

Penerapan Strategi Pengelolaan Akun @Info Gresik Sebagai Media Informasi, Komunikasi, Dan Digital Agency

Rina Fuji Astuti

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya
Email: rina.19002@mhs.unesa.ac.id

Gilang Gusti Aji

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya
Email: gilangaji@unesa.ac.id

Abstrak

Perkembangan media sosial sangat dekat dengan masyarakat. Instagram menjadi salah satu media sosial yang mudah diakses dengan beragam manfaat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Info Gresik mengelola media Info Gresik sebagai media informasi, komunikasi, dan digital agency bagi warga lokal Gresik. Landasan teori yang digunakan adalah manajemen strategis oleh Fred R. David. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana media tersebut dikelola dan seberapa dampak kepada warga lokal Gresik. Kemudian hal apa yang menjadi penting terkait penyampaian informasi, bentuk komunikasi media sosial tersebut serta bentuk promosi yang dilakukan. Pengelola dan pembaca menjadi titik penting seberapa jauh media Info Gresik ini berkembang.

Kata kunci : strategi, pengelolaan akun, info gresik, digital agency

Abstract

The development of social media is very close to the community. Instagram is one of the social media that is easily accessible with various benefits. The purpose of this research is to find out how Info Gresik manages Info Gresik media as a medium of information, communication and promotion for Gresik local residents. The theoretical basis used is strategic management by Fred R. David. This study used descriptive qualitative method. The results of this study are to find out how the media is managed and how much impact it has on local residents of Gresik. Then what things are important regarding the delivery of information, the form of social media communication and the form of promotion carried out. Managers and readers are an important point of how far the Info Gresik media has developed.

Keywords: strategy, account management, gresik info, digital agency

PENDAHULUAN

Media sosial di era digital ini mengambil peran penting. Diawali dengan fenomena kemuculan internet di seluruh belahan dunia membuat banyak sektor kehidupan berubah secara drastis. Dalam hal penyampaian informasi atau berita berkembang sedemikian rupa. Jaringan baru yang dikenal dengan internet menjadi bagian perkembangan yang harus dikenali lebih jauh oleh banyak kalangan. Siapa sangka bahwa pengaruhnya membuat penggunanya dapat ikut serta dalam mencari informasi, berkomunikasi, dan menjangkau pertemanan, dengan berbagai aplikasi yang kini dikenal dengan Twitter, Facebook, maupun Instagram. (Rohmiyati, 2018)

Menurut Hidayatullah (2020:1) menjelaskan tentang sosial media yang dapat menghibur penggunanya

selain fungsi pentingnya sebagai tempat berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Dalam media sosial pengguna dapat melakukan sederet aktivitas dengan cara membuat unggahan yang dapat ditanggapi lewat kolom komentar, serta beragam jenis unggahan dengan bentuk foto, video, maupun teks. Pengertian media sosial juga bisa digambarkan dengan beragam karakteristik yang berbeda dengan media konvensional. Menurut (Romli, 2014:33) media sosial memiliki karakteristik yang khas seperti interaktif, hyperlinked, telekomunikasi, kapasitas luas, up to date, dan fleksibilitas yang tinggi.

Karakteristik Instagram yang paling terlihat perbedaannya adalah bagian sentralitas gambar. Hal itu dijelaskan oleh de Vries, Moller, Wieringa, Eigenraam dan Hamelik (2017). Dalam hal visualisasi, Instagram

mengungguli media sosial lain seperti Facebook dan Twitter yang berbasis pada teks. Ada efek yang berbeda antara visualisasi Instagram terhadap penggunanya. Hal itu dijelaskan oleh Ohnson dan Knobloch-Westerwick (2016). Instagram bertumbuh paling cepat dengan segala kelebihan yang dimiliki.

Selain kelebihan yang dimiliki oleh Instagram, ada bagian lain yang harus diperhatikan oleh penggunanya. Dengan segala bentuk aktivitas di Instagram membuat informasi berjalan begitu cepat ditangan penggunanya. (T. Maharani & C. Pasandaran, 2017) menjelaskan tentang kualitas informasi di instagram yang seolah-oleh tidak memperdulikan hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar. Faktanya sangat mudah menjumpai berita hoax, fitnah, desas desus, kabar bohong, ujaran kebencian, aib dan kejelekan seseorang. Informasi pribadi yang diunggah ke publik, dan hal-hal lain sejenis sebagai sarana memperoleh simpati, like, komentar, lahan pekerjaan, sarana provokasi, dan sarana mencari keuntungan politik serta ekonomi dapat menimbulkan gesekan di tengah masyarakat. (Rohmiyati, 2018). Hal tersebut harus diperhatikan agar pemilik media atau pengguna dapat melakukan filter informasi yang tepat agar tidak termakan hal-hal negatif. Pengelolaan menjadi penting bagi pemilik media agar isi konten bisa berbobot sesuai dengan tujuan yang positif.

