

EFEKTIVITAS SOSIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI DI BBPP LEMBANG

Hana Nurfalah

Pendidikan Sistem Teknologi dan Informasi, Universitas Pendidikan Indonesia, Jl. Veteran No.8, Nagri Kaler, Kec.
Purwakarta, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat 41115
Alamat e-mail Hanannr@upi.edu

Abstrak

Media sosial atau sosial media adalah platform digital yang memfasilitasi penggunaannya untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video dan merupakan platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaannya. Instagram merupakan salah satu media untuk menyebarkan informasi dan sebagai media yang digunakan untuk promosi. Di dalam artikel ini akan membahas tentang keefektifan media sosial sebagai media informasi dan promosi di BBPP Lembang. Metode penelitian yang digunakan yaitu studi literatur dan observasi selama 40 hari di BBPP Lembang. Hasil dari studi literatur dan observasi adalah pembuatan desain yang efektif dan menarik untuk digunakan di platform instagram BBPP Lembang.

Kata Kunci: Media Sosial, Efektif, Instagram

Abstract

Social media or social media is a digital platform that facilitates its users to communicate with each other or share content in the form of writing, photos, videos and is a digital platform that provides facilities for carrying out social activities for each of its users. Instagram is a medium for disseminating information and as a medium used for promotion. In this article, we will discuss the effectiveness of social media as a medium of information and promotion at BBPP Lembang. The research method used was literature study and observation for 40 days at BBPP Lembang. The results of the literature study and observation are the creation of an effective and attractive design for use on the Lembang BBPP Instagram platform.

Keyword : Social Media, Effective, Instagram

PENDAHULUAN

Laporan We Are Social mengungkapkan bahwa jumlah pengguna aktif sosial media di Indonesia pada Januari 2022 tumbuh sebesar 12,35% dari tahun lalu. Lebih tepatnya jumlah pengguna aktif media sosial pada awal 2022 adalah sebanyak 191 juta orang. Jenis sosial media tentunya beragam, ada Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, YouTube dan lain-lain. Diantara banyaknya macam sosial media, tentu ada perbedaan-perbedaan yang menjadi keunggulan sosial media tersebut. Semisal, YouTube dikenal sebagai media yang menyiarkan berbagai macam video yang ada di seluruh dunia, begitupun dengan sosial media lainnya. Tetapi, ada satu media sosial yang paling banyak digunakan sebagai sarana pertukaran informasi dan sebagai media promosi suatu produk atau perusahaan. Sosial media tersebut adalah Instagram, yang merupakan media sosial untuk berbagi foto, video, dan pesan. Saat ini banyak sekali orang yang menggunakan Instagram untuk promosi jualan, karena Instagram memiliki insight paling tinggi diantara yang lain (Sari & Basit, 2020).

Balai Besar Pelatihan Pertanian (BBPP) Lembang seringkali memberikan informasi maupun promosi terkait kegiatan-kegiatan pelatihan yang dilakukan di BBPP Lembang. Tetapi, justru saat melakukan survey terkait informasi yang diperoleh oleh peserta pelatihan pertanian mengenai pelatihan yang akan dilaksanakan di BBPP Lembang justru didapatkan melalui surat undangan. Ini dibuktikan dengan dilakukannya survey terhadap peserta pelatihan dan 80% diantaranya menjawab bahwa informasi yang didapatkan tidak melalui media sosial, melainkan dari surat undangan. Peneliti menjadikan hal ini sebuah permasalahan dikarenakan sosial media @bbpplembang dirasa kurang menarik dan inovatif. Tampilan yang ada di feeds Instagram @bbpplembang ini masih bisa dibidang tidak konsisten dan tidak adanya unsur branding. Maka dari itu, peneliti ingin membantu BBPP Lembang dalam mengelola website agar lebih efektif dan informatif. Terlebih, dari BBPP Lembang sendiri sering mengadakan promosi terkait pelatihan yang akan dilaksanakan disana.

METODE

Objek dari penelitian ini adalah efektivitas sosial media sebagai media promosi dan informasi pada akun Instagram @bbpplembang. Metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Dalam metode kualitatif penelitian ini menggunakan Teknik survey dan observasi. Teknik survey yang dilakukan dengan mengumpulkan data dari responden yang jumlahnya banyak dengan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner yang diberikan berupa link google form yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan judul penelitian. Metode kualitatif melalui observasi di BBPP Lembang selama 40 hari, BBPP Lembang ini terletak di Bandung Bagian Barat, tepatnya di Jl. Kayu Ambon No. 82 Lembang. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja dikarenakan BBPP Lembang ini merupakan instansi pemerintah yang bergerak di bidang pertanian. Kegiatan ini dilaksanakan sejak tanggal 02 Juli 2022 hingga tanggal 04 September 2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN

