

EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PEMASARAN POLIBATAM PRESS

Alimul Qadri^{1)□}, Nanik Lestari^{2)□}

Jurusan Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Batam

Info Artikel

Diserahkan Agustus 2021
Diterima September 2021
Diterbitkan September 2021

Kata Kunci:

Media Sosial, Efektivitas,
Media Pemasaran, Polibatam
Press

Abstrak

Laporan studi ini membahas tentang efektivitas media sosial sebagai media Polibatam Press. Penelitian laporan studi ini dilakukan pada pelanggan & media sosial yang Polibatam Press gunakan yaitu Instagram, Facebook, Youtube, Twitter & WhatsApp sebagai media pemasaran. Tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui media sosial apakah yang memberikan efek terbesar bagi Polibatam Press. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode analisis deskriptif dan metode pengumpulan datanya dilakukan dengan teknik survei dan analisis dokumentasi, adapun survei dilakukan menggunakan google form dengan jumlah 17 responden yang disurvei. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa Instagram adalah media sosial yang paling efektif digunakan sebagai media pemasaran Polibatam Press saat ini berdasarkan hasil survei dengan pelanggan yaitu Instagram Polibatam Press digunakan oleh 64.7%, pelanggan, diketahui oleh 82% pelanggan dan diikuti oleh 53% pelanggan serta dari hasil analisis dokumentasi Instagram dapat menjangkau 490-550 akun. Serta Instagram adalah media sosial yang mengarahkan pelanggan menggunakan jasa Polibatam Press karena banyak pelanggan yang mengetahui Instagram Polibatam Press dan menampilkan informasi yang lengkap.

© 2021 Indonesia

□ Alamat Korespondensi: nanik@polibatam.ac.id²

Tower A Jurusan Manajemen Bisnis
Politeknik Negeri Batam

E-mail: alimulqadri9@gmail.com¹ nanik@polibatam.ac.id²

ISSN 2548-9909

1. Pendahuluan

Media sosial adalah suatu wadah atau medium di internet yang memungkinkan sehingga penggunaannya dapat mempresentasikan dirinya agar dapat berinteraksi, berkomunikasi, bekerjasama dan berkomunikasi dengan pengguna media sosial lainnya sehingga membuat sebuah ikatan sosial secara virtual Nasrullah (2016). Media sosial sebagai sebuah alat yang digunakan oleh konsumen untuk memberikan informasi dalam bentuk teks, audio, gambar dan video kepada orang lain dan perusahaan atau bisa juga sebaliknya Kotler dan Keller (2016). Ada banyak media sosial yang dikenal dan sering digunakan oleh masyarakat seperti *Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, & WhatsApp*. Seseorang menggunakan media sosial untuk berbagai alasan seperti berkomunikasi, *update* berita, mengikuti trend, eksistensi diri dan lain-lain. Dalam media sosial para penggunaannya dapat berbagi informasi dalam bentuk tulisan, foto ataupun video yang dapat dilihat oleh orang yang saling mengikuti, berteman ataupun dapat dilihat secara publik, saat ini media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai media berbagi foto atau video biasa melainkan juga dimanfaatkan oleh para pebisnis sebagai media pemasaran.

Berdasarkan penelitian terdahulu dari Purbohastuti (2017) pemasaran yang dilakukan melalui media sosial lebih efektif karena lebih mudah serta dapat diakses kapan dan dimanapun. Menurut Putra (2018) komunikasi dalam pemasaran dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Menurut Mutakin dan Lestari (2020) Pemasaran melalui media sosial harus dioptimalkan dengan mengupgrade akun media sosial yang digunakan menjadi akun bisnis sehingga dapat dilakukan evaluasi terkait interaksi di media sosial.

Polibatam Press yang terletak di Gedung Mohamad Nasir lantai 1 Politeknik Negeri Batam merupakan salah satu unit Politeknik Negeri Batam yang beroperasi dalam bidang penerbitan buku dan percetakan. Program Pengembangan Usaha Produk Intelektual Kampus (PPUPIK) yang mulai beroperasi pada tahun 2017 ini, memiliki misi untuk meningkatkan publikasi buku dan karya ilmiah di lingkungan kampus Politeknik Negeri Batam. Produk yang dihasilkan berupa hasil cetak seperti buku dalam bentuk cetak & *ebook* ber-ISBN, *ex-banner*, kartu nama, sertifikat, poster, brosur dan lain-lain.

Dalam memasarkan produknya Polibatam Press menggunakan media sosial seperti *Facebook, Instagram, Twitter, Youtube* dan *WhatsApp*. Polibatam Press selalu melakukan *update* di semua media sosial yang digunakan

dengan selalu mem-*posting* konten berupa foto atau video setiap minggunya untuk menarik minat pelanggan agar menggunakan jasa Polibatam Press, terutama dosen, karyawan dan mahasiswa yang ada di Politeknik Negeri Batam, dalam pemasarannya menggunakan media sosial, Polibatam Press mem-*posting* foto atau video yang sama di setiap media sosial yang digunakan, namun belum diketahui media sosial apa yang paling banyak diketahui oleh konsumen dan media sosial apa yang paling luas dalam menjangkau konsumen atau calon konsumen sehingga konsumen mendapatkan informasi tentang Polibatam Press. Dengan media sosial yang paling efektif tersebut dapat diketahui dari mana pelanggan mendapatkan informasi terkait produk atau penawaran yang diberikan sehingga menarik pelanggan menggunakan jasa Polibatam Press

Untuk itu agar pemasaran yang dilakukan lebih efektif dan penjualannya meningkat, Polibatam Press perlu mengetahui media sosial apa yang paling memberikan efek terbesar bagi Polibatam Press dalam menarik minat pelanggan menggunakan jasa Polibatam Press, sehingga nantinya pemasaran yang dilakukan akan lebih berfokus ke media sosial yang paling berefek tersebut dengan mem-*posting* konten sesuai dengan karakteristik media sosial tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis mengidentifikasi masalah yaitu belum diketahui media sosial apa yang memberikan efek terbesar bagi Polibatam Press.

