

Implementasi Komunikasi Digital untuk Meningkatkan *Online Engagement* Instagram @Temanbakat

Edo Ilham Gumelar*, Dedeh Fardiah

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*edoilham839@gmail.com, dedeh@unisba.ac.id

Abstract. PT.Care Indonesia Solusi, known as Friends of Talent, is a company that is focused and engaged in services and business. Friends of Talent has an Instagram account to advertise their services. The activities carried out on Instagram are interacting with Friends of Talent followers in a relaxed and relaxed. The Instagram account @temanbakat implements digital communication, one of which is regarding contains information and educational content with a role that is responsible for managing the account, namely the Social Media Specialist. The MBKM social media specialist program is carried out in several stages, namely discussing and mentoring with mentors regarding content ideas for publication, creating time table content, producing feed and story content on Instagram accounts, communicating with Instagram followers in the comments column to messages, analyzing media content. on Instagram's online engagement. The results of this study show that Instagram is a communication channel for the Friends of Talent Instagram account and its followers to build social relations and advertise the services of Friends of Talent at the national company level. Supported by social media specialists considering the importance of turning on company communication with followers through social media, namely Instagram.

Keywords: *Online Engagement, Communication Media, Implementation Digital Communication.*

Abstrak. PT.Care Indonesia Solusi yang dikenal dengan nama Teman Bakat, merupakan sebuah perusahaan yang fokus dan bergerak dibidang jasa dan bisnis. Teman Bakat memiliki akun Instagram untuk mengiklankan jasanya tersebut. Kegiatan yang dilakukan di Instagram itu yaitu melakukan interaksi dengan followers Teman Bakat dengan rileks, dan santai. Akun Instagram @temanbakat mengimplementasikan komunikasi digital salah satunya mengenai informasi dan konten-konten yang mengedukasi dengan adanya peran yang bertanggung jawab dalam mengelola akun tersebut yaitu Social Media Specialist. Pelaksanaan program MBKM social media specialist Teman Bakat dilaksanakan dengan beberapa tahap yaitu berdiskusi serta mentoring dengan mentor mengenai ide konten untuk publikasi, membuat time table content, memproduksi konten feed maupun story di akun Instagram, komunikasi dengan followers Instagram dikolom komentar hingga pesan, menganalisis konten media terhadap online engagement Instagram. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram sebagai media penyalur komunikasi terhadap akun Instagram Teman Bakat dan followersnya untuk membangun hubungan sosial dan mengiklankan jasa Teman Bakat di tingkat perusahaan nasional. Didukung adanya social media specialist mengingat pentingnya menghidupkan komunikasi perusahaan dengan followers melalui media sosial yaitu Instagram.

Kata Kunci: *Online Engagement, Media Komunikasi, Implementasi Komunikasi Digital.*

A. Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, fokus kegiatan komunikasi telah mengalami banyak pergeseran dengan adanya perkembangan teknologi. Mulai dari cara konvensional hingga beralih ke dunia digital. Media sosial adalah sebuah alat untuk mengembangkan sebuah ide atau konten yang mampu menjangkau *audience* secara cepat dengan lingkup yang sangat luas. Namun, untuk menjangkau *audience* tersebut diperlukan implementasi komunikasi yang tepat agar *audience* yang dibutuhkan meningkat.

Implementasi komunikasi adalah salah satu bentuk komunikasi yang sebelum dilakukan komunikator telah menyusun konsep demi mencapai tujuan yang diharapkan. Implementasi komunikasi pada umumnya digunakan dalam skala atau agenda yang besar, demi mencapai tujuan yang diharapkan. Komunikator harus bisa membuat komunikan paham akan informasi yang diberikan. Tercapainya tujuan yang diharapkan menjadi keberhasilan akan implementasi komunikasi yang dilakukan dengan tepat. Untuk mencapai tujuan yang diharapkan atau sekedar hanya mencapai pemahaman informasi yang disampaikan pada komunikan adalah bukan hal yang mudah, maka dari itu diperlukan penyusunan implementasi komunikasi yang harus diperhatikan secara mendetail.

Dalam penyusunan pesan untuk implementasi komunikasi diperlukan suatu perencanaan, menyusun struktur pesan, memahami komunikan dari pesan tersebut dan pelaksanaan yang akurat, jika ketiga proses tersebut dilaksanakan dengan baik, maka tidak ada alasan untuk gagalnya implementasi komunikasi tersebut.

