

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Jakarana Tama adalah perusahaan terkemuka yang bergerak di sektor industri makanan, dan minuman, dengan fokus khusus pada produksi mie instan, bumbu, produk makanan kaleng, dan teh. Selama bertahun-tahun, perusahaan ini telah berhasil membangun reputasi yang kuat di pasar dengan produk-produknya yang berkualitas tinggi dan inovatif.

Sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka, PT Jakarana Tama memiliki beberapa akun media sosial yang diutamakan, seperti Gaga Food.id, Gaga 100 Extra Pedas, dan Gaga Indonesia Mie Goreng Original. Platform utama yang digunakan untuk aktivitas media sosial ini adalah Instagram, yang dipilih karena kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas dan interaktif.

Namun, meskipun telah mencapai kesuksesan signifikan dengan produk-produknya, PT Jakarana Tama masih menghadapi tantangan dalam memanfaatkan platform media sosial, terutama Instagram, untuk memaksimalkan konten Instagram. Salah satu masalah utama yang dihadapi adalah pada akun Instagram Gaga 100 Extra Pedas, kurangnya produksi konten membuat akun tersebut belum optimal kurang lebih produksi kontennya 24 konten perbulannya. Jenis konten yang dihasilkan masih terbatas, sehingga belum mampu menarik perhatian audiens secara maksimal.

Melihat tantangan ini, laporan proyek akhir berjudul “Pengembangan Konten Media Sosial untuk Gaga 100 Extra Pedas” disusun dengan tujuan meningkatkan daya tarik dan meningkatkan jumlah konten yang diunggah pada akun Instagram Gaga 100 Extra Pedas. PT Jakarana Tama diharapkan dapat memperluas audiens, memperkuat citra merek, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Melalui penyajian konten yang menarik dengan jumlah yang banyak, perusahaan dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan konsumen dan audiens, serta memperkuat posisi mereka di pasar.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana PT Jakarana Tama dapat mengatasi tantangan kurangnya produksi konten di Instagram untuk akun Gaga 100 Extra Pedas, sehingga dapat memaksimalkan potensi pemasaran dan branding melalui pengembangan strategi konten media sosial.

1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah konten yang diunggah pada akun Instagram Gaga 100 Extra Pedas.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dari pengerjaan proyek akhir ini sebagai berikut :

1. Lingkup Perusahaan dan Produk : Fokus pada PT Jakarana Tama dan produk spesifik mereka, yaitu Gaga 100 Extra Pedas, di platform Instagram. Laporan ini tidak mencakup produk lain atau platform media sosial selain Instagram.
2. Tantangan Konten : Terbatas pada masalah kurangnya produksi konten yang optimal di akun Instagram Gaga 100 Extra Pedas. Tidak membahas masalah produksi atau distribusi fisik produk.
3. Desain dan Jumlah Konten : Berkaitan dengan desain konten visual (poster, video Reels) dan peningkatan jumlah konten dalam pengunggahan, serta cara ini mempengaruhi daya tarik dan interaksi dengan audiens.
4. Tujuan Pemasaran dan Branding : Bertujuan untuk memperluas audiens, memperkuat citra merek, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen melalui strategi konten yang disajikan.
5. Tidak Termasuk Aspek Teknis IT : Tidak membahas masalah teknis platform Instagram atau infrastruktur IT yang mendasarinya, kecuali jika hal itu secara langsung mempengaruhi produksi dan presentasi konten.