2. Metode

2.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah 20 pelanggan yang menggunakan jasa Polibatam Press sejak Polibatam Press menggunakan media sosial sebagai media pemasaran, dari 20 responden hanya 17 responden (85%) yang mengisi kuesioner yang diberikan

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode analisis deskriptif, metode pengumpulan data dilakukan dengan teknik survei dengan kuesioner dan analisis dokumentasi, adapun survei dilakukan menggunakan media *google form* kepada pelanggan Polibatam Press. Penulis menggunakan metode pengumpulan data survei dan analisis dokumentasi. Data yang diperoleh merupakan data hasil kuesioner yang akan disajikan dalam bentuk paragraph dan grafik, serta untuk analisis dokumentasi data yang didapatkan berasal dari media sosial yang digunakan oleh Polibatam Press sebagai media pemasaran yaitu *Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, & WhatsApp*. Dari data hasil survei

penulis akan menyajikan dalam bentuk paragraph dengan gambar ilustrasi untuk pertanyaan *open question*, dan grafik untuk pertanyaan yang jawabannya dapat dipilih lebih dari 1, dan penulis juga akan melakukan analisis deskriptif per item pertanyaan, hal ini dilakukan untuk melihat bagaimana pemasaran Polibatam Press dari sudut pandang pelanggan yang menggunakan jasa Polibatam Press. Untuk analisis dokumentasi, penulis akan memaparkan data dari semua media sosial Polibatam Press untuk melihat media sosial apa yang paling banyak berinteraksi dan menjangkau pelanggan/calon pelanggan Polibatam Press. Selanjutnya penulis membandingkan hasil survei dengan analisis dokumentasi untuk setiap media sosial Polibatam Press, hal ini dilakukan untuk melihat media sosial apa yang paling banyak diketahui pelanggan saat ini dan paling luas dalam menjangkau pelanggan atau calon pelanggan. Penulis melakukan identifikasi terkait media sosial mana yang mengarahkan pengguna untuk menggunakan jasa Polibatam Press berdasarkan transaksi yang sebelumnya dilakukan pelanggan dengan mencocokkan kepada jawaban kuesioner sehingga dapat diketahui media sosial mana yang efektif digunakan sebagai media pemasaran oleh Polibatam Press saat ini.

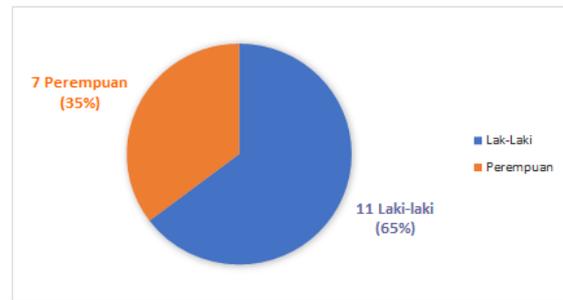
3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa Polibatam Press. Saat Polibatam Press menggunakan *Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, & WhatsApp* sebagai media pemasaran. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan yang terhitung sejak tanggal 01 Juli 2020 sampai dengan 30 Desember 2020. Penulis menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner secara *online* dengan media *google form* kepada 20 pelanggan Polibatam Press, penyebaran kuesioner dilakukan selama kurang lebih 1 bulan, dari tanggal 1 – 29 desember 2020. Dari 20 responden hanya 17 responden yang mengisi kuesioner yang penulis berikan. Dari hasil penyebaran kuesioner, berikut adalah karakteristik responden Polibatam Press berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner menggunakan *google form*, dapat diketahui rata-rata usia responden adalah sebagai berikut:

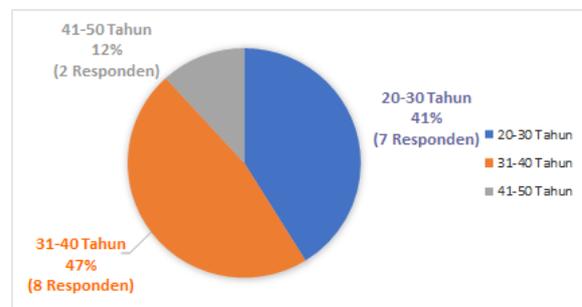


Grafik 1 : Jenis Kelamin Responden
Sumber : Olahan sendiri, 2021

Dari grafik 1 diatas dapat dilihat ada 11 responden laki-laki dan 6 perempuan dengan persentase maka laki-laki sebesar 65% dan perempuan sebesar 35%. Sehingga dapat disimpulkan kebanyakan responden dalam penelitian ini adalah laki-laki

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner menggunakan *google form*, dapat diketahui rata-rata usia responden sebagai berikut:

