

Peran dan Fungsi Kemampuan Manajemen dalam Pengelolaan Media Sosial di Era Digital

Ahmad Sampurna¹, Dama Kania Harahap², Hadromi Alwi Lubis³, Manita Rahma Hasibuan⁴, Rabiathul Adawiyah⁵, Yoga Bali Prawira⁶

1,2,3,4,5,6Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

e-mail: ahmadsampurna@uinsu.ac.id¹, damakania3@gmail.com²,
hadromialwi@gmail.com³, manitahasibuan@gmail.com⁴,
rabiadwyh07@gmail.com⁵, yogaprawira00@icloud.com⁶,

Abstrak

Tulisan ini bertujuan untuk memahami peran dan fungsi manajemen dalam upaya mengelola media sosial di era digital. Jenis tulisan ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan hasil penelitian adalah studi literatur. Studi ini mencakup studi kepustakaan dengan mengumpulkan referensi dan rujukan dari buku serta jurnal yang dapat mendukung penelitian ini. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa peran dan strategi manajemen dalam mengelola media sosial di era digital melibatkan beberapa langkah. Pertama, merencanakan pengelolaan media sosial dengan matang. Kedua, melibatkan pengelolaan yang efektif terhadap media sosial, termasuk pemahaman akan target audiens dan platform media sosial yang digunakan. Ketiga, mengkoordinasikan konten-konten yang akan dimuat di media sosial agar sesuai dengan tujuan dan visi perusahaan. Terakhir, melakukan kontrol terhadap penggunaan media sosial, baik dalam segi feedback positif maupun negatif, untuk memahami dampaknya terhadap pengelolaan media sosial di era digital.

Kata kunci: *Manajemen, Media Sosial, Era Digital.*

Abstract

The goal of this essay is to comprehend management's tasks and responsibilities in relation to social media management in the digital age. This kind of writing uses a descriptive approach to qualitative research. Literature reviews are the means by which data and research findings are gathered. In order to gather references and citations from books and journals that can assist this research, a literature review is part of this study. The study's findings indicate that there are multiple phases involved in managing social media in the digital age, including roles and management tactics. First, carefully plan your social media management. Second, entails using social media platforms and target audience knowledge in conjunction with efficient social media management. Third, arranging the social media

content to be uploaded in a way that is consistent with the mission and goals of the business. Lastly, regulating social media use in order to comprehend its influence on social media management in the digital age, taking into account both positive and negative comments.

Keywords : *Management, Social Media, Digital Era.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini merupakan kemajuan pesat menuju digitalisasi. Masyarakat secara keseluruhan telah mengadaptasi gaya hidup baru di era digital yang tidak dapat dipisahkan dari penggunaan perangkat elektronik. Sebagian besar keinginan manusia kini dapat dipenuhi secara efektif melalui teknologi. Perbaikan positif yang dibawa oleh era digital dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya. Namun seiring dengan kemajuan tersebut, era digital juga membawa dampak positif dan negatif sehingga menimbulkan kesulitan baru dalam kehidupan manusia modern (Marysca, 2021). Salah satu keterampilan yang krusial pada era saat ini adalah kemampuan komunikasi. Kehadiran media massa sebagai alat komunikasi memenuhi kebutuhan ini, mengingat manusia merupakan makhluk sosial yang hidup dalam masyarakat (*zoon politicon*). Oleh karena itu, diperlukan interaksi dengan orang lain selain untuk meningkatkan potensi individu itu sendiri. Dalam konteks ini, perlu diyakini bahwa komunikasi harus dikelola, ditangani, dan diatur dengan cara yang tepat. Mengingat manusia adalah makhluk sosial, diharapkan mereka mampu mengikuti pola perkembangan saat ini dengan memiliki pemahaman yang mendalam tentang semua keterampilan yang terkait dengan komunikasi (Nadin et al., 2021).

