

Perancangan dan Implementasi Social Media Management untuk BPR Kepri Bintan

Jerri Phua¹, 1. Heru Wijayanto Aripadono, S.Kom., M.M.²

Universitas Internasional Batam

email: 2131105.jerri@uib.edu, heru.wijayanto@uib.edu

Abstrak

Artikel ini melaporkan kegiatan pengabdian masyarakat berupa magang di PT BPR Kepri Bintan untuk mengembangkan strategi manajemen media sosial yang efektif. Tujuannya adalah meningkatkan brand awareness dan interaksi dengan pelanggan melalui platform media sosial. Metode implementasi menggunakan Agile Scrum, meliputi tahap persiapan, pelaksanaan, evaluasi, dan penyesuaian. Luaran meliputi dokumen strategi media sosial yang komprehensif, mencakup penciptaan konten, pengelolaan kampanye iklan, analisis data, interaksi pelanggan, serta peningkatan citra merek dan loyalitas. Pengembangan strategi ini membantu perusahaan meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pengguna di media sosial, yang merupakan indikator positif bahwa konten yang dibuat relevan dan menarik bagi audiens. Kesimpulannya, strategi media sosial yang diterapkan terbukti efektif dalam mencapai tujuan perusahaan. Rekomendasi pengembangan meliputi pemantauan data berkelanjutan, eksplorasi metode keterlibatan baru, perluasan ke platform lain, dan kolaborasi dengan influencer.

Kata Kunci: Manajemen media sosial, brand awareness, keterlibatan pelanggan

Abstract

This article reports on community service activities in the form of an internship at PT BPR Kepri Bintan to develop an effective social media management strategy. The goal is to increase brand awareness and customer engagement through social media platforms. The implementation method uses Agile Scrum, including the preparation, execution, evaluation, and adjustment stages. The outputs include a comprehensive social media strategy document, covering content creation, ad campaign management, data analysis, customer interaction, as well as brand image and loyalty improvement. The development of this strategy helps the company increase visibility and user engagement on social media, which is a positive indicator that the content created is relevant and attractive to the audience. In conclusion, the implemented social media strategy has proven effective in achieving the company's goals. Development recommendations include ongoing data monitoring, exploration of new engagement methods, expansion to other platforms, and collaboration with influencers.

Keywords: social media management, brand awareness, customer engagement

PENDAHULUAN

PT BPR Kepri Bintan adalah lembaga keuangan yang bergerak di sektor perbankan, khususnya pada sektor Mikro. Berdiri pada 22 Oktober 2008, bank ini memiliki komitmen untuk bekerja secara

profesional dengan menjunjung tinggi etika perbankan. Dengan manajemen yang solid dan berhati-hati dalam hal keuangan, PT BPR Kepri Bintan menawarkan produk berkualitas dan pelayanan terbaik kepada nasabahnya.

295 Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro)

<http://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro>

Program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM) merupakan program yang diluncurkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemdikbud) pada awal tahun 2020 melalui beberapa peraturan. Tujuan diluncurkannya program ini adalah memberikan kesempatan kepada para mahasiswa di perguruan tinggi agar dapat meraih pengalaman di luar kegiatan perkuliahan. Dengan adanya program ini mahasiswa dapat belajar dan mengembangkan berbagai keterampilan melalui aktivitas di luar kelas perkuliahan. Program MBKM ini sangat penting untuk mempersiapkan mahasiswa agar siap menghadapi dunia kerja yang semakin kompetitif dan menuntut berbagai keterampilan tambahan di luar pengetahuan akademis[1].

PT BPR Kepri Bintang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk berkontribusi dalam mengembangkan strategi media sosial perusahaan guna meningkatkan brand awareness dan interaksi dengan pelanggan[2]. Dengan mengikuti kegiatan magang tersebut, mahasiswa dapat menimba pengalaman sebagai Social Media Manager pada Pengembangan Strategi Media Sosial di PT BPR Kepri Bintang. Pengalaman ini akan sangat berharga bagi mahasiswa untuk memahami bagaimana mengelola media sosial secara profesional dalam konteks bisnis nyata. Mereka akan belajar bagaimana merencanakan dan melaksanakan strategi yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan engagement dengan pelanggan.