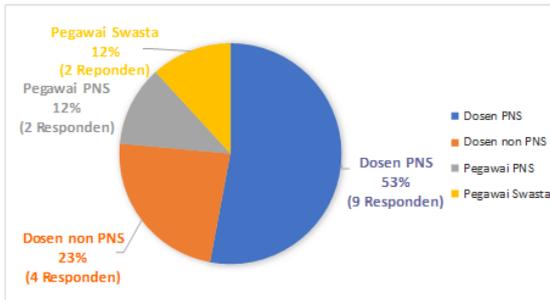


Grafik 2 : Usia Responden
Sumber : Olahan sendiri, 2021

Dari grafik 2 diatas dapat dilihat bahwa usia rata-rata responden dengan usia 31-40 tahun ada 8 responden dengan persentase 47%, 20-30 tahun ada 7 responden dengan persentase sebesar 41%, dan paling sedikit yaitu usia 41-50 tahun ada 2 pelanggan dengan persentase 12%. Sehingga dapat disimpulkan usia responden dalam penelitian ini kebanyakan antara 31-40 tahun.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner menggunakan *google form*, dapat diketahui pekerjaan responden adalah sebagai berikut:



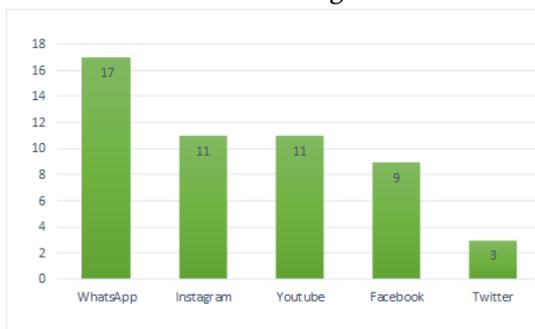
Grafik 3 : Pekerjaan Responden
Sumber : Olahan sendiri, 2021

Dari grafik 3 diatas dapat dilihat bahwa pekerjaan 9 reponden yang menggunakan jasa Polibatam Press adalah dosen PNS dengan persentase sebesar 53%, 4 reponden adalah dosen non PNS dengan persentase 23%, 2 responden adalah pegawai PNS dengan persentase 12%, dan 2 responden adalah pegawai pegawai swasta dengan persentase 12%. Sehingga dapat disimpulkan kebanyakan pekerjaan respon adalah Dosen PNS

3.2 Survei Dengan Kuesioner Media Sosial Yang Sering Digunakan, Diketahui, dan Diikuti Oleh Pelanggan Polibatam Press

Penulis menganalisis secara deskriptif terhadap jawaban responden mengenai media sosial yang sering pelanggan gunakan, media sosial Polibatam Press yang pelanggan ketahui dan ikuti.

- Jawaban pelanggan terkait pertanyaan “media sosial apakah yang sering pelanggan gunakan dan alasan menggunakan media sosial tersebut” adalah sebagai berikut:



Grafik 4: Media Sosial Yang Sering Digunakan Pelanggan Polibatam Press
Sumber : Olahan sendiri, 2021

Berdasarkan grafik 4 dapat diketahui bahwa ada pelanggan yang menggunakan lebih dari 1 media sosial. Dari ke 17 pelanggan, ke 17 pelanggan menggunakan *WhatsApp*, 11 pelanggan juga menggunakan *Instagram*, 11 pelanggan juga menggunakan *Youtube*, 9 pelanggan juga menggunakan *Facebook* dan 3 pelanggan juga

menggunakan *Twitter*, sehingga dapat disimpulkan bahwa *WhatsApp* adalah media sosial yang paling banyak digunakan oleh pelanggan. Adapun alasan pelanggan menggunakan media sosial tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



kebanyakan pelanggan menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, mudah digunakan, banyak digunakan, informasi cepat didapat dan selalu *update*, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.2 diatas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa alasan kebanyakan pelanggan menggunakan media sosial adalah untuk berkomunikasi.

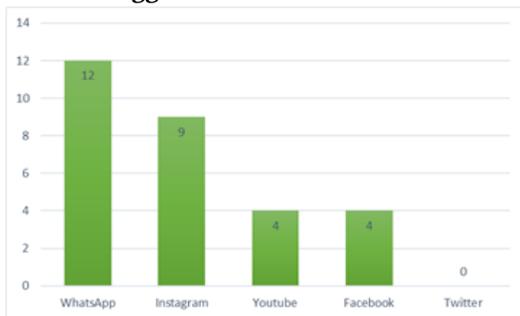
Media Sosial Yang Diketahui Oleh Pelanggan Polibatam Press



Grafik 4 : Media Sosial Polibatam Press yang Diketahui Oleh Pelanggan
Sumber : Olahan sendiri, 2021

Berdasarkan grafik 5 dapat diketahui bahwa pelanggan mengetahui lebih dari 1 media sosial Polibatam Press. Dari ke 17 pelanggan *Instagram* merupakan media sosial yang paling diketahui, yaitu diketahui oleh 14 pelanggan, 12 pelanggan juga mengetahui *WhatsApp*, 8 pelanggan juga mengetahui *Facebook*, 7 pelanggan juga mengetahui *Youtube*, dan 2 pelanggan juga mengetahui *Twitter*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Instagram* adalah media sosial yang paling diketahui pelanggan

Media Sosial Polibatam Press yang Diikuti Oleh Pelanggan

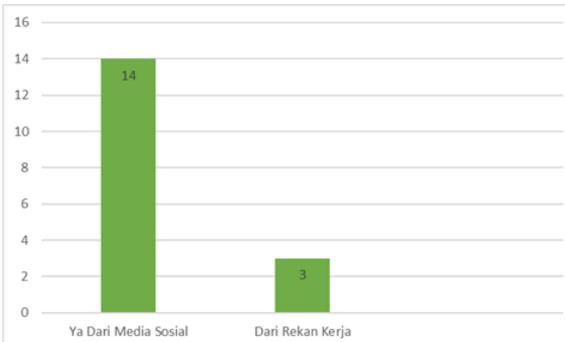


Grafik 5 : Media Sosial Polibatam Press Yang Diikuti Oleh Pelanggan
 Sumber : Olahan sendiri, 2021