Salah satu instrumen yang sangat vital dalam proses komunikasi adalah media massa. Sederhananya, masyarakat umum dapat secara efektif menerima berbagai macam informasi melalui proses komunikasi yang difasilitasi oleh media. Komunikasi massa berbeda dari jenis komunikasi lainnya, seperti komunikasi intrapersonal dan interpersonal, dalam beberapa hal. Saat ini, media sosial—salah satu jenis media massa—sangat penting dalam cara penyampaian informasi.(Anas & Adinugraha, 2017) Boyd dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah seperangkat perangkat keras dan perangkat lunak yang memungkinkan orang-orang dalam suatu komunitas berkumpul, berbagi, berinteraksi, dan bahkan bekerja sama atau bermain. Konten buatan pengguna (UGC), atau konten yang dibuat oleh pengguna, bukan oleh editor seperti di perusahaan media massa, dapat dilakukan di media sosial (Siregar, 2022).

Media sosial adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan alat teknis online yang digunakan untuk berbicara, bertukar ide, dan membina kontak. Saat ini, media sosial ada. Hal ini berdampak signifikan pada cara setiap orang memilih untuk berkomunikasi dengan orang lain. Permasalahan tersebut tidak hanya berdampak pada individu saja, namun juga berdampak pada lembaga pemerintah. Departemen hubungan masyarakat lembaga pemerintah beroperasi sebagai entitas terpisah dalam administrasi operasi pemerintah di bidang komunikasi dan informasi.(Widyaranti, H. Sawiji, 2020)

Meluasnya penggunaan media sosial dalam hampir setiap aspek kehidupan sehari-hari mempunyai pengaruh yang besar. Ada dampak baik dan negatif yang dapat mengganggu dan menghambat pertumbuhan baik individu maupun kelompok. akibat yang

baik adalah yang menunjang kehidupan. Akses mudah terhadap pengetahuan dan konektivitas interpersonal adalah dua manfaat penggunaan media sosial. Anak-anak dan remaja dapat menggunakan media sosial sebagai alat untuk membantu mereka belajar lebih banyak, berkomunikasi dengan teman dengan lebih mudah, dan menyelesaikan proyek sekolah. Di sisi lain, dampak buruk juga harus diperhitungkan. Penggunaan media sosial memungkinkan anak-anak dan remaja terpapar konten yang tidak sesuai dengan usia mereka. Pertumbuhan mereka mungkin terkena dampak negatif dari konten yang tidak pantas atau berpotensi membahayakan. Selain itu, terdapat risiko signifikan terkait anak-anak dan remaja yang melakukan kontak dengan orang atau kelompok yang dapat mengancam kehidupan mereka. Ancaman terhadap kesehatan mental dan emosional mereka termasuk cyberbullying, eksploitasi internet, dan konsumsi konten berbahaya. Oleh karena itu, sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman anak-anak, remaja, dan orang tua tentang penggunaan media sosial secara bertanggung jawab. Anak-anak dan remaja dapat terlindungi dari potensi bahaya penggunaan media sosial melalui pengawasan orang tua, pengaturan privasi, dan pendidikan tentang kelebihan dan kekurangan media sosial (Rully Khairul Anwar, 2017).

Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet, media online menjadi lebih lazim. Media online merupakan media yang relatif baru yang memungkinkan penyebaran informasi tanpa banyak hambatan sebelumnya. Media online dapat diakses kapan saja dan dari mana saja selama pengguna mempunyai akses terhadap internet dan dapat terhubung dengan suatu jaringan untuk mengakses World Wide Web (www). Berikut beberapa dampak maraknya media online: bermunculannya media sosial seperti blog, YouTube, Facebook, Instagram, dan Twitter (Fikhasari & Aji, 2019). Dalam penggunaan media sosial, tentunya dibutuhkan manajemen yang baik agar proses pertukaran informasi melalui media internet dapat berjalan dengan baik dan efektif. Era digital telah menghasilkan sejumlah perkembangan dan pemanfaatan yang bermanfaat, layak dan bermanfaat. Namun era digital juga memiliki banyak kelemahan sehingga menjadi tantangan baru bagi mereka yang hidup di zaman sekarang. Era digital telah membawa tantangan pada sejumlah bidang, antara lain politik, ekonomi, sosial budaya, keamanan, pertahanan, dan teknologi informasi itu sendiri (Setiawan, 2017). Manajemen memiliki pengaruh yang besar terhadap dampak yang diberikan media baru. Sehingga manajemen media sosial benar-benar dibutuhkan.

