

PERAN SOSIAL MEDIA DALAM PERKEMBANGAN KOMUNIKASI DIGITAL DI TSOT

¹Tata Rahayu, ² Teddy Insani Fi Syabilillah, ³Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

teddyinsani@gmail.com

Abstract

The rapid development of technology greatly affects the way of marketing in a business. Technology with the help of social media makes it very easy for a business to market their business. One of the most popular media now is Instagram, where there are many features available in the application. The main function of Instagram is to be able to upload activities in the form of photos and videos. Social media marketing aims at branding a business, so that it is known by many people. By building a positive image on social media, you can remind the value of the company. TSOT or The Survival Outbound Team is a service business that uses Instagram social media as a tool for marketing. However, Instagram social media accounts @tsotoutbound less active in branding their business, due to the lack of human resources in managing social media. This research uses qualitative methods, where data is obtained by conducting in-depth interviews. In this study, the authors found the right way to use social media marketing properly. The use of good social media is very helpful for a business in improving the image and value of the company.

Keywords: Social Media, Marketing, Instagram, TSOT or The Survival Outbound Team

Abstrak

Perkembangan teknologi yang semakin pesat sangat mempengaruhi cara pemasaran dalam suatu usaha. Teknologi dengan dibantu media sosial sangat mempermudah suatu usaha untuk memasarkan usaha mereka. Salah satu media yang sangat populer sekarang adalah Instagram, yang dimana banyak sekali fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi tersebut. fungsi utama Instagram adalah dapat mengunggah kegiatan berupa foto maupun video. *Social media marketing* bertujuan *branding* suatu usaha, agar dikenal oleh banyak orang. Dengan membangun citra yang positif di media sosial dapat meningkatkan nilai perusahaan. TSOT atau The Survival Outbound Team suatu usaha jasa yang menggunakan media sosial Instagram sebagai alat untuk pemasaran. Akan tetapi akun media sosial Instagram @tsotoutbound kurang aktif dalam membranding usahanya, karena kurangnya sumber daya manusia dalam mengelola media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang dimana data yang didapatkan dengan melakukan wawancara mendalam. Dalam penelitian ini penulis menemukan cara yang tepat untuk menggunakan media sosial marketing dengan benar. Penggunaan media sosial yang baik sangat membantu suatu usaha dalam meningkatkan citra dan nilai perusahaan.

Kata Kunci: Sosial media, Marketing, Instagram, TSOT atau The Survival Outbound Team

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang semakin meningkat dan canggih, secara tidak langsung sangat membantu manusia untuk berinteraksi atau berkomunikasi dengan mudah. Dalam kehidupan sehari-hari mereka bisa melakukan apapun tanpa batas, waktu, jarak dan keterbatasan sarana. Dengan berkembangnya teknologi yang menciptakan beberapa media atau alat yang memudahkan manusia melakukan segala hal dengan mudah, media sosial merupakan salah satu media yang saat ini sangat digemari oleh semua kalangan. Media sosial adalah label bagi teknologi digital yang memungkinkan orang untuk berhubungan, berinteraksi, memproduksi, dan berbagi isi pesan, (B.K. Lewis, 2010). Sosial media adalah istilah yang tidak hanya mencakup berbagai platform Media Baru tetapi juga menyiratkan dimasukkannya sistem seperti FriendFeed, Facebook, dan lain-lain yang pada umumnya

dianggap sebagai jejaring sosial. Idenya adalah bahwa berbagai platform media yang memiliki komponen sosial dan sebagai media komunikasi public, (Mark Hopkins 2008).