Berdasarkan grafik 6 dapat diketahui bahwa pelanggan mengikuti beberapa media sosial Polibatam Press, dari 17 pelanggan *WhatsApp* adalah media sosial yang paling banyak diikuti yaitu diikuti oleh 12 pelanggan, 9 pelanggan juga mengikuti *Instagram*, 4 pelanggan juga mengikuti *Youtube*, 4 pelanggan juga mengikuti *Facebook*, dan dari ke 17 pelanggan tidak ada pelanggan yang mengikuti *Twitter* Polibatam Press. Sehingga dapat disimpulkan *WhatsApp* adalah media sosial yang paling banyak diikuti pelanggan

Ketertarikan Pelanggan Terhadap Pemasaran Melalui Media Sosial dan Alasan Pelanggan Memilih Menggunakan Jasa Polibatam Press
 Penulis melakukan analisis deskriptif per item pertanyaan untuk mengetahui informasi seperti apa yang pelanggan dapatkan melalui media sosial dan apakah pelanggan tertarik dengan informasi tersebut, serta alasan pelanggan memilih menggunakan jasa Polibatam Press.

Apakah Pelanggan Mendapatkan Informasi Polibatam Press Melalui Media Sosial



Grafik 6 : Apakah Pelanggan Mendapatkan Informasi Mengenai Polibatam Press Melalui Media Sosial
 Sumber : Olahan sendiri, 2021

Berdasarkan grafik 4.7 dari 17 pelanggan, 14 pelanggan mendapatkan informasi Polibatam

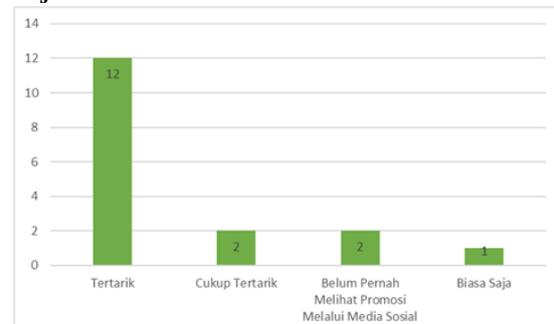
Press melalui media sosial adapun 3 pelanggan lainnya mendapatkan informasi Polibatam Press melalui rekan kerja/kolega. Sehingga dapat disimpulkan kebanyakan pelanggan mendapatkan informasi mengenai Polibatam Press melalui media sosial. Adapun informasi yang pelanggan dapatkan sebagai berikut:



Gambar 2 : Informasi Yang Pelanggan Dapatkan Melalui Media Sosial
 Sumber : Olahan sendiri, 2021

Berdasarkan gambar 2 informasi yang pelanggan dapatkan informasi terkait penerbitan/percetakan buku, produk yang dihasilkan, testimoni pengguna, dan informasi pelayanan Polibatam Press. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kebanyakan pelanggan memang mendapatkan informasi mengenai Polibatam Press melalui media sosial

Apakah Kegiatan Promosi Yang Dilakukan Membaut Pelanggan Menggunakan Jasa Polibatam Press, Jika Tertarik Mohon Dijelaskan



Grafik 7 : Apakah Kegiatan Promosi Yang Dilakukan Polibatam Press Membuat Pelanggan Tertarik Menggunakan Jasa Polibatam Press
 Sumber : Olahan sendiri, 2021

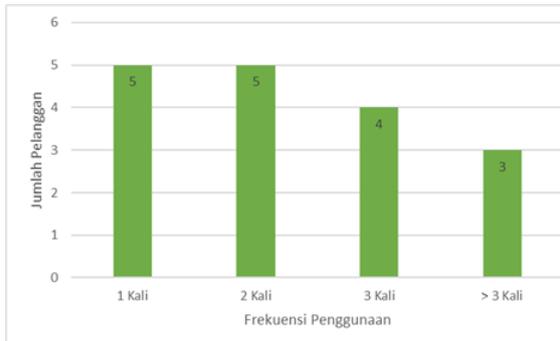
Berdasarkan grafik 8 dari 17 pelanggan, 12 pelanggan tertarik dengan promosi yang dilakukan Polibatam Press melalui media sosial adapun, 2 pelanggan cukup tertarik, 1 pelanggan menganggap promosi yang dilakukan melalui media sosial biasa saja, namun masih ada pelanggan yang belum mengetahui tentang promosi yang dilakukan Polibatam Press melalui media sosial karena belum mengikuti media sosial Polibatam Press. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan tertarik dengan promosi yang dilakukan Polibatam Press melalui media sosial, dan alasan pelanggan tertarik adalah sebagai berikut:



Gambar 3 : ketertarikan Pelanggan Terhadap Promosi Melalui Media Sosial
Sumber : Olahan sendiri, 2021

Berdasarkan gambar 3 menurut pelanggan promosi yang dilakukan Polibatam Press sangat informatif sehingga pelanggan mengetahui jenis produk yang dihasilkan oleh Polibatam Press, serta informasi mengenai promosi mudah didapatkan dan selalu *update*.