Kita sering menjumpai kata "manajemen". Di tempat-tempat di mana media massa juga dikelola. Di sisi lain, terdapat banyak interpretasi dan perspektif tentang manajemen. Pada kenyataannya, definisi manajemen dan manajemen media massa saling terkait erat. Anda akan dapat memahami apa yang dimaksud dengan manajemen media massa dari pemahaman manajemen ini. Mengelola adalah apa yang diperlukan oleh manajemen. Mengenai peraturan, permasalahan, prosedur, dan pertanyaan mengenai apa yang diatur, oleh siapa, mengapa perlu diatur, dan untuk alasan apa yang timbul. Selain analisis, penetapan tujuan, dan penetapan tugas dan kewajiban, manajemen juga melakukan hal-hal tersebut dengan benar, efektif, dan efisien. Manajemen, terkadang disebut juga sebagai manajemen, adalah suatu proses yang melibatkan pengorganisasian, pengarahan, koordinasi, dan pengendalian. Oleh karena itu, pengorganisasian, pengarahan,

pengkoordinasian, dan pengelolaan merupakan elemen-elemen yang membentuk inti dari konsep manajemen ini (Nadin et al., 2019).

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti memiliki minat untuk mengkaji peran manajemen dalam mengelola media sosial di era digital, mencakup berbagai bidang secara umum. Tujuan penelitian ini adalah memberikan manfaat kepada para praktisi media terkait strategi pengelolaan dan pengendalian penggunaan media sosial pada era digital. Pentingnya kemampuan manajemen dalam pengaruhnya terhadap proses distribusi pesan, terutama dalam konteks media massa, khususnya media sosial, juga akan menjadi fokus penelitian ini.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Tanpa menggunakan figur apa pun, temuan penelitian diberikan dalam bentuk percakapan dalam bentuk kata dan kalimat. Memahami kedudukan dan fungsi manajemen dalam pengelolaan media sosial di era digital menjadi tujuan penelitian ini. Metode penelitian kepustakaan merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh data. Proses melakukan penelitian kepustakaan meliputi pengumpulan bahan-bahan penelitian, seperti buku, jurnal, dan tulisan-tulisan yang mendukung penelitian, kemudian penulis menganalisis informasi tersebut untuk memperoleh kesimpulan penelitian dari tinjauan pustaka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam upaya meningkatkan kemampuan manajemen media sosial, penerapan fungsi-fungsi dasar dalam manajemen menjadi krusial. Pertama, melalui perencanaan yang matang, identifikasi tujuan yang jelas dan rancang strategi untuk mencapainya, termasuk penentuan audiens target, jenis konten, dan penjadwalan posting. Pengorganisasian tim manajemen media sosial juga menjadi langkah penting, dengan menentukan struktur organisasi yang efisien dan membimbing tanggung jawab masing-masing anggota tim. Pada tahap pelaksanaan, terapkan strategi yang telah direncanakan dengan membuat dan membagikan konten sesuai jadwal, sambil terus berinteraksi aktif dengan audiens. Terakhir, melalui pengendalian, gunakan alat analisis untuk memantau kinerja kampanye dan mengukur efektivitas penggunaan media sosial. Evaluasi secara rutin strategi dan taktik yang digunakan, dan sesuaikan rencana jika diperlukan. Dukung pengembangan keterampilan tim dengan pelatihan terkait perkembangan industri media sosial dan aktif terlibat dalam komunitas online. Selain itu, jalin kemitraan yang dapat mendukung tujuan kampanye dan terlibat dalam kerjasama yang dapat memperluas jangkauan dan pengaruh. Dengan menerapkan langkah-langkah ini secara konsisten, organisasi atau individu dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam mengelola media sosial serta mencapai tujuan dengan lebih baik. (Cindy Diva Erlinda & Erwin Rasyid, 2023)