Dengan fenomena yang terjadi di media sosial tentang hal negatifnya, manajemen strategi diperlukan agar mekanisme dan sisi positif media sosial dapat dirasakan secara nyata. Fred David menjelaskan tentang manajemen strategis sebagai seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai obyektifnya. Visi dan misi menjadi perumusan strategi hingga analisis strategi di media sosial. Kemudian bagian implementasi atau penerapan strategi itu dilakukan dengan memanfaatkan sistem informasi lalu evaluasi yang berarti meninjau dan mengukur prestasi dari strategi yang telah dijalankan.

Fungsi dari manajemen strategis menurut (Suwarsono, 2008) yaitu bagaimana tujuan yang digagas oleh pemilik media atau pihak terkait dalam terkomunikasikan dengan baik sehingga jalan yang ditempuh dapat terarah. Selain itu manajemen strategis juga akan membuka peluang dan memahami tantangan yang akan dihadapi para pihak terkait dalam berbisnis. Dengan manajemen strategis itulah timbul kepekaan dengan lingkungan bisnis yang bisa menyiapkan segala perubahan jika hal itu memang diperlukan.

Dengan perkembangan yang cukup pesat, media sosial sebagai sarana informasi disetiap daerah terus menunjukkan fungsi dan perannya sesuai dengan karakter media. Dikutip dari buku Analisis Teks Media Sebuah Pengantar Riset Jurnalistik (2020) karya Dinul Fitrah Mubaraq, menjelaskan bahwa karakteristik di media online memiliki banyak nilai positif seperti ilmu pengetahuan, hiburan, dan tentunya kemudahan dalam mengakses suatu informasi. Sifat media online itu real time, peristiwanya sangat up to date, berkembang, dan pasti ada unsur multimedia mulai dari foto video, dan teks. Interaktif di media online juga menjadi karakteristik yang kuat. Fenomena media sosial Instagram untuk menyebarkan informasi juga mulai bermunculan di setiap daerah di Indonesia.

Dengan segala kemudahan dalam mengakses informasi di media sosial, sederet akun bermunculan di ranah lokal dengan berbagai info lokal yang disajikan, seperti Jember memiliki @Infojember, Jombang dengan @Info_jombang, dan Gresik dengan @Infogresik. Dalam penelitian ini, Info Gresik menjadi akun yang dipilih untuk diteliti terkait pengelolaannya sebagai media informasi di ranah lokal. Peneliti memiliki alasan yang kuat mengapa Info Gresik layak untuk diteliti dengan berbagai keunikannya yaitu sebagai berikut :

1. Info Gresik bukan sekedar akun repost informasi, namun nyata melakukan praktek jurnalistik di lapangan dan verifikasi data

2. Info Gresik dikelola oleh sedikit orang namun pengaruhnya sangat luas dan besar

3. Info Gresik memiliki tujuan yaitu menunjukkan keunggulan atau keunikan yang ada di Gresik

4. Info Gresik memiliki strategi yang kuat dalam interaksi dengan warga di Instagram.

Selain itu peneliti juga mengamati beberapa unggahan Info Gresik sebagai pengamatan pertama. Hasilnya menunjukkan bahwa 27 postingan merupakan konten penyampaian berita atau informasi teraktual yang disajikan dalam bentuk video reportase dan juga artikel. Kemudian 21 postingan berupa konten promosi kuliner, kecantikan, jasa, atau sejenisnya yang disajikan dalam bentuk foto atau video. Sisanya berupa kata-kata hiburan atau dialek khas Gresik untuk menjalin komunikasi yang santai dengan followers. Hal ini bisa berupa sapaan atau pertanyaan menghibur. Informasi lokal biasanya mengabarkan kemacetan, info sim keliling, prestasi yang diraih warga lokal, dan informasi pemerintahan. Beberapa berita terkini tersebut ditulis lengkap dalam website infogresik.id yang tertera pada bio instagram. Hal ini menunjukkan bahwa media Info Gresik bukan sekedar akun-akun repost yang tidak melakukan jurnalistik lapangan.

Peneliti mengamati beberapa akun lain untuk membedakan bahwa Info Gresik tidak seperti media lain yang hanya mengutip informasi dari media lain.

METODE

Penelitian yang dilakukan menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode penelitian yang menggunakan data kualitatif yang penjabarannya dilakukan secara deskriptif. Menurut Sugiyono (2017), metode kualitatif memiliki sifat eksploratif atau discovery yang memiliki tujuan menggali obyek secara rinci agar menemukan potensi, masalah dan hipotesis. Telaah tentang kejadian, fenomena maupun keadaan

social sering menggunakan penelitian deskriptif kualitatif.