Berapa Kali Pelanggan Menggunakan Jasa Polibatam Press



Grafik 8 : Frekuensi Penggunaan Jasa Oleh Pelanggan Polibatam Press
Sumber : Olahan sendiri, 2021

Berdasarkan grafik 9 dapat diketahui bahwa pelanggan yang menggunakan jasa Polibatam Press sebanyak 1 kali ada 5 pelanggan, 2 kali ada

5 pelanggan, 3 kali ada 4 pelanggan, dan 3 pelanggan yang menggunakan jasa Polibatam Press lebih dari 3 kali. Sehingga dapat disimpulkan kebanyakan pelanggan menggunakan jasa Polibatam Press lebih dari 1 kali

Apakah Alasan Pelanggan Menggunakan Jasa Polibatam Press Daripada Penerbitan/Percetakan Lain? Mohon Dijelaskan.



Gambar 4 : Alasan Pelanggan Menggunakan Jasa Polibatam Press
Sumber : Olahan sendiri, 2021

Berdasarkan gambar 4 Alasan Pelanggan menggunakan jasa Polibatam Press daripada penerbitan/percetakan lain yaitu: karena tempat (*place*) yang strategis dan mudah dijangkau, orang (*people*) dimana pelayanan yang diberikan oleh karyawan membuat pelanggan puas sehingga merekomendasikan kepada rekan-rekannya, produk (*product*) yang ditawarkan memiliki kelengkapan yang berbeda dari penerbitan atau percetakan lain seperti HKI buku serta kualitas produk bagus sehingga pelanggan melakukan pemesanan lebih dari 1 kali atau pemesanan berulang, dan harga (*price*) dimana harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang dihasilkan. Sehingga alasan pelanggan menggunakan jasa Polibatam Press karena mudah dijangkau.

3.3 Analisis Dokumentasi

Analisis dokumentasi media sosial Polibatam Press dilakukan untuk melihat media sosial mana yang paling luas dalam menjangkau konsumen/calon konsumen dan bagaimana interaksi media sosial Polibatam Press dengan pengguna media sosial lain yang berhubungan dengan akun media sosial Polibatam Press, serta

untuk melihat media sosial mana yang paling banyak interaksinya dengan pengguna lain.

a. *Instagram*

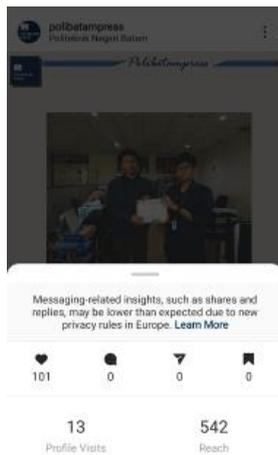
Polibatam Press menggunakan *Instagram* sebagai salah satu media pemasaran yang paling populer dikalangan masyarakat, *Instagram* Polibatam Press memiliki 515 *followers* dan 129 *following*.



Gambar 5 : *Instagram* Polibatam Press

Sumber : <https://www.instagram.com/polibatampress/>

Adapun salah satu *postingan Instagram*, paling banyak dapat menjangkau 542 akun dan memiliki 101 *likes*



Gambar 6 : *Posting-an Instagram* Polibatam Press

Sumber : <https://www.instagram.com/polibatampress/>

Setiap bulannya *Instagram* Polibatam Press dapat menjangkau sebanyak 490-550 akun, total *posting-an* yang dilihat pengguna lain perbulan sebanyak 3.400-3.500 kali, profil *Instagram* Polibatam Press dikunjungi sebanyak 190- 200 kali.

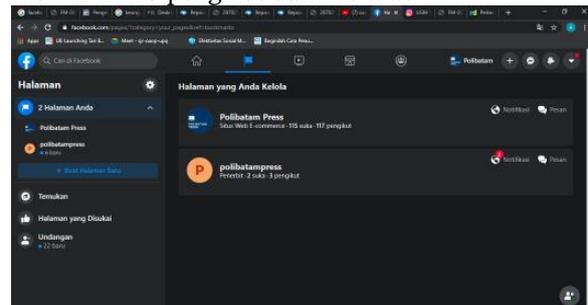


Gambar 7 : Jangkauan, Total *Posting-an* yang Dilihat dan Kunjungan Profil *Instagram* Polibatam Press

Sumber : <https://www.instagram.com/polibatampress/>

b. *Facebook*

Facebook adalah salah satu media sosial yang penggunaannya paling banyak di dunia. Untuk menggunakan *Facebook* sebagai media pemasaran, pebisnis harus menggunakan membuat *Facebook page (fanspage)* atau halaman *Facebook*, halaman *Facebook* sendiri adalah sebuah *platform* yang berbeda dengan profil *Facebook* biasa yang tujuannya adalah untuk bisnis, yang memungkinkan pebisnis untuk melakukan pemasaran dengan jangkauan pelanggan yang lebih luas karena memang dikhususkan untuk bisnis. Halaman *Facebook* Polibatam Press sendiri memiliki 117 pengikut dan 115 *likes*



Gambar 8 : Jumlah Pengikut dan *Like* Halaman *Facebook* Polibatam Press

Sumber : [Facebook.com/polibatam.press.3](https://www.facebook.com/polibatam.press.3)

Dalam sebulan tercatat halaman *Facebook* Polibatam Press hanya dikunjungi sebanyak 6 pengguna, jumlah pengguna lain yang melihat *posting-an* halaman Polibatam Press sendiri hanya 12 pengguna dan interaksi *posting-an* hanya 10 kali.