Karena adanya perkembangan teknologi, maka komunikasi juga sudah beralih menjadi komunikasi digital. Komunikasi digital adalah proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan menggunakan media digital (R. K Anwar & Rusmana, 2017).

Implementasi komunikasi digital memiliki perbedaan dengan komunikasi konvensional, perbedaan tersebut terletak pada proses dalam membentuk, mengemas dan menyajikan pesan, dimana komunikasi digital memiliki keunggulan dalam hal kecepatan dan kemudahan. Selanjutnya dalam hal daya tarik pesan yang juga jauh lebih unggul pada komunikasi digital karena adanya fitur teknologi yang memungkinkan pesan dikemas dengan cara-cara yang unik dan menarik.

Daya tarik tinggi dari komunikasi digital menjadi dasar terbentuknya respon yang sangat besar dari penerima pesan. Besarnya respon tersebut juga dipengaruhi oleh jangkauan dari komunikasi digital yang jauh lebih luas, yang dapat mengabaikan faktor tempat dan waktu, dimana komunikator dan komunikan dapat saling berkomunikasi atau berkiriman pesan meskipun berada pada tempat yang berjauhan. Pesan dalam komunikasi digital dapat diakses oleh komunikan secara cepat dan dalam waktu yang berbeda dengan waktu penyampaian pesan oleh komunikator.

Media sosial dapat menjadi alat untuk melakukan komunikasi digital. Mike dan Young menganggap media sosial sebagai bentuk konvergensi antara komunikasi yang bersifat *personal* penggunaannya dan media publik yang berguna sebagai penyebar informasi. Menurut Boyd menyatakan bahwa media sosial merupakan sekumpulan *software* yang memungkinkan penggunaannya dapat berkomunikasi. Media sosial merupakan media yang berbentuk *user generated content (UGC)* dimana segala bentuk konten dihasilkan oleh penggunaannya bukan editor dari media sosial sebagai sebuah media (Setiadi, 2016). Media sosial dapat digunakan untuk saling berinteraksi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaannya. Salah satu media sosial yang digemari oleh masyarakat adalah Instagram.

Instagram menjadi salah satu kategori *new media* sebagai media komunikasi tentunya pada media *online*. Media komunikasi merupakan salah satu alat komunikasi manusia untuk melakukan interaksi melalui internet dimana dapat terhubung melalui jarak jauh. Dengan demikian, pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi berguna sebagai kegiatan pemasaran serta menyampaikan informasi kepada audiens atau penerima. Dari hasil data *Hootsuite* 2021 mengemukakan bahwa pengguna media sosial Instagram kini mencapai sebesar 85 juta jiwa. Adapun fitur dari Instagram sebagai alat interaksi tersebut yaitu berupa *direct message* atau mengirim pesan, membagikan story atau cerita, membagikan gambar atau video

melalui *reels*, *like*, komen dan *share*, dan lain sebagainya (Kominfo, 2018:46). Dengan adanya fitur instagram tersebut, komunikasi digital melalui *platform* instagram menjadi lebih mudah, modern dan menjangkau banyak audiens.

Teman bakat yang merupakan *online media platform* turut menggunakan media sosial instagram sebagai media untuk melakukan komunikasi digital dan memperkenalkan perusahaan mereka. Akun instagram Teman Bakat memfokuskan informasi yang diberikan untuk anak muda khususnya *millennials* yang tentunya juga hampir semuanya menggunakan media sosial khususnya instagram. Implementasi komunikasi digital pada instagram teman bakat dilakukan dengan cara menjembatani audiens untuk belajar, psikotest mengenai diri dan kesehatan mental sesuai keinginan masing-masing individu dengan cara berkomunikasi melalui *story* dan kolom komentar pada Instagram. Dengan cara itu Instagram Teman Bakat mempunyai *online engagement* yang baik. Konten instagram Teman Bakat ini lebih focus ke edukasi mengenai psikolog yang dikemas dengan berbentuk konten hiburan.

Informasi yang disampaikan juga menggunakan implementasi komunikasi digital yang baik dan tepat sehingga informasi dan interaksi pada akun instagram Teman Bakat berjalan dengan cukup baik. Dengan implementasi komunikasi digital yang sesuai dengan audiens yang diharapkan juga membuat keterlibatan secara daring (*online engagement*) akun instagram Teman Bakat juga lumayan terhitung tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari Interaksi *likes*, komentar, dan *views* akun instagram Teman Bakat yang selalu dipenuhi interaksi antar pengguna instagram dan pengelola akun instagram Teman Bakat.

