

BAB III

PERMASALAHAN PERUSAHAAN

3.1 Analisa Permasalahan Yang Dihadapi Perusahaan

Dalam upaya untuk meningkatkan eksistensi media sosial Direktorat Humas, Kerjasama, Pemasaran, dan RPL IIB Darmajaya, beberapa permasalahan utama muncul yang perlu diatasi.

a. Perencanaan Konten Pemasaran

Keterbatasan Waktu dan Sumber Daya, Direktorat Humas sering menghadapi kendala dalam mengalokasikan waktu dan sumber daya yang cukup untuk merancang strategi konten yang menyeluruh. Hal ini menyebabkan penundaan dalam pembuatan jadwal posting yang efektif dan kesulitan dalam memilih tema yang tepat.

Kesesuaian Tema dengan Tren Terkini, Menjaga agar tema konten selalu relevan dengan tren media sosial terbaru seringkali menjadi tantangan. Adaptasi yang lambat terhadap perubahan tren dapat membuat konten kurang menarik dan tidak efektif dalam menarik perhatian audiens.

b. Pembuatan dan Pengelolaan Konten

Kualitas Konten, Memastikan konsistensi dan kualitas konten yang diproduksi sering menjadi masalah. Konten yang tidak memenuhi standar kualitas dari segi visual atau naratif dapat mengurangi daya tarik dan efektivitas di media sosial.

Keterbatasan Kreativitas dan Inovasi, Proses pembuatan konten seringkali kekurangan ide segar, mengakibatkan konten yang monoton dan kurang inovatif. Keterbatasan ini menghambat kemampuan untuk menarik perhatian audiens secara efektif.

Proses Pengeditan, Pengeditan konten yang tidak konsisten atau tidak sesuai dengan standar dapat mempengaruhi kualitas akhir dari konten yang dipublikasikan. Proses ini memerlukan perhatian detail dan waktu yang sering kali terbatas.

c. Penyusunan Laporan dan Dokumentasi

Kelengkapan Data dan Analisis, Kesulitan dalam mengumpulkan data yang komprehensif dan menganalisis hasil kampanye secara akurat sering menyebabkan laporan yang tidak informatif. Tanpa data yang tepat, rekomendasi yang diberikan menjadi kurang relevan dan berguna.

Dokumentasi Proses, Dokumentasi proses pembuatan konten seringkali kurang detail, menghambat pemahaman tentang bagaimana konten dikembangkan dan diimplementasikan, serta menyulitkan evaluasi dan perbaikan di masa depan.

3.1.1 Temuan Masalah

a. Perencanaan Konten Pemasaran

Keterbatasan waktu dan sumber daya menghambat pembuatan strategi konten yang efektif dan pemilihan tema yang relevan serta mengikuti tren terkini juga berdampak pada efektivitas konten.

b. Pembuatan dan Pengelolaan Konten

Kualitas konten sering tidak konsisten, dan kurangnya kreativitas serta inovasi membuat konten menjadi monoton. Proses pengeditan yang tidak memadai mempengaruhi kualitas akhir dari konten yang dipublikasikan.

c. Penyusunan Laporan dan Dokumentasi

Data yang tidak lengkap dan analisis yang terbatas mengakibatkan laporan yang kurang informatif. Penyajian laporan yang kurang baik dan dokumentasi proses yang tidak detail menyulitkan evaluasi dan pengambilan keputusan.

3.1.2 Strategi Pemecahan Masalah

a. Perencanaan Konten Pemasaran

- Content Calendar

implementasikan content calendar untuk merencanakan jadwal posting secara terstruktur. Content calendar memungkinkan tim untuk mengalokasikan waktu dan sumber daya secara efisien, memastikan tema konten relevan dengan tren terkini dan audiens target.

2. Pembuatan dan Pengelolaan Konten

- Copywriting

Kembangkan panduan copywriting yang mencakup standar gaya, tone, dan pesan yang konsisten untuk semua konten. Hal ini membantu menjaga kualitas konten dan meningkatkan daya tarik serta efektivitasnya.

- Inovasi Konten

Adakan sesi brainstorming secara berkala untuk menghasilkan ide-ide konten baru. Libatkan tim kreatif untuk menghasilkan konten yang inovatif dan menarik, dan pertimbangkan penggunaan alat bantu desain untuk meningkatkan kualitas visual.

- Jadwal Pengeditan

Tetapkan jadwal pengeditan yang teratur dengan menggunakan checklist pengeditan untuk memastikan semua konten memenuhi standar kualitas sebelum dipublikasikan.

3. Penyusunan Laporan dan Dokumentasi

- Rekap Link Drive

Buat dan kelola drive berbasis cloud untuk menyimpan dan mengatur semua dokumentasi dan laporan terkait. Gunakan sistem penamaan yang konsisten dan folder yang terstruktur untuk memudahkan akses dan referensi.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, diharapkan Direktorat Humas dapat mengatasi masalah yang dihadapi dan meningkatkan efektivitas dalam perencanaan, pembuatan, dan pelaporan konten pemasaran media sosial.

3.2 Landasan Teori

Dalam menganalisis permasalahan, teori-teori berikut akan digunakan sebagai dasar untuk memahami fungsi dan peran Direktorat Humas, Kerjasama, Pemasaran, dan RPL (Rekognisi Pembelajaran Lampau) di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.

- Teori Komunikasi Organisasi

Teori komunikasi organisasi menekankan pentingnya komunikasi yang efektif dalam membangun citra institusi dan memperkuat hubungan dengan publik. Menurut Miller (2005) dalam bukunya, *"Organizational Communication: Approaches and Processes,"* komunikasi yang efektif dalam organisasi berkontribusi pada pembentukan citra positif dan pencapaian tujuan organisasi

- Teori Manajemen Pemasaran

Teori manajemen pemasaran berfokus pada penerapan strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai sasaran institusi. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan dalam buku mereka *"Marketing Management"* bahwa strategi pemasaran yang baik melibatkan segmentasi pasar, penetapan target audiens, dan pengembangan posisi merek untuk menarik dan mempertahankan pelanggan

3.3 Metode Yang Digunakan

Metode pembuatan content calendar dimulai dengan merancang kalender terperinci yang mencakup jadwal posting konten di berbagai platform media sosial. Kalender ini memungkinkan tim untuk memvisualisasikan jadwal konten secara keseluruhan, mengalokasikan waktu dan sumber daya secara efisien, serta memastikan bahwa konten yang diproduksi relevan dan tepat waktu. Dalam metode pembuatan copywriting, langkah pertama adalah mengembangkan panduan copywriting yang mencakup standar gaya, tone, dan pesan yang konsisten untuk semua konten. Panduan ini berfungsi sebagai referensi untuk memastikan bahwa setiap teks yang ditulis sesuai dengan identitas merek dan tujuan komunikasi. Setiap dokumen dan laporan diunggah ke drive ini, memastikan bahwa informasi selalu tersedia dan mudah diakses oleh tim yang membutuhkan. Dengan sistem ini, tim dapat mengelola dokumentasi dengan lebih efisien, mengurangi risiko kehilangan informasi, dan mempermudah kolaborasi antar anggota tim.

Dengan menerapkan metode-metode ini, Direktorat Humas dapat meningkatkan efisiensi dalam perencanaan, pembuatan, dan pengelolaan konten pemasaran, serta memastikan bahwa semua dokumentasi tertata rapi dan mudah diakses.