Manajemen media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam mengelola dampak dari penggunaan media baru. Dengan pertumbuhan pesat penggunaan media sosial, baik dalam skala individu maupun bisnis, manajemen yang efektif dapat membantu memaksimalkan manfaat dan meminimalkan risiko. Beberapa alasan mengapa manajemen media sosial sangat dibutuhkan meliputi: 1) Pengelolaan Reputasi: Manajemen media sosial

memungkinkan perusahaan atau individu mengelola citra dan reputasi mereka secara online. Dengan merespons dengan cepat terhadap umpan balik atau komentar, manajemen dapat mengatasi potensi masalah dan membangun hubungan positif dengan pengguna media sosial. 2) Pengelolaan Konten: Manajemen media sosial melibatkan perencanaan dan pengelolaan konten yang akan dibagikan. Ini termasuk penjadwalan posting, pemantauan kinerja konten, dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan tujuan dan nilai merek. 3) Interaksi dengan Audiens: Melalui manajemen media sosial, perusahaan dapat berinteraksi secara langsung dengan audiens mereka. Tanggapan yang cepat dan berpartisipasi dalam percakapan online dapat meningkatkan keterlibatan dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pengikut. 4) Analisis dan Pemantauan Kinerja: Manajemen media sosial melibatkan pemantauan kinerja kampanye dan konten melalui analisis data. Ini membantu dalam mengidentifikasi tren, memahami perilaku pengguna, dan membuat perubahan strategis berdasarkan wawasan yang diperoleh. 5) Keamanan dan Privasi: Manajemen media sosial juga melibatkan perlindungan terhadap keamanan dan privasi informasi. Mengelola akses ke akun, memberikan pelatihan terkait keamanan online, dan mengimplementasikan kebijakan privasi adalah bagian dari tanggung jawab manajemen. Dengan adanya manajemen media sosial yang baik, perusahaan atau individu dapat lebih baik memahami, merencanakan, dan mengeksekusi strategi media sosial mereka, sehingga dapat mencapai dampak yang diinginkan sambil mengurangi potensi risiko dan dampak negatif.

Kemampuan manajemen media sosial menjadi semakin penting di era digital dengan adanya perubahan cepat dalam cara orang berinteraksi, berkomunikasi, dan berbagi informasi. Berikut adalah beberapa alasan mengapa kemampuan manajemen media sosial sangat penting dalam konteks ini: 1) Keterlibatan Pelanggan, dalam hal ini media sosial menjadi salah satu saluran utama di mana pelanggan berinteraksi dengan merek atau individu. Kemampuan manajemen media sosial yang baik dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan melalui tanggapan yang cepat, interaksi yang positif, dan penyampaian konten yang menarik. 2) Branding dan Citra dalam hal ini media sosial adalah platform utama untuk membangun dan memperkuat merek. Dengan manajemen yang efektif, Anda dapat membentuk citra merek yang positif, menyampaikan nilai-nilai merek, dan berkomunikasi dengan audiens target. 3) Promosi dan Pemasaran, dalam hal ini manajemen media sosial memungkinkan promosi dan pemasaran yang lebih efektif. Dengan merencanakan kampanye yang terukur dan memanfaatkan alat analisis, Anda dapat memahami respons audiens dan meningkatkan efektivitas kampanye promosi. 4) Krisis dan Manajemen Respon, dalam situasi krisis atau ketidakpuasan pelanggan, manajemen media sosial dapat menjadi alat yang kuat untuk merespon secara cepat dan memitigasi dampak negatif. Kemampuan untuk mengelola dan meredakan situasi yang sensitif sangat penting. 5) Pasar dan Tren, dalam hal ini media sosial memungkinkan pemantauan pasar secara real-time dan pemahaman terhadap tren yang sedang berkembang. Dengan memahami tren dan kebutuhan pasar, manajemen media sosial dapat membantu merancang strategi yang relevan. 6) Analisis Kinerja, dalam hal ini kemampuan untuk menganalisis kinerja kampanye media sosial adalah aspek penting dari manajemen media sosial. Melalui analisis data, Anda dapat mengidentifikasi apa yang berhasil, memahami preferensi audiens, dan membuat

perubahan strategis. 7) Keterlibatan Komunitas, dalam hal ini media sosial memungkinkan pembentukan komunitas online. Manajemen media sosial yang efektif dapat membantu membangun dan memelihara komunitas yang terlibat dan terlibat aktif. Dengan memahami dan mengelola media sosial dengan baik, organisasi atau individu dapat memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan yang muncul di era digital ini. Kemampuan manajemen media sosial tidak hanya memengaruhi interaksi online tetapi juga berdampak pada reputasi, pertumbuhan bisnis, dan hubungan dengan pemangku kepentingan.