B. Metodologi Penelitian

Penulis menggunakan metode pendekatan studi kasus (*case study*). Dimana menurut Nawawi (2003) mengemukakan bahwa “data studi kasus dapat diperoleh dari berbagai pihak yang bersangkutan, dengan kata lain seperti data dalam studi dikumpulkan dari berbagai sumber”. Disimpulkan bahwa studi kasus sendiri merupakan suatu penjelasan untuk mendapatkan suatu fenomena tertentu dari suatu peristiwa.

penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Menurut Patton, pendekatan studi kasus pada penelitian kualitatif menetapkan suatu cara spesifik dalam mengumpulkan, mengorganisir, dan mengumpulkan data dalam hal ini merupakan proses analisis. Tujuannya adalah guna mengumpulkan informasi sistematis, komprehensif dan mendalam mengenai setiap kasus yang diminati.

Cara yang ditempuh dalam pengumpulan data adalah melalui observasi secara langsung melalui instagram teman bakat disertai perolehan data melalui studi kepustakaan dan studi internet.

Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah konten instagram teman bakat. Subjek diartikan sebagai informan atau narasumber yang menjadi sumber data dari penelitian yaitu instagram reach teman bakat.

Objek dari penelitian ini adalah implementasi komunikasi digital yang dilakukan oleh penulis. Objek penelitian sendiri merupakan sesuatu yang ingin dikenal ataupun yang ingin diteliti dari subjek penelitian.

GAMBARAN UMUM



Teman Bakat merupakan Aplikasi yang dapat membantu menemu-kenali minat, bakat, kondisi psikologis, dan mendapatkan rekomendasi penjurusan serta bidang karir yang sesuai dengan potensi dan kemampuan diri.

Aplikasi teman bakat menyediakan *Psychological Test* untuk Berbagai jenis pemeriksaan atau tes psikologis untuk berbagai tujuan seperti penjurusan kuliah dan SMA, peningkatan karir, kondisi psikologis, kepribadian dan lainnya yang mudah diakses oleh siapapun secara cepat dan tepat dan sudah tervalidasi Psikolog, *Counseling & Coaching* untuk mengkomunikasikan permasalahan karir dan Psikologis yang kamu alami dengan para Psikolog bersertifikat untuk membantumu mengidentifikasi dan menemukan pemecahannya. Terdapat tiga jenis layanan yaitu, Konseling Psikologis, konsultasi Tematik dan Konsultasi Karir, *Psychological Upgrade* untuk menjadikan versi diri yang lebih baik dengan teknik-teknik psikologi melalui aplikasi teman bakat, *Game for Development* untuk mengasah kemampuan berpikir dan berhitung dengan menggunakan games seru yang *challenging*, *Training & Course untuk upgrade your skill or you will be left behind*, yang menyediakan berbagai training dan kursus periodik untuk belajar dan meningkatkan skill yang dapat menunjang karir dan fitur portofolio untuk menyusun rencana karir yang di impikan dengan mendapatkan saran dari psikolog untuk mengembangkan diri dan bisa menjadi CV keren yang dapat digunakan.

Implementasi Komunikasi Digital

Untuk mencapai tujuan perusahaan, perlu dilakukan implementasi komunikasi digital. Menurut W. Aryani implementasi komunikasi digital adalah salah satu bentuk komunikasi yang sebelum dilakukan, komunikator telah menyusun konsep atau kebijaksanaan demi mencapai tujuan yang diharapkan. Implementasi komunikasi digital digunakan dalam skala besar, demi mencapai tujuan yang diharapkan. Tercapainya tujuan yang diharapkan menjadi keberhasilan akan implementasi komunikasi digital yang dilakukan secara tepat. Untuk mencapai tujuan yang diharapkan merupakan bukan hal yang mudah karena bukan hanya sekedar mencapai pemahaman dari informasi yang disampaikan saja, dibutuhkan penyusunan yang harus diperhatikan secara mendetail.

