

## DAMPAK ILMU MANAJEMEN DALAM MENGELOLA MEDIA SOSIAL SAAT INI

Sallima Zarli Lubis<sup>1</sup>, Ahmad Sampurna Rambe<sup>2</sup>, Nurhayati Br Sembiring<sup>3</sup>, Abdi Verdiansyah<sup>4</sup>, Emya Kampina<sup>5</sup>, Dimas Siswanda<sup>6</sup>  
[sallimazarlilubis@gmail.com](mailto:sallimazarlilubis@gmail.com)<sup>1</sup>, [ahmadsampurna@uinsu.ac.id](mailto:ahmadsampurna@uinsu.ac.id)<sup>2</sup>,  
[nurhayatisembiring70@gmail.com](mailto:nurhayatisembiring70@gmail.com)<sup>3</sup>, [verdiansyafabdi@gmail.com](mailto:verdiansyafabdi@gmail.com)<sup>4</sup>,  
[emyakampina036@gmail.com](mailto:emyakampina036@gmail.com)<sup>5</sup>, [dimassiswanda00@gmail.com](mailto:dimassiswanda00@gmail.com)<sup>6</sup>  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

### ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis terkait Dampak Ilmu Manajemen Dalam Mengelola Media Sosial Saat ini. Demikian metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan Kualitatif deskriptif. Data dihasilkan dan didapatkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian mendeskripsikan bahwa Ilmu manajemen memberikan dampak dalam pengelolaan media sosial pada saat sekarang ini. Social Media Management merupakan pemanfaatan ilmu manajemen dalam mengelola media sosial yang dapat memudahkan pelaku bisnis untuk mempromosikan produknya. Penggunaan social media management ini mengoptimalkan kehadiran media sosial sebagai media untuk berkomunikasi, sehingga penggunaannya selain untuk berkomunikasi di dalam masyarakat, bisa digunakan sebagai media pemasaran, politik maupun bidang lainnya.

**Kata Kunci:** Manajemen, Media Sosial, Komunikasi.

### PENDAHULUAN

Disiplin ilmu manajemen dapat didefinisikan sebagai kegiatan penelitian (teori) dan pengalaman (praktik) tentang desain dan implementasi pengetahuan manajerial. Lingkupnya adalah pengambilan keputusan dalam sistem sosial untuk mengatasi berbagai masalah yang belum tentu tampak di permukaan. Ilmuwan atau praktisi dapat memahami dan menjelaskan fenomena manajemen yang terjadi dalam dunia nyata dengan menguasai ilmu manajemen. (Simatupang : 2010).

Manajemen diartikan sebagai suatu proses, melihat bagaimana cara orang untuk mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan. Manajemen sebagai suatu ilmu dan seni, bagaimana aktivitas manajemen dihubungkan dengan prinsip-prinsip manajemen. Dari definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen adalah proses merencanakan, mengorganisasikan, memimpin dan mengendalikan pekerjaan anggota organisasi dan menggunakan semua sumber daya organisasi untuk mencapai sasaran organisasi yang telah ditentukan.

Pada era digital, media sosial saat ini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan ini meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial sebagai “suatu kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content” (Kaplan & Haenlin, 2010).

Perkembangan penggunaan media sosial di Indonesia sangat berkembang pesat. Menurut riset Nielsen menunjukkan tingkat pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia mencapai 26%. Orang Indonesia menghabiskan waktu 3-6 jam per hari untuk berinternet. Menurut ITC Watch, saat ini pengguna ponsel di Indonesia mencapai 180 Juta orang dari sekitar 220 juta penduduk Indonesia. Pengguna Instagram mencapai 22 Juta pengguna aktif

menurut dari siaran pers yang diterima CNN Indonesia.

