (Mengatur), yakni bagaimana komunikator mengatur media sosial dengan baik. Hal ini dikarenakan seringkali perbincangan terjadi di media sosial secara cepat. 4) Engage (Melibatkan), dalam pengelolaan media sosial, melibatkan audience dan

influencers merupakan komponen yang sangat penting dalam strategi media sosial.

Gambar 1.2
Instagram Owl Management



Sumber: Instagram

Untuk proses optimize perencanaan diawali dari promo yang dibuat melalui optimalisasi konten dengan memerhatikan aspek foto dan caption. Pada proses manage dilakukan media monitoring yang terdapat pada website-website analitik seperti pixlee dan insight Instagram, serta merespon feedback dari calon pelanggan dari follower dilakukan secara manual. Pada proses engage perencanaan

dilakukan dengan menggunakan brand influencer dan membuat konten yang atraktif agar dapat menghibur dan berinteraksi dengan followers (Satyadewi, Hafiar, Nugraha, 2017). Desain feeds Instagram bernuansa warna dominan merah muda karena melambangkan aura perempuan, karena OWL Management mengutamakan member perempuan yang mana lebih menjual di khalayak.

Untuk produk yang telah bekerja sama dengan OWL Manegement akan disimpan di highlight dengan judul nama produk tersebut, hal ini dapat berguna untuk katalog atau referensi endorsement yang telah dilakukan oleh influencer sebelumnya.

I.2. Bidang Kerja Praktik

Bidang yang diambil adalah Pengelola media sosial, yaitu mengelola dan mengoperasikan segala kegiatan administratif yang terdapat pada platform media sosial

I.3. Tujuan Kerja Praktik

Berikut adalah tujuan Kerja Praktik, diantaranya:

I.3.1. Tujuan Umum

Mampu menjadikan teori-teori yang sudah didapatkan selama perkuliahan sebagai acuan di lingkungan kerja yang nyata dan memberikan mahasiswa wawasan yang lebih luas terutama di bidang media komunikasi.

I.3.2. Tujuan Khusus

- a. Mengasah keterampilan dalam membuat konten kreatif melalui teori yang ada
- b. Melatih diri untuk menyaring informasi dan menerbitkannya dalam bentuk konten iklan

I.4. Manfaat Kerja Praktik

I.4.1. Bagi Penulis

- a. Mengetahui bagaimana profesi desain graphic
- b. Mengembangkan komunikasi melalui pekerjaan admin social media.

I.4.2. Bagi Lembaga atau Komunitas

Agar masyarakat memanfaatkan agency ini sebagai manajemen yang mengatur media promosi produknya.

I.4.3. Bagi Masyarakat

Agency ini diharapkan bisa menjadi media edukatif dan meningkatkan pengetahuan masyarakat global akan suatu brand/produk.

I.4.4. Bagi Pendidikan

Dapat dijadikan sebagai acuan atau referensi untuk mahasiswa lain yang membutuhkan untuk membuat suatu media periklanan yang sangat bermanfaat.

I.5. Tinjauan Pustaka

I.5.1 . Admin / Pengelola

1. Pengelolaan merupakan terjemahan dari kata “management”, terbawa oleh derasnya arus penambahan kata pungut ke dalam bahasa Indonesia, istilah inggris tersebut lalu di Indonesia menjadi manajemen. Manajemen berasal dari kata to manage yang artinya mengatur, pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen. Jadi manajemen itu merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang di inginkan melalui aspek-aspeknya antara lain *planning, organising, actuating, dan controlling*.

Dalam kamus Bahasa indonesia lengkap disebutkan bahwa pengelolaan adalah proses atau cara perbuatan mengelola atau proses melakukan kegiatan

tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain, proses yang membantu merumuskan kebijaksanaan dan tujuan organisasi atau proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan.

Menurut Suharsimi Arikunto pengelolaan adalah substantifa dari mengelola, sedangkan mengelola berarti suatu tindakan yang dimulai dari penyusunan data, merencana, mengorganisasikan, melaksanakan, sampai dengan pengawasan dan penilaian. Dijelaskan kemudian pengelolaan menghasilkan suatu dan sesuatu itu dapat merupakan sumber penyempurnaan dan peningkatan pengelolaan selanjutnya. Mary Parker Follet (1997) mendefinisikan pengelolaan adalah seni atau proses dalam menyelesaikan sesuatu yang terkait dengan pencapaian tujuan. Dalam penyelesaian akan sesuatu tersebut, terdapat tiga faktor yang terlibat

- Adanya penggunaan sumber daya organisasi, baik sumber daya manusia maupun faktor-faktor produksi lainnya.
- proses yang bertahap mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengimplementasian, hingga pengendalian dan pengawasan.
- Adanya seni dalam penyelesaian pekerjaan.

Pengertian desain menurut Ulrich & Eppinger (2008: 190) berdasarkan keterangan dari Industrial Designers Society of America (IDSA) adalah “layanan profesional dalam menciptakan dan mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai, dan tampilan produk dan sistem untuk saling menguntungkan antara pengguna dan produsen.

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa desain merupakan layanan yang berhubungan dengan pembuatan konsep, spesifikasi dan analisis data yang mengoptimalkan nilai dan fungsi produk untuk suatu proyek tertentu yang saling menguntungkan antara produsen dengan konsumen. Proses desain bukan hanya mengutamakan bentuk dan fungsi dari produk akan tetapi bagaimana interaksi antara produk dengan pengguna (dalam hal penggunaan). Menurut Ulrich & Eppinger (2008: 190) yang mengutip dari Drefyus (1967) menerangkan bahwa terdapat 5 tujuan penting dalam proses desain produk, antara lain :

1. Utility (Kegunaan) : Produk yang digunakan harus aman terhadap manusia, mudah pada saat pengoprasian/digunakan.
2. Appearance (Tampilan) : Bentuk yang unik dipadukan dengan garis yang tegas dan pemberian warna menjadi kesatuan yang menarik untuk produk.
3. Easy to maintenance (Kemudahan pemeliharaan) : Produk dirancang bukan hanya sebatas penggunaan saja akan tetapi harus dirancang agar mudah dalam pemeliharaan dan perbaikan.
4. Low cost (Biaya yg rendah) : Produk yang di desain harus dapat diproduksi dengan biaya yang rendah agar dapat bersaing.
5. Communication (Komunikasi) : Disain produk harus dapat mengaplikasikan nilai-nilai dari filosofi dan misi perusahaan sebagai cara mengkomunikasikan filosofi dan misi perusahaan kepada masyarakat Menurut Ulrich & Eppinger

(2008: 191) Pentingnya suatu desain pada produk harus memenuhi 2 dimensi,
yaitu: ergonomi & estetika