Aspek penting implementasi komunikasi digital menurut A. Agya, 2022 ialah perencanaan, menyusun struktur pesan, memahami komunikasi dari pesan tersebut dan pelaksanaan yang akurat. Jika ketiga proses tersebut dilaksanakan dengan baik, maka tidak ada alasan untuk ke tidak berhasil implementasi komunikasi digital tersebut. Dalam implementasi komunikasi digital, tindak komunikasi dilakukan secara terbuka, artinya Akun Instagram Teman Bakat dapat rileks, santai, dan informal komunikasi dengan *followersnya*. Implementasi komunikasi digital pada perusahaan ini dilakukan dengan adanya *Social Media Specialist* yang digunakan untuk menjadi mentor mengenai ide konten untuk publikasi, membuat *time table content*, memproduksi *feed* maupun *story* yang berkualitas, komunikasi dengan *followers* instagram di kolom komen maupun di *direct message* dan menganalisis konten media terhadap *online engagement* Instagram. Implementasi komunikasi digital ini akan memudahkan tindak komunikasi, sebab implementasi ini efektif dalam memelihara empati dan kerja sama antara Instagram Teman Bakat dan para *followersnya*. Implementasi komunikasi digital dengan cara tersebut pula yang menjamin berlangsungnya tindakan *share*/berbagi informasi di antara para *followers* dan akun Instagram Teman Bakat untuk mencapai *online engagement* yang bagus.

Media Komunikasi

Media komunikasi menjadi salah satu sarana untuk melakukan interaksi baik memproduksi, menyampaikan, hingga menyebarkan suatu pesan atau informasi yang memiliki makna. Tentunya, dalam dunia perusahaan media komunikasi sangat berperan penting dalam menjalankan tujuannya. Sebab dengan media komunikasi itu sendiri dapat menjadi perantara untuk menyampaikan atau mengirimkan suatu informasi seperti hal nya berita dan nilai-nilai penting dalam perusahaan.

Media komunikasi digital adalah cara yang efisien, efektif, praktis, ekonomis dan penyampaian dan penerimaan pesannya cepat. Namun, dengan semua kelebihan tersebut ada juga kekurangan dari media komunikasi digital ini yaitu informasi yang diterima harus benar-

benar diteliti lagi fakta dan kebenarannya. Media komunikasi digital juga terkadang menyampaikan pesan yang tidak sesuai dengan wujud aslinya seperti warna pada barang karena faktor cahaya dan kamera yang berbeda.

Media komunikasi digital mengirim dan menerima pesan dalam bentuk data digital. Sehingga, pesan lebih rentan terkena gangguan. Namun, hal tersebut dapat dicegah dengan menggandakan pesan tersebut terlebih dahulu. Media komunikasi digital pada saat ini sudah tidak lagi menjadi media yang bersifat privasi karena banyak kaum milenial yang menggunakan media komunikasi digital melalui media sosial untuk menyampaikan informasi secara terbuka.

Media komunikasi seperti yang kita ketahui salah satunya media sosial seperti Instagram. Media sosial Instagram menjadi perantara sebagai media komunikasi perusahaan Teman Bakat untuk menggerakkan komunikasi dengan para *followers* eksternal dan internal. Maka dari itu menjadi aspek yang penting mengapa media komunikasi sangat dibutuhkan oleh perusahaan. Selain untuk membangun dan membentuk citra perusahaan (*branding*) juga berguna sebagai gerakan komunikasi untuk mempengaruhi *online engagement*.

Media Sosial

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (Juliyanti, 77-78) menyebutkan media sosial merupakan alat yang digunakan masyarakat dunia dalam sebuah aplikasi yang terhubung dengan internet. Tujuannya untuk membangun dan menyampaikan ideologi teknologi melalui web 2.0 yang memungkinkan terciptanya pertukaran setiap pengguna.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Kominfo, 2018) menyebutkan bahwa media sosial merupakan sebuah laman atau aplikasi yang memberikan pengguna untuk dapat menciptakan dan membagikan kehidupan mereka ke dalam sebuah jaringan sosial berbasis internet. Hal ini sesuai dengan pendapat Gohar F. Khan (Kominfo, 2018) yang menyebutkan bahwa secara singkat media sosial merupakan *platform* internet yang memiliki fitur membuat serta membagikan konten berupa informasi, opini, minat beragam secara informatif, opini dan minat dari penggunaannya. Sehingga suatu media sosial memberikan dampak berupa proses kegiatan transmisi yang berfokus pada *muliplier effect* atau audiens pokok.