Komunikasi digital merupakan suatu proses memelihara, mempertahankan, dan mengubah suatu tujuan untuk memastikan arah yang dituju sesuai dengan norma. Menurut James A.F. Stoner adalah suatu proses dimana seseorang mencoba mengirimkan pesan kepada orang lain untuk menawarkan pengetahuan dan informasi. Sosial media dapat dijadikan sebagai sarana atau media untuk kebutuhan usaha, seperti yang diketahui zaman sekarang ini sosial media sangat banyak penggunanya. Aplikasi-aplikasi yang diciptakan juga sangat membantu untuk pemasaran suatu usaha, dimana platform seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan lain-lain saat ini memudahkan seorang public relation untuk mempromosikan usaha mereka. menurut Soemanagara (dalam Frebriani & Dewi, 2018, hlm. 3) komunikasi pemasaran atau marketing communication merupakan bentuk komunikasi yang ditujukan untuk memperkuat startegi pemasaran guna meraih pasar yang luas. Sedangkan menurut Delozier (dalam Prayitno & Harjanto, 2017, hlm. 31) komunikasi pemasaran adalah proses mempresentasikan suatu rancangan yang terintegrasi untuk pasar tertentu, melalui penekanan pada penumbuhan keinginan khalayak sebagai bentuk tanggap dalam pasar yang dituju, menyusun saluran komunikasi untuk penerimaan pesan, menginterpretasikan, dan bertindak sesuai pesan yang disampaikan melalui modifikasi penampilan pesan produk atau perusahaan, dan mengidentifikasi peluang-peluang komunikasi baru.

Di Indonesia cukup banyak Perusahaan yang bergerak dalam pelayanan usaha jasa *outbound* salah satunya ialah TSOT Outbound. Akan tetapi sangat disayangkan banyak Perusahaan yang bergerak dalam pelayanan jasa *outbound* yang mengabaikan peran sosial media dalam media pemasaran. Perusahaan penyedia jasa *outbound* selama ini biasanya menggunakan Teknik pemasaran mulut ke mulut atau biasa disebut *Word of Mouth (WOM)*, *WOM* merupakan pemasaran yang dipicu oleh pengalaman pelanggan kemudian disebarkan antar individu yang dapat meningkatkan kepercayaan dan mampu memengaruhi keputusan pembelian. Namun pada era saat ini, teknik pemasaran WOM terbilang kuno dan kurang efektif apabila tidak didampingi dengan penggunaan sosial media dalam memasarkan usaha jasa *outbound* mereka. Permasalahan utama pada komunikasi marketing ialah saluran komunikasi yang dapat digunakan dalam profram pemasaran. Sosial media Instagram merupakan salah satu *platform* sosial media yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk dapat melakukan berbagai kegiatan promosi dan memasarkan jasa/produknya kepada calon kinsmen.

Peran sosial media dalam perkembangan komunikasi marketing merupakan hal yang saling berkaitan, yang dimana sosial media memiliki peran sebagai alat yang membantu suatu usaha agar lebih dikenal oleh public. Usaha jasa TSOT atau The Survival Outbount Team merupakan usaha yang berjalan dibidang pelatihan sumber daya manusia dan pelayanan jasa tours, Lokasi TSOT Outbound sendiri berada di Lebaksari, Dayurejo, Kecamatan Prigen, Pasuruan, Jawa Timur. Pemasaran Usaha Jasa TSOT saat ini dibantu oleh platform media sosial untuk mengenalkan usaha mereka. Namun, permasalahan dalam usaha jasa TSOT ini adalah kurangnya branding dalam media sosial. Akun media sosial TSOT outbount terkadang tidak aktif dalam memasarkan usaha mereka, lantaran sumber daya manusia masih kurang untuk mengelola akun media sosial mereka. TSOT sendiri memiliki akun platfrom seperti, Instagram dan Tiktok. Berdasarkan data pengunjung instansi yang menggunakan jasa TSOT Outbound dari bulan Oktober sampai dengan bulan Desember, instansi yang menggunakan jasa TSOT Outbound berasal dari daerah Jawa Timur saja. Maka dari itu salahsatu peran dari sosial media ialah memasarkan jasa TSOT Outbound kepada khalayak publik dan dapat menjangkau pasar diluar daerah Jawa Timur.