Penelitian deskriptif memiliki tujuan menciptakan gambaran teliti mengenai sebuah kelompok, menyajikan informasi suatu hubungan dan menemukan subjek penelitian. Penelitian kualitatif yang bertujuan menemukan potensi tidak bermula dari masalah, namun bermula dari tanda suatu obyek diduga memiliki potensi. Metode penelitian adalah menggunakan studi kasus. Kusmarni, (2012) menyatakan studi kasus merupakan penelitian dengan mengeksplorasi suatu fenomena tertentu dalam waktu dan kegiatan seperti program, proses, institusi atau kelompok social dengan mengumpulkan fakta secara rinci dan mendalam dengan memanfaatkan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode tertentu.

Lebih lanjut, Kusmarni (2012) juga menjelaskan studi kasus adalah eksplorasi “suatu system yang terikat” atau “suatu kasus” dengan pengumpulan data yang mendalam dengan berbagai sumber informasi yang “kaya” dalam suatu konteks. Pada penelitian ini, studi kasus bertujuan untuk mencari tahu tentang pengelolaan akun Info Gresik sebagai media tanpa rumah yang berbasis lokal.

Subjek dalam penelitian ini adalah orang-orang dibalik akun Info Gresik yang terdiri dari CEO, Wartawan, Videografer, Editor, hingga Talent Video/Kreatif.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data dengan: library research (studi kepustakaan) yaitu kegiatan yang meliputi pengumpulan data pustaka, mencari, membaca dan menganalisis teori dalam buku, jurnal atau hasil penelitian relevan, serta field research yaitu kegiatan penelitian lapangan atau ke pusat penelitian melalui beberapa teknik yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

Teknik keabsahan data menggunakan uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap hasil penelitian kualitatif dengan melakukan triangulasi. Triangulasi berarti teknik pengumpulan data dan sumber

data yang telah ada (Dewi, 2020). Sugiyono (2017) menyatakan bahwa triangulasi dalam pengujian kredibilitas memiliki arti sebagai pengecekan. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pengelolaan Informasi : Melibatkan Kedekatan Masyarakat

Aktivitas pengelolaan informasi dilakukan dengan beberapa tahapan mulai dari produksi informasi hingga tersalurnya informasi tersebut ke telinga masyarakat. Tidak bisa dipungkiri bahwa kepercayaan masyarakat itu tumbuh dengan beragam proses yang tidak mudah. Hal itu dijelaskan Irwan bahwa perjalanan dari tahun ke tahun dengan niat dan konsistensi yang tinggi, masyarakat percaya atas informasi yang diunggah. Dalam hal ini peneliti mengartikan bahwa kepercayaan itu membutuhkan waktu yang lama dengan bukti nyata. Seperti yang dilakukan Info Gresik selama lebih dari 10 tahun. Kemudian tentang mekanisme pencarian informasi / verifikasi, Info Gresik mempersilahkan masyarakat Gresik untuk melaporkan berbagai informasi disekitarnya melalui media sosial. Artinya, masyarakat sebagai sumber informasi yang seolah menjadi jurnalis lapangan dengan gaya penyampaian yang berbeda dengan jurnalis profesional. Secara tidak langsung Info Gresik mengajak masyarakat untuk berpartisipasi di ranah publik melalui media sosial. Berikut salah satu ungkapan warga yang pernah melaporkan kejadian kepada Info Gresik.

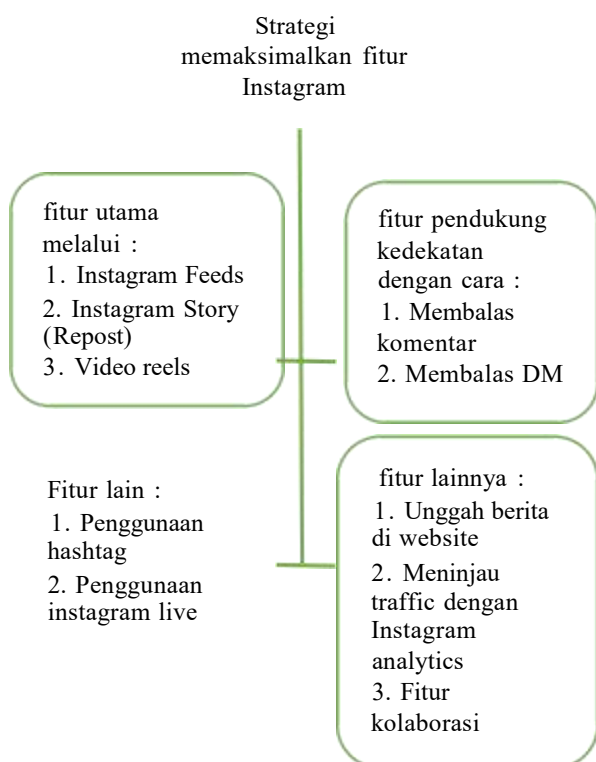
Proses lapor kejadian lewat Instastory ini berlangsung singkat dan kurang menyeluruh. Biasanya warga hanya menyertakan kejadian apa yang sedang berlangsung dan lokasi kejadian. Untuk kronologi atau penyebab kejadian itu tidak ditulis. Maka yang dilakukan admin hanya merepost di stories yang akan hilang dalam kurun waktu 24 jam. Dengan bukti foto atau video di stories itulah admin hanya merepost dan tidak mengembangkan berita karena kejadian yang dilaporkan