Menurut Mangold dan Faulds (Istanto, 2020) media sosial memiliki peran dalam dunia usaha yaitu sebagai alat yang digunakan pelanggan sebagai komunikasi satu sama lain sebagai pengganti alat komunikasi dari mulut ke mulut secara tradisional. Sebagai seorang penanggungjawab perusahaan maka manajer tentunya akan dihadapkan pada sebuah pertanyaan tentang pengelolaan dan wujud pemanfaatan sebuah organisasi baik berupa jasa atau barang yang ditawarkan. Meskipun dalam kegiatannya suatu perusahaan tidak dapat mengontrol apa yang diinginkan oleh konsumen maka secara inisiatif perusahaan akan memberikan kebaharuan yang di dasarkan pada survei media sosial tentang perilaku konsumen.

Media sosial memberikan daya tarik tersendiri dengan kemudahan dan keistimewaannya yang dimiliki sesuai dengan kategorinya, termasuk instagram. Instagram sebagai salah satu media sosial kategori jaringan sosial dengan fitur terbaru dan kenyamanan penggunaannya membuat instagram menjadi pilihan diantara media sosial lainnya karena instagram digemari banyak penggunaannya.

Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis android yang memungkinkan penggunaannya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk Instagram sendiri (Ferlitasari, 2018). Instagram saat ini merupakan salah satu media sosial yang saat ini diminati oleh banyak orang terlebih generasi muda saat ini sebagai wadah sosialita mereka melalui dunia digital. Dampak dari kemajuan teknologi kemudian memberikan kemudahan kepada pengguna media sosial dalam hal berinteraksi, kita dapat menjangkau lebih luas relasi tanpa harus memberikan tenaga lebih untuk bertemu secara langsung, sehingga kemudahan inilah yang menjadi sebuah kelebihan dalam menggunakan media sosial, salah satunya Instagram.

Seiring dengan terus berkembangnya dan berinovasi media sosial yang ada, seperti instagram, whatsapp, twitter, facebook, dan sebagainya, maka penggunaan instagram pun perlahan bergeser yang awalnya sebagai media interaksi sosial dunia maya menjadi media edukasi dan promosi dari perusahaan yang berjalan. melalui fitur-fiturnya yang menarik dan memberikan nilai lebih terhadap sebuah konten yang dimuat di instagram, maka semakin banyak pula pengguna media sosial yang tertarik dan kemudian lebih aktif di instagram. hal inilah yang menjadi salah satu alasan untuk sebuah bisnis memasarkan produk dan jasanya di instagram karena pasar penggunaannya yang besar ditambah dengan kelebihan yang dimiliki instagram melalui fitur-fiturnya dalam membuat sebuah konten.

Adanya fitur *followers*, *story*, *reels*, *feeds*, *highlight* dan *hashtag* dalam Instagram yang memberikan sebuah ketertarikan tersendiri diantara media sosial lainnya, sehingga Instagram bisa dibilang masih menjadi pilihan utama sebagai media sosial mayoritas pengguna media sosial.

Teori Media Baru Mcquail

Media baru merupakan salah satu media massa dimana merupakan teknologi informasi yang berkembang begitu cepat. Dengan begitu media baru menjadi salah satu implementasi media massa untuk mencakup teknologi informasi. Salah satu Teori Komunikasi Massa media baru menurut McQuail dalam buku “Teori Komunikasi Massa” mengemukakan bahwa Media Baru atau New Media merupakan berbagai suatu perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama, yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi.

Media merupakan alat komunikasi yang sifatnya lebih diarahkan pada massa, sehingga apa yang ditampilkan dapat diakses oleh ribuan orang. Terdapat media cetak dan media elektronik, juga terdapat media lama dan media baru. Perbedaan media lama dan media baru adalah media baru sudah tidak lagi menggunakan media yang dicetak dan lebih menggunakan model penyiaran yang memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak dan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayahan dari modernitas, menyediakan kontak global secara instan dan memasukkan subjek modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjarangan.

Bidang Pendidikan, dalam bidang ini sangat memudahkan bagi pelajar maupun pengajar dalam mendapatkan materi yang di inginkan. Dapat melalui *search engine* kita bisa mendapatkan segala informasi, atau dengan fasilitas *E-book*, fasilitas email juga bisa membantu dalam proses mengerjakan tugas atau saling tukar informasi.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini memiliki fokus pembahasan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa saja program implementasi komunikasi digital untuk meningkatkan *online engagement* instagram teman bakat.
2. Untuk mengetahui bagaimana peningkatan *online engagement* instagram teman bakat setelah implementasi komunikasi digital.