Tujuan dari penelitian ini adalah membantu agar usaha jasa TSOT atau The Survival Outbount Team menjadi lebih baik lagi dalam hal memasarkan usaha mereka. Dimana

nantinya usaha mereka bisa dikenal oleh banyak orang dengan pandangan citra perusahaan yang baik dan usaha ini bisa dipercaya untuk membantu perkembangan perilaku seorang siswa-siswi untuk masa depan. Ide-ide yang kreatif dan inovatif sangat dibutuhkan dalam komunikasi pemasaran, seperti diketahui pengguna media sosial saat ini sangat banyak dan tentunya target pemasarannya adalah semua kalangan. Fitur-fitur yang disajikan oleh media sosial harus bisa dimanfaatkan dengan baik, karena dengan fitur itu memudahkan usaha jasa TSOT bisa dikenal banyak orang.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Pada teknik pengumpulan data, penulis melakukan wawancara mendalam, melakukan dokumentasi, serta mendapatkan berbagai literatur dari artikel, teori, dan dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian. Dimana literatur itu diperoleh dari internet sebagai bahan Analisa lebih jauh pada objek penelitian.

Pada penelitian ini, penulis menjelaskan kegiatan-kegiatan dan efek yang didapat dari pengaruh media sosial untuk marketing communication di TSOT atau The Survival Outbound Team. Dengan dibantu berbagai sumber untuk menjelaskan penelitian ini, penulis memfokuskan pengumpulan data dengan cara, wawancara mendalam, observasi secara langsung, dan melakukan dokumentasi-dokumentasi. Dalam penelitian ini yang menjadi objek adalah peran media sosial yang membantu komunikasi marketing. Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah usaha jasa TSOT atau The Survival Outbound yang berlokasi di Lebaksari, Dayurejo, Kecamatan Prigen, Pasuruan, Jawa Timur.

Peneliti melakukan observasi terhadap kegiatan dari para trainer yang bekerja dan aktivitas pemasaran yang berjalan di TSOT. Sementara untuk wawancara secara mendalam, tidak berstruktur, serta secara langsung kepada informan dilakukan dengan Kakak Dika sebagai informan penelitian ini, yang dimana Kakak Dika merupakan trainer di TSOT. Selain itu, wawancara mendalam juga dilakukan oleh beberapa trainer yang bekerja di TSOT atau The Survival Outbound. Data yang diperoleh dari beberapa informan akan disesuaikan dengan apa yang terjadi, diamati, dan ditemukan secara langsung di lapangan.

Selanjutnya dalam penelitian ini, Peneliti akan melakukan observasi terhadap beberapa kegiatan yang berlangsung dari para trainer dan aktivitas pemasaran yang berjalan di TSOT atau The Survival Outbound sebagai upaya peningkatan brand equity. Peneliti juga menggunakan jenis observasi non partisipan. Sementara itu pada proses validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode triangulasi. Metode ini merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Pengecekan data yang diperoleh dari informan disesuaikan dengan fakta-fakta yang diamati dan ditemukan di lapangan.

Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini peneliti menjelaskan bagaimana peran media sosial dalam memasarkan dan memperkenalkan usaha jasa dari TSOT Outbound. Cara peneliti memasarkan dan memperkenalkan usaha jasa TSOT Outbound ialah dengan cara aktif mengunggah konten di akun Instagram @tsotoutbound. Unggahan konten tersebut diantaranya yaitu:

1. Postingan reels berupa satu rangkaian video kegiatan tiap instansi yang menggunakan jasa dari TSOT Outbound.
2. Postingan dua feed foto berupa rangkaian foto kegiatan tiap instansi yang menggunakan jasa dari TSOT Outbound.
3. *Instastory* berupa video kedatangan instansi di TSOT Outbound.