merupakan kejadian umum sehari-hari. Hampir setiap hari selalu ada orang yang melaporkan informasi terkait kemacetan. Mengingat Gresik merupakan kota industri yang padat dan kemacetan terjadi di banyak tempat.

Selain instastory, warga juga melaporkan kejadian lewat DM. Namun fitur ini tidak begitu cocok untuk melaporkan kejadian, sebab DM Info Gresik tentu sangat ramai dengan berbagai keperluan lainnya. Irwan pun mengakui bahwa tidak semua DM bisa terbaca saat itu juga. Beberapa berita yang krusial akan dilakukan pengecekan kebenaran terlebih dahulu kepada pihak berwenang sebelum informasi tersebut ditayangkan. Sedikit berbeda dengan laporan kejadian via instastory, warga yang lapor via DM biasanya melaporkan kejadian yang lebih rinci seperti kronologi pembunuhan, saksi kemalingan, atau kejadian lainnya. Dalam hal ini Khanif dan Irwan menelusuri informasi tersebut dengan meminta bukti seperti foto atau video, kemudian hal itu di verifikasi kepada pihak berwenang atas kasus atau kejadian yang dilaporkan. Untuk hal ini dijelaskan oleh Khanif sebagai wartawan Info Gresik dalam proses mencari kebenaran. Kegiatan verifikasi kebenaran informasi dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab jurnalis atas pemberitaan yang bersumber dari media sosial. Khanif menjelaskan soal verifikasi berita bahwa informasi yang didapatkan tentu dikonfirmasi kepada sumber berita atau pihak terkait.

B. Strategi Memaksimalkan Fitur Instagram

Fitur Instagram memudahkan pengelola akun untuk mengembangkan konten. Dari waktu ke waktu, Instagram juga terus *update* berbagai fitur untuk penggunanya yang semakin besar. Terlebih di era bisnis, Instagram sangat mendukung untuk para owner bisnis agar berkembang dan menjangkau pasar yang diharapkan. Dalam hal ini Info Gresik juga mengoptimalkan fitur-fitur di Instagram untuk kebutuhan konten sehari-hari.



Gambar 1 Strategi Memaksimalkan Fitur Instagram

Info Gresik juga memanfaatkan carousel Instagram. Carousel adalah salah satu jenis konten yang terdiri dari lebih dari satu gambar dalam satu konten. Dalam satu unggahan bisa terdiri dari 10 lapisan gambar atau video yang bisa dilihat dengan cara menggesernya. Biasanya fitur ini digunakan untuk menceritakan kejadian yang berurutan sehingga informasi yang disampaikan bisa menyeluruh dalam bentuk visual. Fitur reels Instagram juga paling rutin digunakan dalam membuat konten video. Dalam fitur ini pengguna dapat mengunggah video dengan durasi tertentu yaitu 15,30,60, hingga 90 detik. Dari pengamatan peneliti, konten reels menjadi titik perhatian karena konsepnya menarik. Media lain diluar Gresik mungkin juga melakukan gaya edit dan shoot seperti ini, namun Info Gresik memiliki banyak keunggulan. Beberapa diantaranya yaitu dibawakan dengan santai dan mengulas lengkap apa yang diminta dengan pengiklan. Ditambah para talent yang sangat fasih dalam berpublic speaking.

Kemudian penggunaan bahasa Jawa ditambah dialek khas Gresik juga menjadi salah satu keunikannya. Bahasa Jawa digunakan karena hal ini akan mendekatkan media kepada pembaca, karena bahasa tersebutlah yang paling dekat dan paling sering digunakan masyarakat untuk berkomunikasi sehari-hari. Terlihat unggahan video iklan yang menggunakan bahasa Jawa selalu konsisten. Kata sapaan yang paling sering digunakan adalah “Rek” yang artinya “teman” dalam bahasa Indonesia. Selain menciptakan kedekatan antar masyarakat, penggunaan bahasa Jawa atau dialek Gresik menjadikan identitas lokal tetap utuh. Hal ini tentu sesuai dengan harapan Info Gresik yang ingin menunjukkan sisi kelokalan daerah Gresik.