Dari uraian tersebut, maka peneliti akan menginterpretasi hasil program magang MBKM mengenai implementasi komunikasi digital untuk meningkatkan *engagement online* instagram teman bakat. Sesuai dengan kemampuan penulis, penulis akan menjabarkan hasil program Magang MBKM secara rinci mengenai implementasi komunikasi digital untuk meningkatkan *online engagement* instagram teman bakat. Penulis terlibat secara langsung untuk projek-projek konten instagram teman bakat.

Dalam mengimplementasikan komunikasi digital pada instagram teman bakat, penulis mengerjakan 2 program untuk meningkatkan *engagement online* pada instagram teman bakat. Program tersebut adalah mengerjakan *content management* lewat *time table content* dan memproduksi konten.

Mengerjakan Content Management Lewat Time Table Content

Dalam melaksanakan proyek yang sudah ditentukan, penulis menjadi seorang pemimpin dalam proses *brainstorming* yaitu dalam pembuatan konten. Salah satu program implementasi komunikasi digital pada Instagram teman bakat adalah dengan mengerjakan *content management* lewat *time table content*. *Time table* konten itu sendiri bertujuan untuk memudahkan serta dapat lebih mempersiapkan konten apa saja yang harus diproduksi, diolah, serta konten yang layak untuk dipublikasi. Dalam mengimplementasikan komunikasi digital disini disesuaikan dengan aturan perusahaan terhadap media sosial itu sendiri, dimana postingan yang siap dipublikasi harus mengandung atau berkaitan dengan gaya komunikasi teman bakat yang rileks, santai dan informal dalam berkomunikasi dengan *followers*.

Hasil dari *time table* konten ini, tentunya menjadi salah satu peran penting bagi penulis dalam mengetahui konten apa saja yang layak dan sudah dipublikasi lewat akun Instagram Teman Bakat. *Time table content* ini penulis menghasilkan setidaknya kurang lebih empat bulan dalam memproduksi konten lewat *time table content*. Adapun kendala dalam menghasilkan sebuah *time table content*, dimana pastinya mengalami kegagalan dalam produksi konten hingga mundur atau maju dalam memposting karena timbulnya postingan mendadak seperti *repost* wajib dari Teman Bakat itu sendiri. Berikut hasil *time table content* yang sudah diproduksi oleh penulis dalam memenuhi proyek.

Produksi Konten

Selain mengerjakan *time table content*, dalam mengimplementasikan komunikasi digital penulis juga tentunya menjadi *project leader* sebagai produksi konten untuk Teman Bakat. Berbagai konten tersebut tentunya berupa visual maupun audio visual. Mengenai produksi konten itu sendiri, penulis menggunakan *software* pendukung seperti Canva hingga aplikasi *editing video* VN. Dengan bentuk pendukung tersebut dapat membantu penulis dalam memproduksi berbagai konten. Berikut beberapa lampiran pekerjaan penulis dalam melakukan produksi konten untuk Instagram @Temanbakat :

1. Canva
Penulis menggunakan Canva untuk memudahkan dalam mengerjakan produksi konten berupa gambar yang memang pada dasarnya tidak bergerak atau bukan berbentuk video. Contoh konten-konten yang dibuat dengan Canva
2. VN Editing Video
Sedangkan untuk konten yang berisi video, penulis menggunakan aplikasi VN *Editing Video* untuk memproduksi konten pada Instagram teman bakat. Contoh konten yang dibuat dengan VN *Editing Video*

Terkait produksi pembuatan konten, penulis membuat konten yang tentunya masih berkaitan dengan memproduksi konten hiburan. Konten hiburan ini menjadi salah satu strategi penulis dalam menaikkan *engagement* ataupun *insight*. Karena konten hiburan yang sudah dipublikasi akan menarik audiens atau *followers* untuk turut ikut berinteraksi dengan kolom komentar ataupun *likes*.

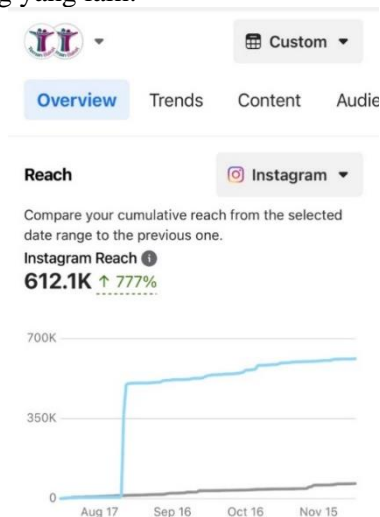
Selain itu, tentunya penulis mengerjakan konten tidak hanya memanfaatkan fitur Instagram melalui *feeds* saja tetapi penulis memanfaatkan fitur lainnya seperti cerita Instagram. Konten untuk cerita Instagram sendiri seperti *quiz* hingga menggunakan *template question & answer*.