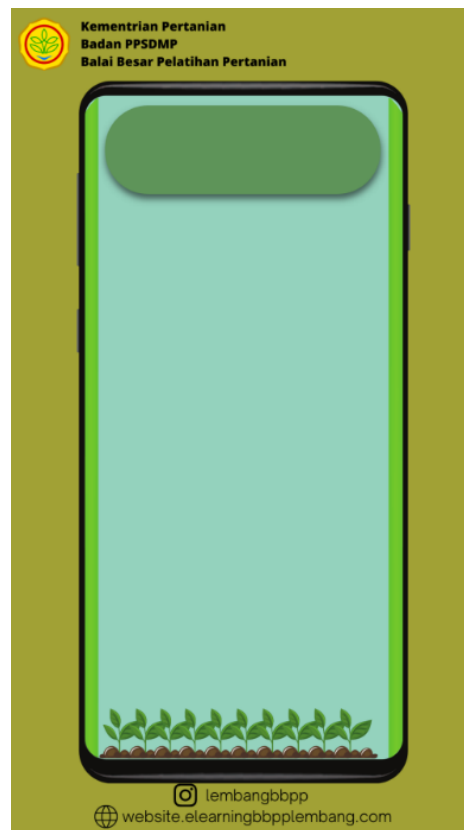
Ketika melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh pembimbing, tentunya melakukan observasi perihal lingkungan sekitar dan mencari berbagai permasalahan-permasalahan yang terjadi di BBPP Lembang. Beberapa permasalahan yang ditemukan yaitu pencatatan data absensi sebelum diakumulasikan kedalam aplikasi masih manual, data kepegawaian masih berupa hard file sehingga di ruangan terdapat banyak map-map yang belum tentu terpakai atau tidak, kemudian yang paling digaris bawahi yaitu, sosial media instagram sebagai sumber informasi dan promosi pelatihan yang dilakukan oleh BBPP Lembang masih kurang menarik. Media sosial atau sosial media adalah platform digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling berkomunikasi atau membagikan

konten berupa tulisan, foto, video dan merupakan platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Di sosial media salah satunya instagram @bbpplembang dari segi desain feeds, story, maupun reels masih terbilang tidak tertata rapih seperti dibawah ini :



Gambar 1. Feeds BBPP Lembang

Solusi yang diajukan dalam permasalahan sosial media yang salah satunya instagram ialah dengan membuat tampilan desain yang lebih menarik agar siapapun yang melihat media informasi itu dapat lebih tertarik.



Gambar 2. Desain Insta Story Instagram

Diatas merupakan contoh desain insta story instagram yang menarik dan jelas. Mengapa demikian, karena terdapat informasi oleh instansi apa, dan terdapat pop up untuk mengisi nama kegiatannya, dan terdapat informasi seputar instagram dan website. Ini memudahkan viewer lebih mengenali identitas dari pembuat instastory



Gambar 3. Contoh Desain Feeds Instagram

Diatas merupakan contoh desain feeds instagram agar lebih menarik dan memudahkan viewer dalam memahami isi konten tersebut. Terdapat perpaduan warna yang menarik dan pas, kemudian informasi yang disampaikan menarik dan tidak banyak memakan teks. Sosial media sangat mempengaruhi dalam media promosi maupun edukasi (Purbohastuti, 2017). Karena sosial media dapat dijangkau oleh siapapun dan dimanapun. Untuk itu, tampilan konten yang akan ditampilkan di sosial media haruslah menarik agar siapapun yang melihat tertarik akan isi konten tersebut. Dan ini pula berpeluang banyaknya orang yang akan melihat isi konten.

SIMPULAN

Tampilan pada media sosial sangat berpengaruh dalam penyampaian informasi melalui pamflet di Instagram. Saat ini, Instagram merupakan sosial media terbanyak penggunanya. Maka dari itu, banyak sekali orang yang menggunakan aplikasi Instagram untuk menawarkan produ-produk yang mereka punya atau sekedar menyampaikan informasi. Di akun Instagram BBPP Lembang ini masih harus terus dilakukan pengembangan terkait desain feeds yang akan ditayangkan di Instagram guna menambah followers, peminat, dan peserta pelatihan di BBPP Lembang yang awalnya hanya mengetahui program pelatihan pada surat undangan saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Herlina, N., & Lubis, E. E. (2017). *Efektivitas Komunikasi Akun Instagram@ Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Krisnawati, D. (2018). Peran perkembangan teknologi digital pada strategi pemasaran dan jalur distribusi UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 69-74.
- Muharam, M., & Persada, A. G. (2020). Implementasi Penggunaan Website Sebagai Media Informasi dan Promosi Guna Meningkatkan Jangkauan Pasar (Studi Kasus: Desa Sumberejo). *AUTOMATA*, 1(2).
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13-27.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi. *PERSEPSI: Communication Journal*, 3(1), 23-36.