Selain feed dan reels, instagram story atau instastory menjadi fitur yang tidak kalah penting. Fitur ini selalu digunakan setiap saat untuk mengabarkan banyak hal. Apalagi saat ini durasi instastory bisa sampai 60 detik. Intensitas paling tinggi penggunaan fitur instastory ini untuk merepost unggahan dari masyarakat yang menyampaikan info lalu lintas. Tidak hanya itu, Info Gresik juga merepost info lowongan kerja hingga promosi bisnis lewat instastory. Setiap harinya Info Gresik tidak pernah melewatkan penggunaan Instastory, karena melalui fitur ini sangat mudah digunakan serta menjadi tempat penyalur informasi tercepat dengan cara merepost. fitur DM juga tidak kalah penting dalam pengelolaan akun. Info Gresik juga tertaut sebagai akun bisnis, maka fitur DM berbeda dengan akun instagram khusus personal. DM instagram yang berbasis bisnis memudahkan pengikut untuk melaporkan suatu informasi. Info Gresik memiliki akses ke kotak masuk yang memungkinkan admin untuk mengatur pesan dan mengontrol notifikasi. Dikarenakan Info Gresik menjadi media informasi dan bisnis, maka tentu pesan yang masuk tidaklah sedikit. Namun admin dapat mengelola atau menangani pesan dalam jumlah besar dengan lebih efektif. Kemudian ada bagian yang sengaja diciptakan untuk memicu masyarakat agar merespon sesuatu yang ada. Melalui kolom komentar, masyarakat dapat bebas

menanggapi suatu unggahan dengan menulis di kolom komentar. Ada bagian dimana masyarakat juga dapat saling membalas komentar satu sama lain. Interaksi terjalin antara pembaca, admin atau pengelola media, dan masyarakat secara luas. Di Instagram Info Gresik ini terlihat banyak unggahan yang memiliki banyak komentar, seperti tanggapan terhadap suatu kasus berita kriminal. Tentu unggahan tersebut memicu warga dalam menanggapi kasus yang terjadi karena menyangkut soal keamanan warga.

Selanjutnya Info Gresik memiliki website bernama Infogresik.id. Bagian ini dikelola M. Khanif untuk mengunggah berita sehari-hari. Seperti fungsi web pada umumnya, Info Gresik memposting dan menyebarkan informasi secara menyeluruh melalui website tersebut. Beberapa kategori di website info gresik yaitu info warga, ekonomi & bisnis, pemerintahan & politik, kesehatan & pendidikan, wisata & kuliner, hingga hukum & politik. Untuk info warga berisi info seputar jadwal sim keliling. Bagian ekonomi dan bisnis berisi kegiatan umkm hingga pembangunan suatu bisnis. Pemerintahan dan politik berisi kegiatan pemerintah daerah dan kebijakan. Bagian pendidikan berisi tentang informasi pendidikan, prestasi siswa, berbagai lomba akademik, dan seputar informasi kesehatan untuk warga gresik seperti tes kesehatan dan vaksin.

Kemudian yang paling ramai diikuti warga adalah perkembangan hukum dan kriminal. Hal ini biasanya mencakup informasi penting mengenai kejadian-kejadian kriminal seperti perampokan, kemalingan, jambret, dan sejenisnya. Warga berupaya mencari tahu informasi yang berkaitan dengan keamanan warga Gresik sendiri. Ada pula info yang mengulas seni, budaya, dan olahraga. Dibagian atas kategori-kategori terdapat laman promosi usaha yang akan diarahkan ke whatsapp bisnis untuk daftar promosi. Menurut keterangan dari M. Khanif, Info Gresik tidak berniat mencari laba lewat website dan tujuan dibuatnya hanya untuk formalitas dan dirasa perlu untuk menguatkan informasi di Instagram

C. Strategi Info Gresik Sebagai Media Digital Agency

Selain sebagai media informasi dan komunikasi, media saat ini berkembang menjadi media promosi atau sering disebut digital agency. Berbagai keunggulan instagram memang mendukung untuk dijadikan tempat beriklan atau promosi bisnis. Begitu pula apa yang dilakukan Info Gresik menyesuaikan dengan perkembangan media saat ini. Ada cerita dibalik Info Gresik yang saat ini mengembangkan medianya sebagai tempat berbisnis.

Beberapa tahun setelah Instagram Info Gresik dibuat, perlahan pengiklan datang dengan meminta jasa promosi. Maksud dari pengiklan tersebut adalah jasa pembuatan konten sekaligus promosi di akun Info Gresik. Irwan sebagai CEO menyambut baik datangnya pengiklan.