Peningkatan Online Engagement Instagram Teman Bakat Setelah Melakukan Program untuk Mengimplementasikan Komunikasi Digital

Dalam dunia media sosial, *engagement* sendiri sangat berperan penting untuk mengetahui performa dari media sosial tersebut. *engagement* merupakan salah satu alat ukur dimana disebut juga dengan matriks dasar yang berfungsi untuk media sosial dalam mengetahui kinerja dari hasil konten atau informasi yang sudah dipublikasi. Peran penulis sebagai *Social Media Specialist* juga yaitu harus mengetahui *engagement* dari akun media sosial yang dikelola yaitu akun @temanbakat.

Penulis mulai mengelola akun Instagram @temanbakat dari bulan Agustus sampai November 2022, akun Instagram @temanbakat menghasilkan *engagement* dengan total 777% dengan rata-rata kurang lebih 70 *comments* dan 350 *likes* per-post.

Berikut merupakan capaian *engagement* instagram teman bakat setelah dikelola oleh penulis bersama peserta magang yang lain:



Dengan melihat data tersebut, dapat dilihat bahwa *online engagement* instagram teman bakat terus meningkat setiap bulannya ketika instagram teman bakat dikelola oleh penulis atau peserta magang MBKM. Sehingga, implementasi komunikasi digital melalui program dan strategi yang dibuat oleh penulis sebagai *social media specialist* dapat dikatakan berhasil untuk meningkatkan *online engagement* instagram teman bakat.

Postingan tersebut menjadi salah satu postingan ter populer pada bulan Desember 2022 dan merupakan salah satu penyebab peningkatan *engagement* bisa naik begitu cepat, karena menghasilkan komentar sebanyak kurang lebih 50 *Comments*, 3.234 *Likes* dan 127rb *Views* tersebut tentunya berasal dari audiens/*followers* Instagram @temanbakat.

Dengan melihat diagram *reach* dari instagram teman bakat dan kenaikan *views*, *like* dan *comment* tentunya implementasi komunikasi digital melalui program *time table content* dan memproduksi konten hiburan yang sedang tren dan bermanfaat bagi *followers* dapat dikatakan berhasil untuk meningkatkan *online engagement* instagram teman bakat.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Dari segi pengembangan ilmu pengetahuan penulis menyarankan ke depannya para peneliti dan praktisi ilmu komunikasi bisa mengembangkan teori media baru milik McQuail yang disesuaikan dengan kondisi dan situasi yang terjadi pada media baru saat ini. Media sosial sebagai pokok bahasan penulis dalam tulisan ini merupakan bagian dari media massa baru yang memiliki dampak signifikan terhadap perubahan pola perilaku dan penerapan nilai di masyarakat. Hal ini penulis simpulkan melalui program magang yang sudah dijalankan oleh penulis. Terlihat bahwa Instagram sebagai media penyalur komunikasi internal dan eksternal memiliki posisi yang krusial untuk membangun hubungan sosial. Penulis merekomendasikan ke depannya akan lebih banyak akademisi di bidang ilmu komunikasi yang mengkaji efektivitas media sosial sebagai media baru penggerak massa, pembangun relasi dan hubungan sosial, serta bentuk komunikasi massa yang memberikan kesempatan baru untuk berkomunikasi langsung dengan khalayak walaupun dapat menimbulkan risiko seperti berkembangnya informasi negatif karena komunikasi menjadi lebih personal dan dapat berlangsung tanpa perantara.
2. Kedua, dari implementasi komunikasi digital dengan menggunakan program *time table*

content dan produksi konten juga bermanfaat untuk meningkatkan *online engagement* instagram teman bakat. Dengan *time table content* perusahaan dapat merencanakan, mengatur jadwal posting dan bertukar ide untuk konten yang menarik dan bermanfaat, sedangkan melalui produksi konten yang bermanfaat dan sesuai dengan apa yang direncanakan, konten yang telah terupload dapat di pantau untuk melihat apakah konten tersebut memberikan feedback yang baik untuk perusahaan dan meningkatkan *online engagement* perusahaan.

