

BAB III

Permasalahan Perusahaan

3.1 Analisa Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan

Seperti yang diketahui Seksi Penkum Bidang Intelijen memiliki tugas dan tanggung jawab untuk membantu Kejaksaan Tinggi Lampung dalam bidang intelijen. Kegiatan utama Seksi Penkum Bidang Intelijen bertujuan untuk memastikan bahwa Kejaksaan Tinggi Lampung memiliki intelijen yang akurat, dapat dipertanggungjawabkan.

Penkum juga bertugas untuk menyediakan informasi tentang hukum dan kebijakan publik yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab Kejaksaan Tinggi Lampung kepada masyarakat.

Penkum berperan dalam menyampaikan informasi yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab Kejaksaan Tinggi Lampung seperti penanganan kasus pidana, penegakan hukum, kebijakan hukum, serta informasi lainnya yang relevan dengan tugas dan tanggung jawab Kejaksaan Tinggi Lampung.

Tugas Puspenkum Kejaksaan Tinggi Lampung meliputi:

1. Menyediakan informasi publik yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab Kejaksaan Tinggi Lampung kepada masyarakat.
2. Menyampaikan informasi mengenai program dan kegiatan Kejaksaan Tinggi Lampung kepada masyarakat.
3. Mempublikasikan informasi mengenai hukum dan kebijakan publik yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab Kejaksaan Tinggi Lampung.
4. Menangani hubungan dengan media massa dalam memberikan informasi dan penjelasan mengenai tugas dan tanggung jawab Kejaksaan Tinggi Lampung.
5. Mengkoordinasikan kegiatan sosialisasi hukum dan peningkatan pengetahuan hukum bagi masyarakat.

Untuk menjalankan tugas-tugas di atas, peran aplikasi social media sangat di butuhkan untuk menerbitkan informasi publik yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab Kejaksaan Tinggi Lampung kepada masyarakat.

Akun social media yang dimiliki Kejaksaan Tinggi Lampung adalah : *Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan Tiktok.*

Semua akun social media di atas digunakan Kejaksaan Tinggi Lampung untuk memposting kegiatan-kegiatan dan berita yang berkaitan dengan kejaksaan di seluruh lampung. Tujuan dari penggunaan social media ini adalah untuk memberitakan semua kegiatan yang telah dilakukan oleh Kejaksaan Tinggi Lampung, media social juga ini digunakan untuk memposting berita dari berbagai media tentang kejaksaan yang terjadi di sekitar lampung

Penggunaan *Socialmedia* ini sangat lah penting bagi Kejaksaan Tinggi Lampung untuk memberitakan hasil kerja dari semua kegitan kepada masyarakat sekitar dan juga Mempublikasikan informasi mengenai hukum, kebijakan publik yang berkaitan dengan tugas Kejaksaan Tinggi Lampung.

Namun Pengelolaan media sosial Kejati Bandar Lampung masih belum efektif karena hanya dikelola oleh satu orang. Hal ini menimbulkan beberapa masalah, di antaranya:

3.1.1. Temuan Masalah

1. Tidak adanya pemberitahuan mengenai pengumuman penting terkait Kejati Bandar Lampung kepada masyarakat melalui media sosial.
2. Kurangnya interaksi dengan pengguna media sosial Kejati Bandar Lampung karena kurangnya tenaga pengelola.
3. Tidak maksimalnya pengelolaan konten media sosial Kejati Bandar Lampung.

3.1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan temuan masalah di atas, maka permasalahan pengelolaan media sosial Kejati Bandar Lampung adalah:

1. Bagaimana meningkatkan pengelolaan media sosial Kejati Bandar Lampung agar dapat memberikan pemberitahuan penting terkait Kejati Bandar Lampung kepada masyarakat secara efektif?
2. Bagaimana meningkatkan interaksi dengan pengguna media sosial Kejati Bandar Lampung?
3. Bagaimana meningkatkan kualitas pengelolaan konten media sosial Kejati Bandar Lampung?

3.1.3. Kerangka Pemecahan Masalah

Untuk mengatasi masalah pengelolaan media sosial Kejati Bandar Lampung, langkah-langkah yang akan diambil adalah:

1. Merekrut tenaga pengelola media sosial untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan media sosial Kejati Bandar Lampung.
2. Menyediakan waktu khusus untuk berinteraksi dengan pengguna media sosial Kejati Bandar Lampung, misalnya dengan mengadakan live chat.
3. Menggunakan jasa aplikasi Hootsuite untuk meningkatkan kualitas pengelolaan konten media sosial Kejati Bandar Lampung.