Info Gresik dalam hal ini sebagai tempat penyedia layanan pembuatan konten promosi atau iklan bisnis. Hal itu dijelaskan Irwan bahwa ada beberapa hal yang menjadikan Instagram cocok untuk beriklan. Menurutnya, konten instagram berupa foto dan video yang umumnya lebih diminati masyarakat. Tidak bisa dipungkiri bahwa saat ini orang lebih tertarik oleh visualisasi yang unik dan nyentrik. Di Instagram juga dilengkapi fitur edit klip video reels, filter, audio, dan beragam stiker pendukung. Instagram juga terintegrasi dengan berbagai platform lainnya.

Unggahan di Instagram juga bisa dunggah otomatis ke akun facebook yang tertaut. Jika berniat menggunakan fitur ini, maka jangkauan promosi tentu akan lebih luas. Dalam hal fitur, Instagram memiliki banyak fitur yang dapat menunjang promosi sebuah brand seperti seperti Instagram Story, IGTV, dan Reels. Instagram dirasa lebih terjangkau dalam meminimalisir budget iklan, karena pemilik bisnis tidak perlu membuat iklan besar di pinggir jalan seperti baliho yang harganya sangat mahal.

Dalam hal ini Info Gresik tidak ketinggalan untuk memanfaatkan kelebihan Instagram sebagai digital agency. Dalam bio instagram sudah tertaut kontak promosi yang dibutuhkan oleh pemilik bisnis. Hal ini dijelaskan oleh Irwan selaku CEO Info Gresik bahwa pemilik bisnis dapat memilih jenis-jenis promosi yang diinginkan.

Dalam satu bulan menunjukkan bahwa Info Gresik mendapat 20 klien bahkan lebih. Dari 20 klien tersebut memiliki permintaan promosi yang berbeda-beda. Hal ini tentu menjadi ladang bisnis yang menjanjikan bagi Info Gresik sendiri bahwa semakin banyak permintaan klien, semakin besar juga pundi-pundi uang yang didapatkan. Menariknya, Irwan sebagai admin dan CEO yang mengelola seluruh kerja sama segan klien mampu mengatasi pekerjaan tersebut dengan bantuan tim yang tidak lebih dari lima orang. Tim tersebut terdiri dari videografer, editor, dan talent.

Irwan meletakkan kontak promosi di bio Instagram sehingga orang lebih mudah untuk datang dan meminta layanan promosi. Berikut teknis sederhana yang dilakukan Info Gresik kepada pengiklan :

1. Pemilik bisnis atau owner meminta layanan promosi melalui whatsapp yang tertera di bio Instagram
2. Kemudian admin menanyakan identitas owner, jenis bisnis yang akan dipromosikan, dan lokasi bisnis
3. Jika owner sudah mengirim identitas yang diperlukan, admin akan mengirim pricelist atau daftar layanan yang bisa dipilih sesuai dengan kebutuhan owner. (harga mulai Rp 650.000 - Rp 1.500.000 sesuai dengan materi konten yang diperlukan owner)
4. Selanjutnya owner melakukan transaksi kepada admin Info Gresik
5. Tahap selanjutnya menentukan tanggal shooting dan diskusi materi promosi yang akan dibawakan

Dalam sesi diskusi, owner bisnis bebas memberikan ide dan saran konten yang ingin dibuat. Owner memberikan materi meliputi jenis barang yang dipromosikan, misalnya varian menu makanan dan minuman, kelebihan cita rasa dan keestetikan tempat,

promosi yang ditawarkan, harga yang terjangkau, dan masih banyak lagi. Dalam hal ini Info Gresik membebaskan ide konten apabila rancangan ide menarik dan tidak melanggar SOP dari konten Info Gresik. Selanjutnya Info Gresik juga menawarkan ide konten yang menarik dengan ciri khas Info Gresik sebagai media digital agency yang memiliki karakter unik dan beda dengan media lain. Hal ini yang dimaksud adalah bagaimana cara Info Gresik membawakan promosi dengan bahasa yang santai, gaul, dan diselingi dialek khas Gresik

Pembahasan dalam penelitian ini adalah kekuatan media sosial yang sangat berdampak signifikan bagi banyak sektor. Pengelolaan media sosial Info Gresik dengan memanfaatkan fitur-fitur instagram menciptakan kedekatan yang luar biasa bagi media itu sendiri dengan masyarakat. Fitur-fitur itu dioptimalkan oleh Info Gresik untuk menciptakan interaksi antar warga Gresik. Terlihat dari kolom komentar yang kerap ramai dibubuhi pendapat antar warga dalam menanggapi suatu unggahan. Tidak hanya itu, fitur-fitur di Instagram dioptimalkan juga untuk menjangkau pembaca yang lebih luas.