4. *Instastory* berupa design ucapan peringatan hari-hari tertentu, sebagai contoh ucapan hari sumpah pemuda, hari guru internasional dan lain sebagainya.
5. Sorotan *instastory* yang dipilih berdasarkan tingkat pendidikan instansi (SD, SMP, SMA, dan UMUM). Hal tersebut dapat membantu mensortir arsip unggahan yang telah diunggah.

Dengan adanya unggahan konten tersebut juga dapat membangun testimoni yang baik bagi Perusahaan, dikarenakan para khalayak dapat melihat betapa banyaknya instansi yang menggunakan jasa dari TSOT Outbound. Berdasarkan *insight* Instagram, akun @tsotoutbound selama periode 1 Oktober – 26 Oktober 2023 telah mendapatkan jangkauan 4.806 akun yang melihat unggahan konten dari akun @tsotoutbound dan mendapatkan jumlah interaksi 741 akun. Dengan aktifnya mengunggah konten dalam kurun waktu 26 hari (1 Oktober – 26 Oktober 2023) tinjauan akun @tsotoutbound bertambah 84.2% jika dibandingkan pada periode 5 September – 30 September 2023, maka dari itu dengan semakin rutin kita mengunggah konten di sosial media, semakin berkembang juga jangkauan pasar yang diraih. Selain itu, dengan adanya akun Instagram @tsotoutbound terdapat juga beberapa manfaat diantaranya yaitu:

1. Sebagai konten berbagai kegiatan yang dilayani oleh TSOT Outbound
Pada akun sosial media Instagram @tsotoutbound tersedia beberapa unggahan macam-macam kegiatan yang dilayani oleh TSOT Outbound, seperti sesi permainan, pelatihan budidaya UMKM, malam inagurasi dan beberapa penyajian materi.
2. Arsip dokumentasi instansi
Akun sosial media Instagram @tsotoutbound mengunggah 3 postingan feed dan 1 video *instastory* tiap instansi yang melaksanakan kegiatan outbound di TSOT outbound. 3 postingan feed tersebut meliputi 2 rangkaian foto pada saat kegiatan serta 1 rangkaian video kegiatan dan juga 1 video *instastory* yang berisikan video kedatangan instansi di TSOT Outbound.
3. Sebagai wadah *contact person*
Para calon *customer* juga dapat bertanya mengenai informasi lebih lanjut perihal TSOT Otbound dengan cara menyalin nomor telepon yang tertera di bio-Instagram @tsotoutbound atau dapat juga melalui *direct message* / DM akun Instagram @tsotoutbound.

The Survival Outbound Team atau yang dikenal sebagai TSOT adalah sebuah usaha jasa yang lebih tepatnya adalah Event Organizer yang bergerak dalam bidang Pelatihan Sumber Daya Manusia dan Pelayanan Jasa Tour. TSOT sendiri berdiri sejak tahun 2004 dengan tujuan untuk membantu pengembangan sumber daya manusia. TSOT berlokasi di Lebaksari, Dayurejo, Kecamatan Prigen, Pasuruan, Jawa Timur. TSOT memiliki dua divisi, yaitu Divisi Pelatihan dan Divisi Tour and Travel. TSOT telah dipercaya oleh lebih dari ratusan sekolah, organisasi, dan universitas untuk merencanakan kegiatan, pelatihan, dan tur. TSOT atau The Survival Outbound Team merupakan usaha yang berhasil meningkatkan perkembangan sumber daya manusia, kelebihan usaha jasa TSOT sendiri yaitu:

1. Memabantu perkembangan pola pikir siswa-siswi
TSOT memiliki berbagai cara untuk mmembangun kepercayaan konsumen dengan membantu meningkatkan perkembangan pada siswa-siswi. Seperti diketahui kebanyakan konsumen dari TSOT adalah dari sekolah, baik sekolah dasar, sekolah menengah pertama, dan sekolah menengah atas. Sekolah mempercayai TSOT sebagai tempat untuk membantu perkembangan pola pikir, perilaku, dan kepercayaan diri pada siswanya. Siswa-siswi akan dilatih oleh kakak-kakak trainer yang sudah berpengalaman dan akan membimbing siswa-siswi agar menjadi orang yang bermanfaat bagi negara untuk kedepannya.
2. Kegiatan yang beragam