Keberadaan media sosial sedikit banyaknya mengubah pola interaksi masyarakat. Pola interaksi dilakukan tanpa harus dalam satu ruang dan waktu bersamaan. Interaksi tatap muka tentu berkurang, karena waktu berinteraksi lebih banyak digunakan di media sosial. Fenomena pada saat sekarang ini dapat kita lihat bahwa hampir seluruh aspek kehidupan dapat diakses di media sosial. Dimulai pada komunikasi, penjualan, promosi barang, donasi dan lain sebagainya dapat dilakukan dari platform media sosial. Semakin berkembangnya penggunaan sosial media sebagai alat untuk berinteraksi menjadi suatu yang tidak tertolak terutama bagi semua kalangan khususnya generasi muda. Mempromosikan barang tidak hanya dengan satu media saja. Untuk menarik konsumen perusahaan harus mempunyai beberapa cara untuk menarik perhatian konsumen. Pada zaman ini, konsumen lebih banyak yang menikmati berbagai produk dari media sosial. Perusahaan pada umumnya lebih mengetahui keinginan konsumen saat ini. perusahaan harus lebih mengembangkan media untuk promosi sesuai dengan perkembangan zaman. Dari latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang dampak ilmu manajemen dalam mengelola media sosial saat ini.

## **METODOLOGI**

Penelitian adalah suatu cara pengumpulan data ilmiah dengan tujuan mendeskripsikan, mengembangkan dan menemukan pengetahuan dan teori guna memahami, memecahkan dan meramalkan permasalahan dalam kehidupan manusia (Sugiyono, 2012). Jenis penelitian yang dipakai pada penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dimaksud untuk menafsirkan kejadian-kejadian mengenai apa yang dipahami oleh subyek penelitian, contohnya karakter, pandangan, motivasi, tingkah laku secara holistic dengan cara menggambarkan menjadi bentuk naratif maupun bahasa serta tindakan lain-lain secara holistik (Moleong, 2010: 6). Deskripsi adalah penelitian observasi dan memiliki peran yang sangat berarti untuk membuat hipotesis ataupun persepektif seseorang mengenai berbagai elemen-elemen sosial (Bungin 2011: 69).

Pendekatan yang digunakan untuk melakukan penelitian terhadap permasalahan pokok yang diangkat adalah pendekatan konseptual. Pendekatan konseptual adalah pendekatan yang menggabungkan konsep-konsep praktis yang dapat dilaksanakan dari sudut pandang tertentu dan menjadi solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis data kualitatif dan deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan metode Library Research kemudian dianalisis menggunakan metode analisis data kualitatif dan deskriptif. Metode ini digunakan untuk memilah dan mengorganisasikan data yang telah diolah untuk memecahkan dan memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada (Yuliani, 2018).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Perkembangan media dalam kehidupan masyarakat merupakan perubahan sosial yang tidak dapat dihindari. Romli (2011) memberi penjelasan bahwa kedepannya ada tiga faktor penting yang membentuk media sosial menjadi media yang disukai oleh masyarakat modern, yakni: share, social, and speed. Aspek sosial(social) ialah disaat seseorang berinteraksi serta saling berbagi konten dengan sesama.

Dalam era digital yang terus berkembang, media sosial telah menjadi platform yang sangat penting dalam membangun dan mengelola bisnis. Manajemen media sosial melibatkan strategi, taktik, dan aktivitas yang dilakukan untuk memaksimalkan kehadiran dan dampak bisnis di platform-platform media sosial. Dalam artikel ini, kita akan

menjelajahi pentingnya manajemen media sosial dalam bisnis digital dan bagaimana melakukan manajemen media sosial yang efektif.

**Membangun Kehadiran dan Merek yang Kuat:** Media sosial adalah platform yang efektif untuk membangun kehadiran bisnis dan memperkuat citra merek. Melalui konten yang kreatif dan relevan, bisnis dapat menarik perhatian target audiens dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan potensial. **Interaksi dan Keterlibatan dengan Pelanggan:** Media sosial memungkinkan interaksi dua arah antara bisnis dan pelanggan. Melalui komentar, pesan pribadi, dan diskusi, bisnis dapat berkomunikasi langsung dengan pelanggan, menjawab pertanyaan, memberikan dukungan, dan mengumpulkan umpan balik. Ini membantu memperkuat ikatan dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka. **Pemasaran dan Promosi Efektif:**

Media sosial menyediakan saluran yang efektif untuk melakukan pemasaran dan promosi bisnis. Dengan menyasar audiens yang tepat dan menggunakan konten yang menarik, bisnis dapat meningkatkan visibilitas mereka, memperluas jangkauan, dan mendorong tindakan dari pengguna media sosial. **Penelitian Pasar dan Analisis:** Melalui media sosial, bisnis dapat mengamati tren, preferensi, dan perilaku pelanggan mereka. Dengan memantau aktivitas dan umpan balik dari pengguna media sosial, bisnis dapat mendapatkan wawasan berharga untuk melakukan penelitian pasar, mengidentifikasi peluang, dan mengarahkan strategi bisnis mereka.