3. kebutuhan pelanggan untuk adaptif pada setiap peluang. Namun Teman Bakat sebagai perusahaan juga harus mampu membangun kualitas komunikasi nonmedia yang baik.
4. Kesimpulan yang dapat diambil adalah implementasi komunikasi digital dengan program *time table content* dan produksi konten yang sudah dirancang sangat berpengaruh untuk *online engagement* perusahaan. Implementasi komunikasi digital dan strategi yang sudah dirancang harus diikuti dengan realisasi yang memadai dari segi penyesuaian komunikasi di media massa baru maupun komunikasi nonmedia lainnya.

Dari segi organisasi yang diteliti, penulis memberikan rekomendasi kepada Teman Bakat untuk meningkatkan kualitas *social media specialist* dan saling memberikan *feedback* terhadap *followers*. Hal ini direkomendasikan oleh penulis mengingat pentingnya posisi tersebut untuk menghidupkan komunikasi perusahaan melalui media baru yakni media sosial Instagram

1. Meningkatkan produktifitas akun instagram Teman Bakat untuk mewujudkan visi dan misi membantu menemukan bakat dan potensi.
2. Membuat sebuah event training yang bertujuan untuk melatih calon-calon *social media specialist* baik dari kalangan akademisi kampus maupun bukan untuk mampu mengelola citra perusahaan dan membangun komunikasi dengan para pekerja Teman Bakat.

Daftar Pustaka

- [1] Adinda Sabilla, Mohamad Subur Drajat. Hubungan Celebrity Endorser dengan Keputusan Pembelian Halosnap.Id di Media Sosial Instagram. J Ris Public Relations [Internet]. 2023 Jul 17;61–8. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/2024>
- [2] Agya, A. (2022). Implementasi Komunikasi Perusahaan di Era Digital: Studi Analisis Pada Portal Website Amarnya.com. *Jurnal IAIN Langsa* .
- [3] Brealy, Myers, & Marcus. (2006). Ilmu Komunikasi. (Bob Sabran, Penerbit Erlangga). Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- [4] Cermati.com. (2016, September 26). *Cermati.com*. Diambil kembali dari Cermati.com Web site: <http://www.cermati.com/artikel/mengenal-berbagai-macam-cara-untuk-membuat-kalender-konten/>
- [5] Devi, N. J., & Artini, L. S. (2019). Konsep Komunikasi Digital. *E-Jurnal Komunikasi*.
- [6] Devi, N. P. (2019). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi. *E-Jurnal BSI*.
- [7] Dwita, V., & Rahmidani, R. (2012). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi dalam Strategi Pemasaran Studi Kasus Objek Wisata Ledok Sambi Eco Playground dalam Menarik Minat Pengunjung Sebelum Pandemi Covid-19 dan Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021. *Dokumen Space UII*.
- [8] Firdausi, F. (2017). Konvergensi Media Online. *E-jurnal LPP Munsera*.
- [9] Ichwani, T., & Dewi, R. S. (2021). Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Teknik ITS*.
- [10] Kusuma, G. I., Suhadak, & Arifin, Z. (2013). Penerapan Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Teknik ITS*.
- [11] Listiani, S. (2019). Penguatan Online Engagement dengan Konten Digital Produk Melalui Workshop Foto Produk dan Media Promosi Digital pada Kelompok UMKM Wonoayu Sidoarjo. *Journals UPI YAI*.

- [12] Mahilo, M. B., & Parengkuan, T. (2015). Pembuatan Konten dan Editor untuk Instagram dan Youtube @Banggasurabaya “Gerakan Mencuci Tangan” di Humas Pemerintahan Kota Surabaya. *Repository Universitas Dinamika*.
- [13] Nidianti, P. I. (2013). Pembuatan Kalender Konten dengan Google Sheet dan Template Unggahan sebagai Upaya Pengakuan Media Sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar. *Jurnal UII*.
- [14] Novianti, A. (2009). Produksi Konten Visual dan Audio Visual Media Sosial Lembaga Sensor Film. *Digital Library Universitas Indonesia*.
- [15] Rachmansyah MR, Palapah MAO. Promosi Concept Store melalui Media Sosial. *J Ris Public Relations* [Internet]. 2023 Jul 17;7-14. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/1798>
- [16] Ramadhan BR, Gartanti WT. Strategi Komunikasi Pemasaran Bengkel Kulit Melalui Instagram. *J Ris Public Relations* [Internet]. 2022 Jul 6;47-52. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/886>