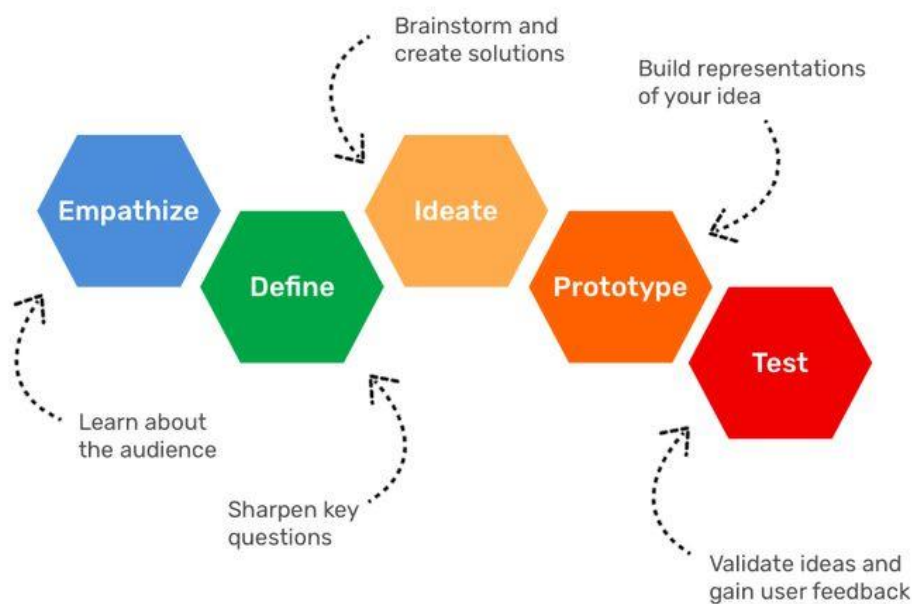
1.5 Definisi Operasional

1. Aktivitas di platform Instagram diukur berdasarkan jumlah postingan yang diunggah secara teratur setiap minggu. Metode pengukuran yang digunakan adalah dengan menghitung rata-rata jumlah posting perbulan.
2. Interaksi dan keterlibatan konsumen diukur melalui tingkat respons yang diterima, termasuk jumlah likes, komentar, dan shares pada setiap posting. Metode pengukuran mencakup pencatatan dan evaluasi jumlah respons tersebut per posting, serta perhitungan rata-rata interaksi per posting dalam satu bulan.
3. Jenis konten yang efektif di Instagram dianalisis berdasarkan preferensi pengguna dalam interaksi dengan berbagai jenis konten seperti gambar produk, dan testimoni pelanggan. Metode pengukuran yang digunakan adalah analisis statistik terhadap kinerja konten berdasarkan metrik interaksi yang relevan.

4. Implementasi dan pengukuran hasil strategi konten dilakukan dengan membandingkan data sebelum dan setelah penerapan strategi baru. Parameter evaluasi mencakup pertumbuhan jumlah pengikut, peningkatan rata-rata interaksi per posting, dan analisis umpan balik dari konsumen terhadap perubahan strategi yang diimplementasikan.

1.6 Metode Pengerjaan

Metodologi pengerjaan yang diterapkan dalam penelitian ini didasarkan pada pendekatan design thinking, yang dikenal karena pendekatannya yang holistik dan terfokus pada pengguna. Pendekatan ini mengacu pada serangkaian tahapan iteratif yang dimulai dengan pemahaman yang mendalam tentang masalah yang dihadapi pengguna, diikuti dengan eksplorasi kreatif, pembuatan prototipe, dan pengujian iteratif. Metode ini memiliki lima tahapan seperti yang tertera pada gambar 1 yaitu, empathize, define, ideate, prototype, testing. dapat dilihat pada gambar 1-1.



Gambar 1-1 Metode Pengerjaan *Brainstorm*

1.7 Jadwal Pengerjaan

Warna pada jadwal pengerjaan merepresentasikan warna tahapan design thinking pada gambar 1-1. Seperti yang sudah tertera pada tabel 1-1 dan 1-2, jadwal pengerjaan dilakukan secara repetitif dalam satu bulan. Perancangan, produksi, dan publikasi dilakukan setiap bulan karena dalam satu bulan konten yang telah dirancang akan publikasi.

Tabel 1-1 Jadwal Pelaksanaan Magang 5 Bulan Pertama

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan																										
		Agustus			September				Oktober				November				Desember				Januari							
		M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4				
1	Desain Poster	■	■	■					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2	Shooting				■	■			■	■	■	■	■	■	■	■					■	■	■	■	■	■	■	■
3	Editing			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					■	■	■	■	■	■	■	■	
4	Revisi			■				■	■	■						■	■			■	■			■	■	■	■	

Tabel 1-2 Jadwal Pelaksanaan Magang 5 Bulan Terakhir

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan																							
		Februari				Maret				April				Mei				Juni							
		M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4				
1	Desain Poster	■	■	■	■	■	■	■	■					■	■	■	■	■	■	■	■				
2	Shooting	■	■	■	■	■	■	■	■			■		■	■	■	■					■	■	■	■
3	Editing		■	■	■					■	■	■	■	■	■	■	■					■	■	■	■
4	Revisi			■	■					■	■					■	■					■	■	■	■