Para trainer memiliki beberapa kegiatan yang menyenangkan dan menghibur konsumennya agar tidak bosan dengan pelatihan tersebut. Bisa kita lihat pelatihan-pelatihan dalam meningkatkan sumber daya manusia biasanya sangat menguras tenaga dan pikiran. Namun di TSOT, kegiatan para konsumen dijamin pasti akan menyenangkan dan tidak membosankan. Para trainer juga sangat menghibur dan akan membuat konsumen merasa nyaman pada kegiatan tersebut. Konsumen akan dibimbing selama kegiatan berlangsung.

3. Inovatif dan Kreatif

Selama kegiatan berlangsung para trainer akan mendokumentasikan dan akan mengunggah hasil dokumentasi ke media sosial mereka, dengan tujuan memasarkan usaha mereka dan meningkatkan kepercayaan para konsumen. Media sosial TSOT sangat membantu mereka dalam membranding usaha mereka, dan hal ini membutuhkan ide-ide yang kreatif dan inovatif untuk perkembangan usaha mereka.

Perkembangan komunikasi digital di era sekarang merupakan suatu arah yang menunjukkan bahwa komunikasi bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun tanpa mengenal waktu. Segala bentuk komunikasi yang dilakukan melalui media-media sekarang sangat membantu manusia dalam mencari segala informasi. Maka dari itu, suatu usaha atau perusahaan apabila tidak menggunakan komunikasi digital akan mengalami kekalahan dalam hal pemasaran. Media digital merupakan wadah bagi suatu usaha untuk memperkenalkan produk atau segala bentuk usaha yang bisa dipasarkan ke semua masyarakat dan tentunya mencapai tujuan yang akan dicapai. Bentuk media digital juga sangat beragam, mulai dari video, games situs web, dan media sosial.

Media sosial merupakan wadah bagi usaha TSOT untuk memasarkan tempat mereka, dengan mengunggah hasil yang kreatif pastinya akan menarik para konsumen untuk memilih TSOT sebagai tempat pelatihan yang terpercaya. Bisa diketahui pengguna media sosial setiap hari semakin meningkat dan semua kalangan sekarang sudah memakai media sosial untuk membantu mereka mencari sebuah informasi dan berkomunikasi dengan mudah. Cakupan yang diberikan oleh media sosial juga sangat luas, kita bisa berkomunikasi dan berinteraksi dengan negara lain. Oleh karena itu, di zaman sekarang usaha-usaha berlomba-lomba membuat ide-ide yang kreatif untuk memasarkan usaha mereka di media sosial, di zaman sekarang memasarkan suatu usaha tanpa media sosial pasti akan susah dan sulit dipercaya oleh konsumen.

Usaha jasa TSOT saat ini juga menggunakan media sosial Instagram dan TikTok untuk branding usaha mereka. Namun yang disayangkan media sosial TSOT tidak terlalu aktif, karena kurangnya sumber daya manusia dalam menangani media sosial. Usaha jasa TSOT masih kurang dalam memasarkan usaha mereka di media sosial, akun Instagram TSOT sendiri akan aktif apabila ada anak magang di perusahaan mereka. TSOT sendiri hanya akan mengunggah beberapa kegiatan di *Instagram story*, bukan di *feed*. Para trainer hanya fokus pada kegiatan-kegiatan yang berlangsung tanpa melakukan dokumentasi secara menyeluruh. Seharusnya TSOT harus memiliki tenaga kerja yang memiliki kemampuan dalam *social media marketing*.