Peneliti menemukan kondisi bahwa faktor ekonomi menjadi alasan mengapa akun ini berkembang menjadi tempat promosi bisnis. Info Gresik adalah media yang besar dan mendapatkan kepercayaan masyarakat. Hal ini mengundang para pemilik bisnis maupun instansi untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh Info Gresik. Sebagai media agensi digital, ekonomi masyarakat di bidang bisnis akan terbantu dengan adanya Info Gresik sebagai media informasi, komunikasi, sekaligus digital agency. Pemilik bisnis dan pemilik media akan mengalami simbiosis mutualisme yang berarti saling menguntungkan kedua belah pihak. Dalam hal ini keduanya akan saling menguntungkan dalam segi ekonomi. Untuk pemilik bisnis melakukan promosi di Info Gresik dengan tujuan menaikkan penjualan dalam bisnis yang dikelola. Sedangkan Info Gresik juga meraup keuntungan dari pembuatan jasa konten yang dikelola untuk promosi pengiklan atau pemilik bisnis.

Penelitian serupa dijelaskan oleh Risa (2017) dalam penelitiannya tentang warga Cipacing menggunakan sosial media sebagai sarana untuk menjalani industri rumahannya. Salah satu media sosial yang digunakan adalah Instagram. Hasilnya menunjukkan bahwa ada efektivitas dan efisiensi dalam hal komunikasi dengan pelanggan secara intensif. Komunikasi dapat dilakukan secara real time serta mempermudah proses transaksi yang hanya menggunakan pulsa untuk mendukung komunikasi. Instagram juga dapat menampilkan berbagai gambar, informasi yang lebih aktual, dan tentu sangat berdampak pada peningkatan penjualan.

Dari apa yang menjadi keunggulan Info Gresik sebagai media sosial di ranah lokal, terlihat mampu mengungguli media massa dalam beberapa hal. Peran media di era canggihnya teknologi ini berdampak besar dalam banyak sektor. Menurut Azman (2018) menjelaskan bahwa kehidupan masyarakat saat ini menjadi sangat dekat dengan media massa dan media sosial menjadi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai sektor kebutuhan di lingkungan terdekat juga mempertimbangkan keberadaan media massa dan media sosial dalam menyelesaikan banyak masalah di masyarakat bahkan pemerintahan. Kemampuan menciptakan opini-opini publik menjadi sebuah keunggulan bahwa media di era saat ini berperan sangat penting.

Disisi lain, media massa perlahan tergerus kekuatannya dengan hadirnya media sosial. Dalam hal ini media massa yang dimaksud adalah media konvensional dan elektronik seperti koran, radio, dan televisi. Menurut Emilayah Nur (2021) menjelaskan bahwa pemilik media massa terus berupaya mengembangkan bisnis medianya ketika mengalami pasang surut. Inovasi komunikasi diciptakan agar dapat menyaingi eksistensi dari media sosial. Program-program baru terus diupayakan untuk menghadapi persaingan dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Media sosial juga mendominasi sebagai sarana interaksi dan penyalur informasi. Dalam website Remotivi menjelaskan bahwa potensi ekonomi dalam Instagram memotivasi pengusaha untuk berbisnis di media lokal suatu daerah yang bisa berorientasi pada profit. Artinya peran digital agency sebagai penyedia jasa konten sangat mempengaruhi bidang kewirausahaan masyarakat yang berada di daerah.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan bahwa Info Gresik memiliki tiga strategi dalam mengolah akun Instagram. Strategi pertama yaitu mengelola informasi dengan melibatkan masyarakat. Strategi kedua yaitu mengoptimalkan fitur di Instagram dan strategi ketiga yaitu menjadikan akun Info Gresik sebagai agensi media digital. Info Gresik menggunakan ketiga strategi tersebut sesuai dengan visi dan misi yang digagas sebelumnya. Menciptakan kedekatan antara media dengan warga sekitar menjadi salah satu bentuk strategi yang tepat untuk meramaikan lapak media sosial sebagai tempat bertukar informasi dan berkomunikasi. Kemudian secara pengelolaan informasi juga melalui proses yang semestinya sehingga pembaca menaruh kepercayaan kepada Info Gresik sebagai media lokal yang aktual dalam penyampaian informasi.

Selain itu Info Gresik juga pandai mengoptimalkan sisi positif Instagram. Strategi yang dilakukan Info Gresik dengan mengoptimalkan fitur-fitur Instagram terbukti mampu menarik pembaca untuk meramaikan akun media sosial Info Gresik. Info Gresik juga dikelola dengan maksimal dengan memperhatikan perkembangan konten-konten yang sedang trend, kemudian juga dibarengi interaksi di beberapa fiturnya. Kedekatan dengan warga lokal akan semakin kuat dengan mengoptimalkan fitur yang ada.

