

ABSTRAK

Kondisi pandemi Covid-19 membuat perusahaan kesulitan untuk melakukan pemasaran tradisional tatap muka, oleh karena itu perusahaan gencar melakukan pemasaran digital terutama melalui media sosial. Tugas akhir ini bertujuan untuk menjelaskan profil Piranha Multi Talenta termasuk sejarah, visi dan misi, produk, fasilitas, dan struktur organisasinya, serta menjelaskan manajemen media sosial Piranha Multi Talenta. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini yaitu kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, dokumentasi, analisis media sosial, dan studi pustaka. Data yang diperoleh disajikan secara deskriptif disertai dengan gambar, dan grafik. Berdasarkan hasil pengumpulan data yang dilakukan dapat diketahui bahwa Piranha Multi Talenta ialah perusahaan yang bergerak dibidang pendidikan yang menyediakan kursus brevet pajak dan pelatihan sejak 2020. Dalam pemasaran produk, Piranha Multi Talenta menggunakan media social seperti Facebook, Tiktok, dan Instagram sebagai platform utama karena akun Instagram Piranha Multi Talenta memiliki jumlah pengikut yang lebih banyak diantara ketiga media social tersebut, sehingga Instagram dapat menjangkau pasar lebih luas. Tim *social media manager* mengelola pembuatan konten media sosial Instagram dalam 4 fase. Fase pertama yaitu pengumpulan data observasi tren dan penyusunan konsep. Lalu pembuatan konten dengan beragam jenis konten yang memerhatikan 5 poin pembuatan konten dalam *marketing cycle* yaitu menawarkan konten yang bermanfaat pada langkah pembelian, menceritakan kisah, konten yang mengundang masa, kurasi konten, dan merek pada konten. Kemudian publikasi konten di waktu yang telah ditentukan oleh *social media manager*. Fase terakhir yaitu evaluasi, dilakukan setelah konten dipublikasikan dengan melihat perkembangan melalui fitur Instagram Insight. Manajemen Instagram Piranha Multi Talenta akan lebih efektif untuk keberhasilan pemasaran digital apabila lebih sering mengunggah konten.

Kata kunci : konten, manajemen, media sosial, pemasaran.

ABSTRACT

The condition of the Covid-19 pandemic makes it difficult for companies to do traditional face-to-face marketing, therefore most companies is actively conducting digital marketing, especially through social media. This final paper aims to explain the profile of Piranha Multi Talenta including history, vision and mission, products, facilities, and its organizational structure, as well as to explain the social media management of Piranha Multi Talenta. The research method used in this study is qualitative. Data collection was carried out through interviews, documentation, social media analysis, and library study. The data was presented descriptively accompanied by pictures and graphs. Based on the results of data collection conducted it is found that Piranha Multi Talenta is a company engaging in education that provides tax brevet courses and training since 2020. In marketing its product, Piranha Multi Talenta uses social media such as Facebook, Tiktok, and Instagram as the main platform because Piranha Multi Talenta's Instagram account has a highest number of followers among the three social media, so instagram is able to reach a wider market. The social media manager team manages the creation of Instagram social media content in 4 phases. The first phase is data collection as well as trend observation and concept development. Next is content creation with various types of content that pay attention to 5 points of content creation in the marketing cycle; offer useful content at purchase step, tell stories, crowdsource content, curate content, and brand the content. Then publish the content at a predetermined time by social media manager. The last phase is evaluation, which is carried out after the content is published by looking at developments through the Instagram Insights feature. Piranha Multi Talenta's Instagram management will be more effective for digital marketing success when uploading content more often.

Keywords: content, management, marketing, social media