3.2. Landasan Teori

3.2.1 Pengukuran Kinerja Media Sosial.

Pengukuran kinerja media sosial adalah suatu pendekatan untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi penggunaan media sosial oleh suatu organisasi atau perusahaan dalam mencapai tujuan bisnisnya. Metode ini adalah hal penting yang harus dilakukan oleh perusahaan atau organisasi untuk memastikan efektivitas kampanye media sosial mereka dalam era digital saat ini, media sosial menjadi alat penting untuk memperluas jangkauan audiens

Ada beberapa metrik yang dapat digunakan dalam pengukuran kinerja media sosial, antara lain:

1. Jumlah pengikut (*follower*) dan interaksi (*engagement*) - metrik ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh yang dimiliki oleh akun media sosial.
2. Konversi - metrik ini digunakan untuk mengukur seberapa efektif sebuah kampanye pemasaran dalam mengubah pengguna media sosial menjadi pelanggan.
3. Jangkauan (*reach*) - metrik ini digunakan untuk mengukur seberapa banyak orang yang dapat terpapar dengan konten media sosial yang dibagikan.
4. Sentimen - metrik ini digunakan untuk mengukur apakah tanggapan dari pengguna media sosial terhadap konten yang dibagikan bersifat positif atau negatif.

Selain itu, terdapat pula beberapa teknik pengukuran kinerja media sosial yang dapat digunakan, seperti *social media analytics*, *social media monitoring*, dan *social media listening*.

Dalam *social media analytics*, data dari media sosial diolah menjadi informasi yang dapat digunakan untuk memperbaiki strategi pemasaran.

Sedangkan pada *social media monitoring* dan *social media listening*, data dari media sosial diawasi dan dianalisis secara *real-time* untuk mendapatkan informasi mengenai tren dan persepsi yang berkaitan dengan merek atau produk. Pengukuran kinerja media sosial harus dilakukan secara konsisten dan terus-menerus, sehingga perusahaan dapat mengetahui kinerja kampanye pemasaran digital yang dilakukan dan mengambil tindakan perbaikan yang tepat. Selain itu, penting untuk mengintegrasikan pengukuran kinerja media sosial dengan strategi pemasaran yang ada agar dapat mencapai tujuan bisnis yang diinginkan. (Naimah & Hidayati, 2020)

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengukuran kinerja media sosial merupakan hal yang sangat penting dalam strategi pemasaran digital. Dengan menggunakan metrik dan teknik pengukuran kinerja media sosial yang tepat, perusahaan dapat memperbaiki strategi pemasaran yang dilakukan dan mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

3.2.2 Manajemen Media Sosial

Manajemen media sosial adalah kumpulan konsep, strategi, dan praktik yang digunakan untuk mengelola media sosial dengan tujuan mencapai tujuan bisnis suatu organisasi. Hal ini meliputi pengelolaan konten, interaksi dengan pengguna, analisis kinerja, pengelolaan krisis, dan lain sebagainya.

Manajemen media sosial adalah salah satu aspek penting dalam pemasaran digital pada saat ini. terdapat beberapa artikel dan penelitian yang membahas tentang manajemen media sosial, di antaranya:

1. Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi dalam Manajemen Krisis. Penelitian ini membahas tentang bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai alat komunikasi dalam manajemen krisis di perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen media sosial dapat membantu perusahaan untuk memberikan informasi secara cepat dan tepat kepada publik selama krisis. (Susanti, 2019)
2. Strategi Manajemen Media Sosial dalam Meningkatkan Citra Merek. Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi manajemen media sosial dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan citra merek di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan konten visual yang menarik, konsistensi pesan, dan interaksi dengan pengguna dapat membantu perusahaan dalam membangun citra merek yang positif di media sosial. (Nurhayati & Putri, 2019)
3. Pengukuran Kinerja Media Sosial dengan *Social Media Analytics*. Artikel ini membahas tentang bagaimana pengukuran kinerja media sosial dapat dilakukan dengan menggunakan *social media analytics*. Metode ini dapat membantu perusahaan dalam mengukur efektivitas kampanye atau strategi media sosial dengan menganalisis data dan statistik dari penggunaan media sosial (Fahmi, 2020)

Dari ketiga sumber di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen media sosial sangat penting dalam pemasaran digital pada saat ini. Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi dalam manajemen krisis, strategi manajemen media sosial dalam meningkatkan citra merek, dan pengukuran kinerja media sosial dengan *social media analytics* merupakan beberapa aspek penting dalam manajemen media sosial yang perlu diperhatikan oleh perusahaan.