Strategi ketiga menunjukkan bahwa Info Gresik pandai mencari peluang. Dalam hal ini bisnis Info Gresik sebagai agensi digital yang berkembang pesat dengan

berbagai jenis promosi mulai dari UMKM hingga brand ternama. Hal ini menandakan bahwa engagement Info Gresik sangat besar sehingga patut menjadi contoh media lain dalam memanfaatkan peluang media sosial.

Saran

Saran kepada media Info Gresik, sebaiknya memperhatikan visi dan misi awal ketika mimpi yang digagas ingin memperkenalkan Gresik dengan identitas yang lain, namun apa yang ada di unggahan Info Gresik sangat berbeda. Unggahan yang mendominasi adalah konten dari pengiklan atau promosi. Kedepannya semoga menjadi evaluasi agar tidak melupakan mimpi awal dan isi unggahan bisa lebih berimbang.

Saran kepada peneliti selanjutnya jika melakukan penelitian tentang pengelolaan media sosial, sebaiknya mengulik kisah yang mendalam tentang motif dibalik pemilik akun. Selain itu juga perlu mengulik perkembangan strategi dari waktu ke waktu. Hal itu patut dilakukan untuk mengetahui bagaimana perkembangan pengelolaan akun di media sosial untuk kebutuhan pemilik media maupun masyarakat umum yang menggeluti bidang media sosial

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, A. S. (2016) (1). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140157.
<https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- Rohmiyati (2018). Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media. Volume 2 (1): 29-42, 2018 Copyright ©2018, ISSN: 2598-3040 online Available Online at: <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/anuva>
- Sutrisno A.P, Mayangsari I.D (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers
- Romli, A. S. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung. : Nuansa Cendikia
- Maharani, T., & Pasandaran, C. (2018). The Meaning of Online Media Journalist Professionals. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2),68-89.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v9i2.816>
- David, Fred R. 2011. *Strategic Management: Concepts and Cases*. New Jersey: Prentice Hall.
- Muhammad, Suwarsono. 2008. *Manajemen Strategik: Konsep dan Kasus*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- DF. Mubaraq (2018). Analisis teks media sebuah pengantar risetjurnalistik. Diakses dari http://books.google.co.id/books?id=05MOEAAAQBAJ&dq=intitl+e:Jurnalistik+Online&hl=&source=gbs_api
- Brogan, C. (2010). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Gamble, Teri, dan Michael. *Communication works*. Diakses dari laman : <https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/meulaboh/id/data-publikasi/artikel/2862-media-sosial.html>
- Heinich, R., Molenda, M., Russell, J. D., & Smaldino, S.E. 2002. *Instructional media and technology for learning*, 7th edition. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Criticos, C. 1996. *Media selection*. Plomp, T., & Ely, D. P. (Eds.): *International Encyclopedia of Educational Technology*, 2nd edition. New York: Elsevier Science, Inc.
- Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Yosdakarya, 2006.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Ishadi SK, dalam Simposium Nasional Kajian Manajemen Media 2009 diakses dari laman <http://www.uui.ac.id>
- Maryani, E., Priyadharna, S.W., Janitra, P.A., & Rahmawan, D. (2020). Advokasi media lokal untuk praktisi media di Kota Bandung. Riau
- Aldridge, M. (2007). *Understanding the Local Media*. Open University Press
- Nielsen, R. K. (Eds.). (2015). *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*. I.B Tauris Franklin, B. (Eds.). (1998). *Local Journalism and Local Media*. Routledge
- Mukka P, Haviansha S (2019). Strategi Komunikasi Pt Ertri Indonesian Dalam Menjaga Eksistensi Sebagai Digital Agency. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Vol. 2, No. 1, (Maret 2019) 41 - 53
- Taken Smith, K. (2012). Longitudinal study of digital marketing strategies targeting Millennials. *Journal of Consumer Marketing*, 29(2), 86–92. <https://doi.org/10.1108/07363761211206339>
- Grönroos, C., & Gummerus, J. (2014). The service revolution and its marketing implications: Service logic vs service-dominant logic. *Managing Service Quality*, 24(3), 206–229. <https://doi.org/10.1108/MSQ-03-2014-0042>
- Shouman, L. (2020). The Use of Celebrity Endorsement in Social Media Advertising and its Impact on Online Consumers ' Behavior: The Lebanese Scenario. 1–6. <https://doi.org/10.1145/3409929.3409930>
- Lewanmeru, Ini Peringatan Dewan Pers Bagi Media Online di Indonesia. PosKupang.com.<http://kupang.tribunnews.com/amp/2018/08/29/ini-peringatan-dewan-pers-bagi-media-online-di-indonesia>
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi*, Semberosa Rekatama Media, 2015: Bandung, hal. ix -x
- H. M. Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Kencana, 2009: Jakarta, hal. 323