Manajemen media sosial adalah bagian yang penting dalam bisnis digital. Dengan melibatkan audiens, membangun merek, dan menjalankan kampanye pemasaran yang efektif melalui media sosial, bisnis dapat memanfaatkan kekuatan platform ini untuk mencapai tujuan mereka. Dengan strategi manajemen media sosial yang tepat, bisnis dapat memperluas jangkauan mereka, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan memperkuat hubungan merek-pelanggan. Berikut adalah beberapa dampak ilmu manajemen dalam mengelola media sosial diantaranya sebagai berikut :

1. **Peningkatan Keterampilan Secara Manajerial**

Manfaat pertama, Mempelajari ilmu manajemen akan membantu Anda mengembangkan keterampilan manajerial yang diperlukan untuk menjadi seorang pemimpin yang efektif. Misalnya, Anda akan belajar tentang perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dalam pengelolaan sumber daya dan tim kerja.

2. **Pengambilan Keputusan yang Lebih Baik**

Manfaat kedua, Ilmu manajemen memberikan kerangka kerja yang sistematis dan analitis dalam pengambilan keputusan. Anda akan belajar tentang metode pengumpulan dan analisis data, evaluasi risiko, serta pemilihan strategi terbaik. Selain itu, hal ini akan membantu Anda membuat keputusan yang lebih baik dan lebih terinformasi.

3. **Pengembangan Keterampilan Komunikasi**

Manfaat ketiga, Sebagai seorang manajer, keterampilan komunikasi yang baik sangat penting. Dalam ilmu manajemen, Anda akan belajar cara berkomunikasi secara efektif dengan berbagai pihak, baik dalam presentasi, negosiasi, maupun komunikasi interpersonal. Kemampuan ini akan membantu Anda membangun hubungan yang baik dengan anggota tim, rekan kerja, dan pemangku kepentingan lainnya.

4. **Pemahaman tentang Dinamika Organisasi**

Manfaat keempat, Mempelajari ilmu manajemen akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang berbagai aspek organisasi, seperti struktur, budaya, dan proses kerja. Ini akan membantu Anda memahami bagaimana organisasi beroperasi dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan.

5. **Efisiensi dan Produktivitas yang Lebih Baik**

Manfaat Kelima, Ilmu ini dapat memberikan pengetahuan tentang teknik dan alat yang dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Selain itu, anda akan belajar tentang manajemen yang mencakup hal operasi, rantai pasokan, serta kualitas. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, Anda dapat mengidentifikasi dan mengimplementasikan perbaikan yang dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas di tempat kerja.

#### 6. **Pemahaman tentang Perubahan dan Inovasi**

Manfaat keenam, Pemahaman dalam perubahan dan inovasi dapat membantu Anda memahami bagaimana menghadapi perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis dan bagaimana mengelola inovasi. Yang terpenting, Kemampuan untuk beradaptasi dan berinovasi menjadi kunci kesuksesan di era yang terus berubah ini.

### **KESIMPULAN**

Social media management menjadi langkah atau strategi yang penting dalam proses mengelola konten sebagai salah satu cara untuk mempromosikan serta membangun brand awareness dari sebuah perusahaan. Hal ini menjadi sesuatu yang perlu diperhatikan karena dalam social media management terdapat langkah-langkah yang penting untuk diterapkan agar konten yang dihasilkan dapat mewakili identitas, karakter, serta nilai-nilai dari perusahaan tersebut.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>
- Karman. (2013). Riset Penggunaan Media dan Perkembangannya Kini - Researches on Media Uses And Its Development. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 17(1), 103–121.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v3i1.4428>
- Setiadi, A. (2014). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 16(1).