Tujuan utama dari manajemen media sosial adalah untuk meningkatkan engagement dan awareness dari pengguna media sosial terhadap suatu brand atau organisasi. Pengelolaan media sosial dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satunya adalah dengan menggunakan aplikasi pengelola media sosial seperti *Hootsuite*.

3.2.3 Pengertian Hootsuite

Hootsuite adalah sebuah aplikasi yang dapat membantu mempermudah pengelolaan berbagai media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan sebagainya.

Hootsuite adalah platform manajemen media sosial yang didirikan pada tahun 2008 oleh sekelompok pengusaha dan pengembang web di Vancouver, Kanada. Ide untuk Hootsuite berasal dari kebutuhan untuk mempermudah manajemen akun media sosial yang berbeda dalam satu tempat, serta memungkinkan untuk mengelola posting dan analisis yang terkait dengan akun tersebut. Pada awalnya, Hootsuite dikenal sebagai platform Twitter yang bernama BrightKit, tetapi kemudian berkembang menjadi platform manajemen media sosial yang mencakup banyak platform sosial media seperti Facebook, Instagram, dan LinkedIn.

Sejak diluncurkan pada tahun 2008, Hootsuite telah tumbuh menjadi salah satu platform manajemen media sosial terbesar di dunia, dengan lebih dari 18 juta pengguna dan kantor di berbagai negara, termasuk Kanada, Amerika Serikat, Inggris, dan Singapura. Hootsuite juga telah memenangkan beberapa penghargaan, termasuk penghargaan "*Best Social Media Management Tool*" di *The Shorty Awards* pada tahun 2016.

3.3. Metode yang digunakan

Dalam melaksanakan program kerja praktik ini, penulis menggunakan metode studi literatur dan observasi. Berikut adalah penjelasan lebih detail mengenai kedua metode tersebut:

3.3.1 Studi Literatur

Studi literatur adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari berbagai sumber yang berkaitan dengan topik penelitian. Penulis melakukan studi literatur untuk memperoleh informasi terkait dengan kejaksaan tinggi Lampung dan bidang intelejen yang menjadi fokus program kerja praktik ini. Sumber-sumber yang digunakan dalam studi literatur ini antara lain buku, jurnal, laporan, dan dokumen-dokumen lain yang terkait.

3.3.2 Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Penulis melakukan observasi langsung di kejaksaan tinggi Lampung pada bagian intelejen untuk memperoleh informasi dan data yang diperlukan terkait dengan pelaksanaan tugas di bidang intelejen. Data yang diperoleh dari observasi ini meliputi proses kerja, prosedur, serta peran dan fungsi masing-masing anggota intelejen dalam menjalankan tugasnya. Dengan menggabungkan kedua metode tersebut, penulis berharap dapat memperoleh informasi yang lebih komprehensif terkait dengan tugas dan fungsi

kejaksaan tinggi Lampung pada bagian intelejen serta permasalahan-permasalahan yang dihadapi.

3.4. Rancangan Program yang akan dibuat

Rancangan program yang akan dibuat adalah penerapan *aplikasi Hootsuite* untuk mengelola media sosial Kejati Bandar Lampung. *Aplikasi Hootsuite* akan membantu mempermudah pengelolaan berbagai media sosial Kejati Bandar Lampung dan meningkatkan interaksi dengan pengguna media sosial. Selain itu, akan dilakukan perekrutan tenaga pengelola media sosial untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan media sosial Kejati Bandar Lampung. Adapun rincian program yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan penggunaan aplikasi Hootsuite untuk pengelola media sosial Kejati Bandar Lampung.
2. Pemilihan kandidat yang akan direkrut sebagai tenaga pengelola media sosial Kejati Bandar Lampung.
3. Pembuatan panduan penggunaan media sosial Kejati Bandar Lampung, termasuk pedoman penulisan konten yang baik dan benar.
4. Penugasan tugas dan tanggung jawab bagi tenaga pengelola media sosial Kejati Bandar Lampung.
5. Monitoring dan evaluasi kinerja tenaga pengelola media sosial Kejati Bandar Lampung.

Dengan penerapan aplikasi Hootsuite dan perekrutan tenaga pengelola media sosial yang memadai, diharapkan efektivitas pengelolaan media sosial Kejati Bandar Lampung akan meningkat dan mampu memberikan layanan yang lebih baik kepada masyarakat.