Fokus utama dalam kegiatan ini adalah pengembangan dan eksekusi strategi media sosial yang efektif, yang melibatkan penciptaan konten menarik, pengelolaan kampanye iklan, dan analisis data untuk mengevaluasi performa. Mahasiswa akan belajar bagaimana membuat konten yang relevan dan menarik bagi target audiens,

serta bagaimana mengoptimalkan kampanye iklan di berbagai platform media sosial. Mereka juga akan mempelajari cara menganalisis data untuk memahami performa konten dan kampanye, serta bagaimana menggunakan wawasan tersebut untuk terus memperbaiki strategi. Luaran yang dihasilkan oleh kegiatan magang ini diharapkan mampu membantu PT BPR Kepri Bintang untuk meningkatkan kehadiran online serta dapat menarik dan mempertahankan pelanggan dengan lebih baik. Dengan strategi media sosial yang lebih kuat dan terarah, bank ini dapat memperluas jangkauannya, membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan, dan pada akhirnya meningkatkan bisnis secara keseluruhan[3].

METODE PENELITIAN

Teknik Pengumpulan Data Dalam rangka memperoleh informasi yang diperlukan untuk mengembangkan strategi media sosial yang efektif di PT BPR Kepri Bintang, teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

1. Wawancara

Melakukan interaksi langsung dengan tim pemasaran PT BPR Kepri Bintang untuk memahami kebutuhan spesifik perusahaan dalam hal pemasaran digital dan media sosial. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi mendalam tentang target audiens, tujuan pemasaran, dan tantangan yang dihadapi. Dengan pemahaman yang komprehensif ini, strategi media sosial yang dikembangkan akan lebih terarah dan efektif[4].

2. Survei

Melakukan interaksi langsung dengan audiens dengan cara melakukan polling atau kuisisioner lewat Instagram Story. Survei ini memungkinkan untuk mendapatkan umpan balik langsung dari pengikut media sosial PT BPR Kepri Bintang mengenai preferensi konten, minat, dan kebutuhan mereka. Data yang

dikumpulkan dari survei akan menjadi landasan dalam merancang konten yang relevan dan menarik bagi audiens.



Gambar 2. Contoh Polling Pada Instagram Story

3. Analisis Data

Memfaatkan data historis dari akun media sosial PT BPR Kepri Bintang untuk mengevaluasi performa konten sebelumnya, termasuk tingkat engagement (interaksi) dan konversi. Dengan menganalisis metrik seperti jumlah likes, komentar, share, dan klik pada tautan, dapat diidentifikasi jenis konten yang paling efektif dalam menarik minat audiens. Analisis data juga membantu dalam mengoptimalkan waktu posting dan frekuensi untuk memaksimalkan jangkauan dan keterlibatan.

Pendekatan ini memungkinkan untuk melakukan penyesuaian secara iteratif berdasarkan umpan balik dan perubahan kebutuhan, sehingga strategi media sosial yang dikembangkan tetap relevan dan efektif. Selain itu, metode ini juga mendorong kolaborasi yang erat antara Social Media Manager dan tim pemasaran, memastikan keselarasan dengan tujuan bisnis secara keseluruhan.

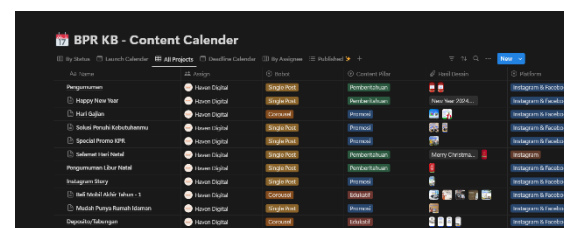
Dengan menggabungkan teknik pengumpulan data yang komprehensif dan proses perancangan yang fleksibel, pengembangan strategi media social di PT BPR Kepri Bintang diharapkan dapat menghasilkan hasil yang optimal dan sesuai

dengan kebutuhan perusahaan dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Luaran pada kegiatan magang yang dirancang penulis yaitu dokumen strategi media sosial yang komprehensif untuk PT BPR Kepri Bintang. Perancangan strategi media sosial tersebut dijelaskan lebih dalam sebagai berikut.