Dengan menggunakan *social media marketing* usaha jasa TSOT nantinya pasti akan memiliki nilai branding yang tinggi dan memiliki citra yang positif. Keunggulan *social media marketing* sangat banyak, seperti:

1. Memasarkan usaha di media sosial dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, bahkan memasarkan media sosial tanpa adanya batas waktu yang ditentukan.
2. Penggunaan media sosial dan memasarkan suatu usaha, pengguna media sosial tidak perlu mengeluarkan biaya yang cukup besar bahkan bisa dilakukan secara gratis. Hanya saja pengguna harus bisa menarik konsumen dengan membuat konten-konten yang kreatif yang tinggi.

3. Dapat diakses secara luas, pengguna media sosial dapat mengirim apapun sebagai bentuk pemasaran dalam skala nasional maupun internasional.
4. Penggunaan media yang sangat mudah, dengan tampilan yang mudah para pengguna media sosial dapat menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari.

Namun *sosial media marketing* juga memiliki beberapa kekurangan, seperti biasanya konsumen akan kecewa terhadap produk atau usaha apabila apa yang mereka unggah di media sosial tidak sesuai dengan aslinya dan sulitnya mempertahankan reputasi bisnis, apabila konsumen memberikan *review* yang buruk terhadap suatu produk atau usaha jasa akan menurunkan usaha tersebut dan kualitas produk atau usaha itu akan dipandang buruk. Maka dari itu, para pembisnis berlomba-lomba membangun cara memasarkan produk atau usaha mereka dengan baik.

Untuk meningkatkan nilai dan citra yang baik usaha jasa TSOT harus bisa menerapkan sosial media marketing dengan baik. Fitur-fitur di media sosial juga sangat bisa membantu promosi usaha TSOT. Dengan melakukan promosi diharapkan dapat memberikan *impact* yang positif, seperti semakin meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap usaha jasa TSOT. Dengan menerapkan *sosial media marketing*, terbukti usaha jasa TSOT meningkat dan dipercaya sebagai tempat pelatihan bagi siswa-siswi dari berbagai sekolah.

Penutup

Berdasarkan data yang telah dipaparkan oleh peneliti pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa sosial media instagram memiliki peran yang sangat penting dalam penerapan komunikasi marketing di Perusahaan TSOT Outbound. Dengan aktif dan adanya akun @tsotoutbound di Instagram, banyak khalayak massa yang mengenal TSOT Outbound dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian untuk dapat memakai pelayanan jasa dari TSOT Outbound. Berdasarkan data dari *insight* Instagram, akun @tsotoutbound setelah dikelola dengan rutin mengunggah konten (tanggal 1 Oktober – 26 Oktober 2023) jangkauan akun bertambah 84,2% jika dibandingkan dengan kurang aktifnya unggahan konten sosial media Instagram @tsotoutbound (tanggal 5 September – 30 September 2023).

Daftar Pustaka

- Purbohasuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Putu, A. W. S., Arya Pageh, W., & I Putu, A. J. (2022). PERANCANGAN DESAIN DAN FOTO UNTUK SOSIAL MEDIA ANDJI COFFEE DI JANJI DESIGN LAB.
- Nuriyanti, W. (2019). Peran Media Sosial Dalam Perkembangan Industri Kreatif. *Sosio e-kons*, 11(2), 101-107.
- Watajdid, N. I., Lathifah, A., Andini, D. S., & Fitroh, F. (2021). *Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Instagram Terhadap Perkembangan Digital Marketing*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(2), 163-179.
- Rachmadi, T., & Kom, S. (2020). *The Power Of Digital Marketing (Vol. 1)*. Tiga Ebook.
- Ferdiansyah, H., Haling, A., & Nurhikmah H, N. H. (2020). Pengembangan multimedia interaktif dalam pembelajaran simulasi dan komunikasi digital (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR).
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator di Era Digital. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 20-30.
- Hakim, H. I., Ohorella, N., & Prihantoro, E. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111-122.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).