Gambar 9 : Jumlah Tayangan, Jangkauan *Posting-an* dan Interaksi Pengguna

Sumber : [Facebook.com/polibatam.press.3](https://www.facebook.com/polibatam.press.3)

Untuk mengenalkan Polibatam Press ke lingkungan sekitarnya, Polibatam Press juga memiliki profil *Facebook* biasa, tercatat profil *Facebook* Polibatam Press memiliki 926 teman. Adapun pengguna atau teman yang masih aktif kebanyakan adalah civitas akademika Politeknik Negeri Batam hal ini dapat dilihat berdasarkan *posting-an* pengguna lain yang berteman dengan *Facebook* Polibatam Press, adapun *posting-an* Polibatam Press di profil *Facebook* biasa paling banyak hanya memiliki jumlah 9 *likes*.



Gambar 10 : *Posting-an Facebook* Polibatam Press

Sumber : [Facebook.com/polibatam.press.3](https://www.facebook.com/polibatam.press.3)

c. *Twitter*

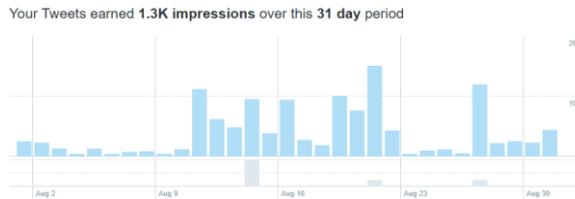
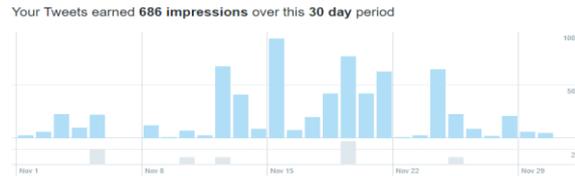
Twitter Polibatam Press yang baru mulai aktif di bulan agustus 2020 tercatat hanya memiliki 15 *followers* dan 4 *following*,



Gambar 11 : *Twitter* Polibatam Press

Sumber : <https://twitter.com/Presspolibatam>

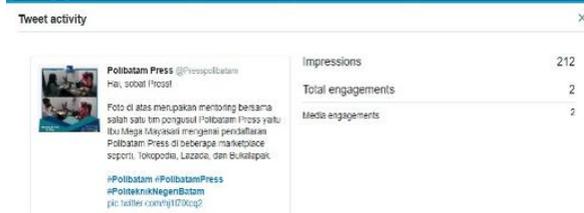
tweets yang dilihat *pengguna* lain perbulannya sebanyak 680-1300 kali, adapun interaksi dengan *pengguna* lain kurang dari 15 *pengguna* lain setiap bulannya,



Gambar 12 : Jumlah *Tweets* yang Dilihat *Pengguna* Lain Perbulan

Sumber : <https://twitter.com/Presspolibatam>

Adapun salah satu *postingan Twitter*, paling banyak dilihat sebanyak 212 kali oleh *pengguna* lain, namun hanya berinteraksi dengan 2 *pengguna* lain.



Gambar 13 : *Posting-an Twitter* Polibatam Press

Sumber : <https://twitter.com/Presspolibatam>

Twitter adalah media sosial yang memfokuskan pada *posting-an* berupa tulisan/*tweets*, jika ingin memasarkan produk melalui *Twitter*, pebisnis tidak bisa hanya dengan mem-*posting* foto atau video biasa melainkan juga harus menambahkan *caption*/mem-*posting* tulisan yang unik dan inspiratif sesuai dengan bidang bisnisnya, karena objek utama *Twitter* bukanlah foto melainkan tulisan / *tweets*, serta pebisnis harus terus meng-*update* berbagai macam hal yang menarik, unik dan inspiratif berkaitan dengan bisnis yang digeluti. Informasi di *Twitter* berisi tulisan-tulisan yang frekuensi perputarannya sangat cepat sehingga jika hanya mem-*posting* konten sesekali bisa-bisa akan tertutup oleh *posting-an* lain. *Twitter* memiliki kekurangan dalam meng-*upload* gambar dimana kualitas dari gambar tersebut akan menurun ketika di-*upload*.

d. *Youtube*

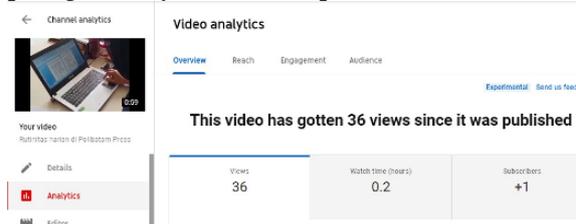
Polibatam Press menggunakan *Youtube* untuk mem-*posting* konten berupa video pendek berdurasi kurang dari 2 menit seperti kegiatan sehari-hari, pengenalan produk, testimoni dari pelanggan, mentoring pengurus, dan lain-lain. *Youtube* Polibatam Press sendiri yang sudah ada

dan digunakan sejak tahun 2019 namun hanya memiliki 22 *subscriber*.