1. Konten Kalender



Gambar 1. Konten Kalender di Notion

Gambar 1 menampilkan konten kalender untuk PT BPR Kepri Bintang di Notion. memperlihatkan bagaimana PT BPR Kepri Bintang mengatur strategi konten media sosial menggunakan alat manajemen proyek Notion. Ini memberikan wawasan tentang proses perencanaan kampanye pemasaran digital mereka.

2. Format Konten

Perancangan konten akan dibuat ke berbagai format dan tema :



Gambar 2.1 Konten Instagram Feeds

Feed Instagram adalah katalog utama yang menampilkan produk atau layanan Anda



dengan berbagai informasi dan penawaran menarik bagi pengguna.

Gambar 2.2 Konten Instagram Story

Fitur untuk membuat konten yang hanya tampil 24 jam sebelum menghilang. Biasanya digunakan untuk berbagi momen sehari-hari dan update dengan pengikut. Memanfaatkan stiker, polling, QnA, dan fitur interaktif lainnya untuk meningkatkan keterlibatan.



Gambar 2.3 Konten Instagram Reels

Fitur untuk membuat video pendek hingga 60 detik dengan musik, efek, dan fitur kreatif lainnya. PT BPR Kepri Bintang menggunakannya untuk konten promosi, edukasi, dan ucapan selamat kepada nasabah[5].

SIMPULAN

PT BPR Kepri Bintang adalah lembaga keuangan di sektor perbankan Mikro yang berdiri pada 22 Oktober 2008, menghadapi tantangan dalam meningkatkan brand awareness dan interaksi pelanggan melalui media sosial. Untuk mengatasinya, kegiatan magang dilaksanakan dengan tujuan mengembangkan strategi manajemen media sosial yang efektif.

Mahasiswa merancang dan mengimplementasikan strategi komprehensif, meliputi penciptaan konten, pengelolaan kampanye iklan, analisis data, interaksi pelanggan, serta peningkatan citra merek dan loyalitas. Hasilnya, visibilitas dan keterlibatan pengguna di media sosial meningkat, menunjukkan efektivitas strategi dalam mencapai tujuan perusahaan.

Keberhasilan ini membuktikan bagaimana penerapan strategi media sosial yang tepat dapat memberikan solusi praktis dan efektif untuk tantangan pemasaran. Rekomendasi pengembangan lebih lanjut mencakup pemantauan data berkelanjutan, eksplorasi metode keterlibatan baru, perluasan ke platform lain, dan kolaborasi dengan influencer.

UCAPAN TERIMAKASIH

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada PT BPR Kepri Bintang atas dukungan dan kesempatan yang diberikan selama pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada Pak Riau selaku Direktur, Pak Derick selaku Person in Charge yang membimbing saya dan Ibu Yessy atas kerjasamanya. Selain itu, saya berterima kasih kepada seluruh karyawan PT BPR Kepri Bintang yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan manuskrip ini. Terima kasih juga kepada Universitas Internasional Batam dan dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan dukungan selama penelitian ini berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ruth Katarina, “PERAN DIGITAL MARKETING DALAM MEDIA SOSIAL MONITORING PT TRIBUN DIGITAL ONLINE,” 2021.
- [2] R. Usman and W. Marta, “EFEKTIVITAS PERANCANGAN STRATEGI SOCIAL MEDIA BRANDING SEBAGAI PROMOSI DALAM PENINGKATAN PENJUALAN CAFÉ TIRTASARI, PAUH, KOTA PADANG,” 2023. [Online]. Available: <https://rcf-indonesia.org/jurnal/index.php/bangsa>
- [3] Vania Regita Lailia and Jojok Dwiridotjahjono, “Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma,” *Jurnal of Management and Social Sciences*, vol. 1, no. 2, pp. 01–10, Apr. 2023, doi: 10.59031/jmsc.v1i2.161.
- [4] Novindya Shifa Savira, “LAPORAN KERJA PRAKTIK PERANCANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEKARVES,” 2021.
- [5] Indana Nazulfa, “PERANCANGAN STRATEGI DIGITAL MARKETING MELALUI,” 2023.