SIMPULAN

Pada akhirnya, keberhasilan upaya beberapa organisasi dan individu dalam menggunakan media sosial seefektif mungkin sambil mengelola potensi bahaya sangat bergantung pada peran dan fungsi talenta manajemen dalam mengelola media sosial di era digital. Teknik manajemen media sosial sangat penting dalam situasi ini karena teknik tersebut mengarahkan aktivitas sehari-hari secara efisien. Keputusan yang diambil oleh manajemen mempunyai pengaruh besar terhadap reputasi dan citra, membentuk opini masyarakat baik positif maupun negatif. Bidang penting lainnya yang memerlukan manajemen yang cepat, cerdas, dan efisien adalah respons terhadap krisis. Memahami kinerja kampanye, tren, dan preferensi audiens adalah dasar untuk mengambil keputusan strategis berdasarkan analisis data yang dikelola dari alat analisis media sosial. Membangun ikatan yang kuat dengan audiens dan mengelola media sosial dengan cara yang menyenangkan dan responsif adalah komponen kunci dari keterlibatan pelanggan yang baik. Taktik utama untuk mempertahankan keunggulan kompetitif adalah mengawasi apa yang dilakukan pesaing Anda dan beradaptasi dengan perkembangan pasar. Melibatkan anggota staf dalam perencanaan media sosial membantu citra merek sekaligus membuat kampanye lebih efektif. Komponen penting dari strategi pengelolaan media sosial yang baik mencakup protokol keamanan dan privasi, serta pengelolaan konten efisien yang mematuhi nilai-nilai perusahaan. Hasilnya, seluruh proses menciptakan lingkungan online yang andal dan aman, sehingga memungkinkan media sosial digunakan sepenuhnya dalam konteks era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anas, A., & Adinugraha, H. H. (2017). Dakwah Nabi Muhammad terhadap Masyarakat Madinah Perspektif Komunikasi Antarbudaya. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(1), 53–72. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i1.1356>
- Cindy Diva Erlinda, & Erwin Rasyid. (2023). Manajemen Media Digital Muhammadiyah Melalui Akun Instagram @lensamu. *Jurnal Audiens*, 4(1), 170–181. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i1.15>
- Fikhasari, A., & Aji, G. G. (2019). Peran Media Sosial Dalam Manajemen Media Online (Studi Kasus Tirto.ID). *Jurnal Commercium*, 02(02), 55–59.
- Marysca, G. (2021). Perilaku Masyarakat Di Era Digital (Studi Di Desa Watutumou III Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara). *Angewandte Chemie International Edition*, Vol. 6(11), hlm. 951-952.
- Nadin, A. M., Ikhtiono, G., Sholeh Iskandar, B. J., Badak, K., Sereal, T., Bogor, K., & Barat, J. (2019). Manajemen Media Massa Menghadapi Persaingan Media Online. *Journal*

- of Communication Science and Islamic Da'wah*, 3(1), 76–87.
- Nadin, A. M., Kamalludin, K., & Ikhtiono, G. (2021). Manajemen Media Massa Menghadapi Persaingan Media Online (Studi Pada PT. Suwadarma Media Cita Jurnal Bogor). *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Dakwah*, 5(1), 63. <https://doi.org/10.32832/komunika.v5i1.5431>
- Rully Khairul Anwar, A. R. (2017). Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial Dalam Meningkatkan Kompetensi Bagi Kepala, Pustakawan, Dan Tenaga Pengelola Perpustakaan. *Komunikasi Digital*, 6(3), 1–5.
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. Seminar Nasional Pendidikan. *Seminar Nasional Pendidikan*, 1–9.
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Widyaranti, H. Sawiji, P. N. (2020). Pengelolaan Media Sosial Untuk Mendukung Aktivitas Humas Pemerintah Kota Surakarta. *Jurnal Infprmasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 4(4), 108–117. <https://jurnal.uns.ac.id/JIKAP/article/view/47803/31166>