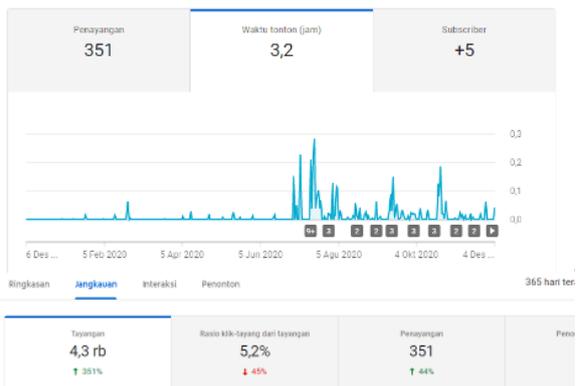
Gambar 14 : Youtube Polibatam Press
Sumber : https://www.YouTube.com/channel/UCIxA_Uk2-C-IROOjZF2pzjA

Adapun salah satu unggahan video *Youtube*, paling banyak mendapatkan 36 *views*



Gambar 15 : Jumlah Penayangan dan Waktu Tonton Unggahan *Youtube* Polibatam Press

Dalam satu tahun *terakhir* video *Youtube* Polibatam Press ditonton sebanyak 351 kali/30-60 kali setiap bulannya. waktu tonton video Polibatam Press sebanyak 3,2 jam, jumlah penayangan video *Youtube* Polibatam press kepada pengguna lain sebanyak 4.300 kali tayangan/pertahun atau 350-550 setiap bulannya.



Gambar 16 : Jumlah Penayangan dan Waktu Tonton *Youtube* Polibatam Press
Sumber : https://www.YouTube.com/channel/UCIxA_Uk2-C-IROOjZF2pzjA

dari data yang ada jumlah tayangan *Youtube* Polibatam Press mulai meningkat pada bulan juli 2020 dimana Polibatam Press memperbaharui konten video yang di-*posting* dengan menambah

animasi pembuka yang bertema terang sehingga video yang ditonton menjadi lebih menarik.



Gambar 17 : Kenaikan Penonton *Youtube* Polibatam Press
Sumber : https://www.YouTube.com/channel/UCIxA_Uk2-C-IROOjZF2pzjA

e. *WhatsApp*

Polibatam Press menggunakan *WhatsApp* Business sebagai media komunikasi utama dengan pelanggan, dimana *WhatsApp* Business sendiri memudahkan pebisnis dalam berkomunikasi dengan pelanggan karena ada fitur-fitur seperti balas pesan otomatis, katalog produk dan lain-lain.

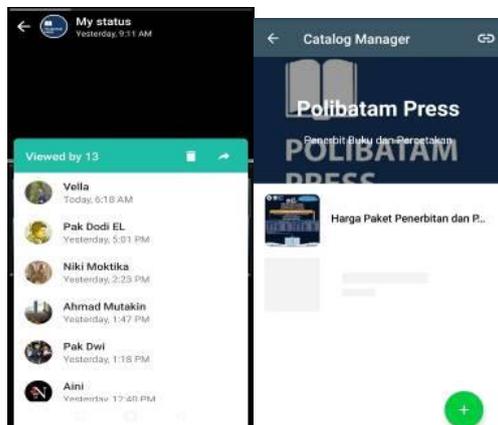


Gambar 18 : *WhatsApp* Business Polibatam Press
Sumber : *WhatsApp* Polibatam Press

Interface yang simple membuat banyak orang menggunakan *WhatsApp* sebagai media komunikasi utama. *WhatsApp* sendiri memang dikhususkan sebagai media komunikasi berupa *chat*, telepon dan *video call*, namun *WhatsApp* juga dapat digunakan sebagai media pemasaran dengan menggunakan fitur katalog produk dan *WhatsApp story*, katalog produk ini merupakan fitur yang tersedia bagi pengguna *WhatsApp* Business dimana pebisnis bisa memajang produk yang dipasarkan dengan cara mengklik katalog di profil *WhatsApp* Business, adapun untuk *WhatsApp story* antar pengguna harus saling menyimpan nomor telepon terlebih dahulu agar dapat melihat *posting-an* dari *WhatsApp story* tersebut.

Dalam pemasarannya menggunakan *WhatsApp*, Polibatam Press memanfaatkan fitur katalog produk dan *WhatsApp story*, namun untuk fitur katalog produk sendiri pebisnis tidak dapat melihat pengguna lain yang berinteraksi dengan *posting-an* tersebut, untuk *WhatsApp Story* pebisnis dapat mengupload *posting-an*

berupa teks, gambar, dan video yang akan muncul dan hilang dalam waktu 24 jam serta dapat melihat pengguna lain yang melihat *postingan WhatsApp* story tersebut.



Gambar 19 : *WhatsApp* Story dan Katalog Produk
Sumber : *WhatsApp* Polibatam Press

3.4 Media Sosial Yang Mengarahkan Pelanggan Untuk Menggunakan Jasa Polibatam Press

Setelah dilakukan perbandingan antara hasil survei dan analisis dokumentasi maka perlu diketahui media sosial apa yang mengarahkan pelanggan menggunakan jasa Polibatam Press. Dari hasil kuesioner diketahui bahwa *WhatsApp* dan *Instagram* adalah media sosial yang paling sering digunakan, paling diketahui dan paling banyak diikuti oleh pelanggan saat ini, dari hasil analisis dokumentasi dapat diketahui bahwa *WhatsApp* lebih cocok digunakan sebagai media komunikasi bukan sebagai media pemasaran, dan *Instagram* adalah media sosial yang lebih cocok digunakan sebagai media pemasaran.

Dari jawaban pelanggan yang sebelumnya melakukan transaksi dengan Polibatam Press berdasarkan hasil kuesioner, kebanyakan informasi yang pelanggan dapatkan adalah informasi terkait penerbitan/percetakan buku, produk lain yang dihasilkan, testimoni konsumen, dan pelayanan Polibatam Press. Informasi tersebut dapat dilihat secara keseluruhan melalui profile *Instagram* dengan hanya melihat *cover* dari konten yang diposting. Serta interaksi dengan pelanggan paling banyak di *Instagram* adapun interaksinya berupa *like postingan*, komen ataupun *view* dari *Instagram* Story, dan *profile visit*, untuk profile *Instagram* Polibatam Press sendiri ada informasi berupa nomor *WhatsApp* yang dapat dihubungi dan *link* video cara menerbitkan buku di Polibatam Press sehingga pelanggan dapat langsung terarah jika

ingin menggunakan jasa Polibatam Press dan bertanya lebih lengkap melalui *WhatsApp*. Untuk media sosial lain seperti *Facebook*, di profile hanya terdapat *link* video cara menerbitkan buku dan nomor telephone, di *Youtube* tidak ada informasi terkait kontak yang bisa dihubungi, dan di *Twitter* ada informasi yang lengkap terkait kontak yang dapat dihubungi, dan *link* video cara menerbitkan buku, namun tidak ada pelanggan yang mengikuti *Twitter* Polibatam Press.

4. Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk melihat media sosial mana yang memberikan efek terbesar bagi Polibatam Press. Manfaat penelitian ini adalah untuk melihat dari media sosial yang Polibatam Press gunakan yaitu, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, dan *WhatsApp*, media sosial apa yang paling diketahui pelanggan Polibatam Press dan media sosial manakah yang paling luas dalam menjangkau konsumen/calon konsumen, sehingga dapat diketahui media sosial mana yang memberikan efek terbesar bagi pemasaran Polibatam Press. Metode analisis yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah teknik survei dengan kuesioner menggunakan open question dan skala rating yang disebarakan secara online menggunakan media google form, dan teknik analisis dokumentasi.

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa *Instagram* adalah media sosial yang paling efektif digunakan sebagai media pemasaran Polibatam Press saat ini. Hasil survei dengan pelanggan yaitu, *Instagram* Polibatam Press digunakan oleh 11 pelanggan, diketahui oleh 14 pelanggan dan diikuti oleh 9 pelanggan, dari hasil analisis dokumentasi *Instagram* adalah media sosial yang jangkauannya paling luas dalam menjangkau pelanggan/calon pelanggan yaitu dapat menjangkau 490-550 akun. Berdasarkan jawaban pelanggan yang sebelumnya bertransaksi dengan Polibatam Press, *Instagram* adalah media sosial yang paling banyak mengarahkan pelanggan menggunakan jasa Polibatam Press karena *Instagram* paling sering digunakan, paling diketahui dan diikuti oleh pelanggan dibandingkan media sosial lain seperti *Facebook*, *Youtube*, dan *Twitter*, serta informasi yang pelanggan butuhkan seperti cara menerbitkan buku, kontak yang dapat dihubungi, produk yang dihasilkan, dan pelayanan yang diberikan secara keseluruhan dapat dilihat lebih mudah secara langsung melalui profile *Instagram*.

Implikasi Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat dikemukakan implikasi secara teoritis bahwa pemasaran melalui media sosial dapat menarik lebih banyak pelanggan dengan cara mempromosikan produk melalui media sosial, memberikan promosi-promosi yang menarik kepada pelanggan. Karena berdasarkan hasil kuesioner diketahui bahwa kebanyakan pelanggan mendapatkan informasi melalui media sosial Polibatam Press dan pelanggan yang belum mengikuti media sosial Polibatam Press mendapatkan rekomendasi untuk menggunakan jasa Polibatam Press dari rekan kerja, sehingga perlunya membangun dan mempunyai interaksi yang baik dengan pelanggan melalui media sosial.

Implikasi Manajerial

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan untuk mengetahui media sosial apa yang mengarahkan pelanggan menggunakan jasa Polibatam Press, mengetahui media sosial yang paling banyak interaksinya dengan pelanggan berdasarkan analisis dokumentasi yang telah dilakukan, dan perusahaan dapat memaksimalkan potensi dari media sosial yang di gunakan dengan cara menyesuaikan strategi pemasaran berdasarkan karakteristik media sosial yang digunakan.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih ditujukan kepada Bapak Uuf Brajawidagda, ST., MT., Ph.D selaku Direktur Politeknik Negeri Batam, Ibu Nanik Lestari, S.E., M.S. Ak, Ibu Mega Mayasari, S.E., M.Sc, Ibu Metta Santiputri, S.T., M.Sc., Ph.D, seluruh Dosen Politeknik Negeri Batam, dan Polibatam Press

Daftar Pustaka

- Beni, P. (2016). *Konsep dan Analisis Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah di Era Otonomi*. Jakarta Pusat: Taushia.
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Carr, C. T., & Hayes, R. T. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication, Volume 23*.
- Jumiatmoko. (2016). *WhatsApp Messenger Dalam Tinjauan Manfaat dan Adab 52-64*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prectice Hall, Inc*
- Mahendra, B. (2017). *Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram, 151-160*.
- Mardiasmo. (2017). *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta: Andi.

- Mutakin, A., & Lestari, N. (2020). Optimalisasi Strategi Pemasaran Pada Penerbit Polibatam Press. 185-192
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Putra, M. (2018). Efektivitas Media Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 212-231.
- Sibero, A. F. (2011). *Kitab Suci Web Programming*. Yogyakarta: Mediakom.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV.Alfabeta.
- Van, D. (2013). *The Network Society*. London: SAGE Publication

- <https://www.press.polibatam.ac.id>
<https://www.Instagram.com/polibatampress/>
<https://www.Facebook.com/polibatam.press.3>
https://www.Youtube.com/channel/UClxA_Uk2-C-IROQiZF2pziA
<https://Twitter.com/Presspolibatam>