

Inovasi Peningkatan Produksi Konten Media di KLIK MADURA

Innovation to Increase Media Content Production at KLIK MADURA

Sofiyatus Zawiyah¹, Lailatul Qodriyah², Miftahul Walid³

Prodi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Islam Madura ^{1,2,3}

{sfiyatszwyh@gmail.com¹, l.qodriyah1727@gmail.com², miftahulwalid@gmail.com³}

Submission: 15 Maret 2024

Received: 31 Agustus 2024

Published: 30 September 2024

Keywords:

Social Media
Innovation, Content
Production, KLIK
MADURA

Abstract. "Content Production Innovation in Social Media" discusses efforts to improve and increase the competitiveness of KLIK MADURA as a local social media partner. The research focus involves several problems, such as the irregularity of daily content, and low media familiarity. In facing this challenge, the research considers previous service offers solutions by producing content and setting improvement goals involving digital promotion, creating regular articles, and updating social media content. These steps are based on a deep understanding of partners and involve direct actions such as going out into the field and coverage activities. Thus, this research aims to improve the quality and visibility of KLIK MADURA in the local social media realm, illustrating a holistic approach to content production innovation.

Katakunci:

Inovasi Media
Sosial,Produksi
Konten, KLIK
MADURA

Abstrak. "Inovasi Produksi Konten dalam Media Sosial" membahas upaya perbaikan dan peningkatan daya saing KLIK MADURA sebagai mitra media cyber lokal. Fokus penelitian melibatkan beberapa permasalahan, seperti ketidakrutinan konten harian, dan rendahnya pengenalan media. Dalam menghadapi tantangan ini, penelitian mempertimbangkan pengabdian sebelumnya, menawarkan solusi dengan memproduksi konten dan menetapkan tujuan perbaikan yang melibatkan promosi digital, pembuatan artikel rutin, dan update konten media sosial. Langkah-langkah ini didasarkan pada pemahaman mendalam terhadap mitra dan melibatkan tindakan langsung seperti turun lapangan dan kegiatan liputan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan visibilitas KLIK MADURA di ranah media social lokal, menggambarkan pendekatan holistik terhadap inovasi produksi konten.



Copyright (c) 2024 Sofiyatus Zawiyah, Lailatul Qodriyah, Miftahul Walid (Author)

1 Pendahuluan

Dalam era digital yang berkembang pesat, media sosial memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi dan menghubungkan masyarakat. Media sosial menjadi saluran utama bagi masyarakat untuk mendapatkan berita dan hiburan. Salah satu mitra media sosial yang menjadi fokus penelitian ini adalah KLIK MADURA. KLIK MADURA, sebagai representasi dari media sosial lokal, memiliki potensi besar untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan pengaruhnya dalam memberikan informasi kepada masyarakat (Intan et al., 2019)

Namun, sebagaimana yang dihadapi oleh banyak media cyber, KLIK MADURA menghadapi beberapa permasalahan yang perlu diatasi agar dapat lebih efektif dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pembacanya. Beberapa permasalahan yang diidentifikasi melibatkan aspek kurangnya konten baru setiap hari, serta rendahnya traffic pembaca dan penonton yang mengakibatkan kurangnya pengenalan terhadap media ini. (Indainanto, 2021)

Sebelumnya, KLIK MADURA telah melakukan sejumlah kegiatan peningkatan inovasi. Namun, inovasi terdahulu ini belum sepenuhnya mengatasi permasalahan yang dihadapi saat ini. Oleh karena itu, perlu adanya inovasi dan peningkatan dalam produksi konten sebagai langkah strategis untuk meningkatkan daya tarik media ini. (Salsabila, 2022)

Dalam rangka mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh KLIK MADURA, tawaran solusi yang diusulkan melibatkan berbagai aspek. Pertama-tama, perlu dilakukan perubahan pada tampilan header website agar lebih menarik dan optimal. Hal ini bertujuan untuk memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pengunjung sejak awal kunjungannya ke situs tersebut. Selain itu, diperlukan peningkatan dalam produksi konten dengan membuat artikel setiap hari, serta menciptakan konten yang lebih beragam dan menarik untuk diupdate pada media sosial yang mereka miliki. (Alimudin & Sasono, 2015)

Solusi lainnya adalah melibatkan mitra dalam turun lapangan untuk menciptakan konten yang lebih autentik dan berhubungan langsung dengan masyarakat. Selain itu, kegiatan liputan juga dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan ketenaran media ini. (Paramitha, 2022)

Dengan melakukan inovasi produksi konten, diharapkan dapat mencapai beberapa tujuan. Pertama, mengembangkan media sosial KLIK MADURA melalui promosi digital untuk meningkatkan kehadiran online dan interaksi dengan pembaca. Kedua, rutin membuat artikel dan konten yang relevan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas informasi yang disajikan kepada masyarakat. Ketiga, meningkatkan traffic pembaca dan penonton, serta memberikan media ini pengenalan yang lebih luas di tengah masyarakat. (Sugiono, 2020)

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi yang signifikan dalam upaya meningkatkan kualitas dan daya saing KLIK MADURA sebagai media cyber lokal. Dengan memahami permasalahan mitra, merinci pengabdian terdahulu, menawarkan solusi yang terarah, dan merumuskan tujuan yang jelas, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan dampak positif dan berkelanjutan bagi perkembangan media cyber lokal di era digital ini. (Tanjung et al., 2021)

2 Metode

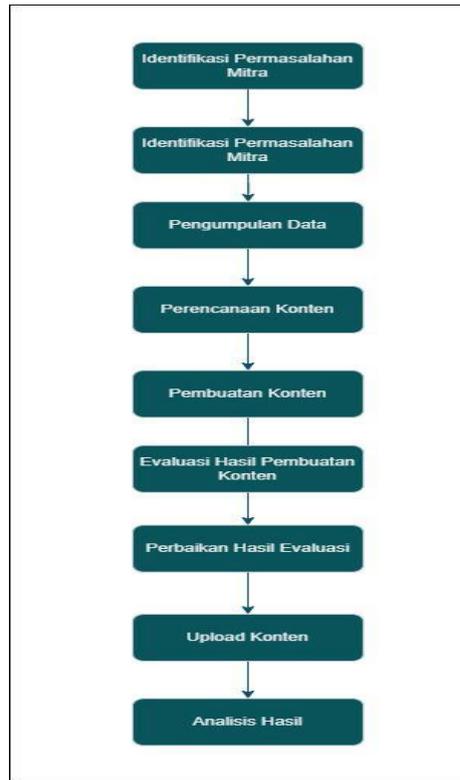
Berikut penjelasan tentang tahapan kerja praktik berdasarkan Gambar 1.

1. Identifikasi Permasalahan Mitra:

Melakukan observasi dan wawancara dengan pengelola Klik Madura untuk memahami permasalahan yang dihadapi, seperti:

- Kurangnya konten website dan media sosial.
- Kurangnya jangkauan Klik Madura.
- Menganalisis data traffic website dan media sosial Klik Madura.

2. Koordinasi dan Sosialisasi Kegiatan:
 - Melakukan pertemuan dengan pengelola Klik Madura untuk menjelaskan tujuan, metode, dan timeline program pengabdian.
 - Membentuk tim pelaksana program yang terdiri dari karyawan dan mahasiswa.
 - Mensosialisasikan program kepada masyarakat Madura melalui media sosial dan website Klik Madura.
3. Pengumpulan Data:
 - Melakukan riset tentang tren konten media sosial.
 - Mengumpulkan data tentang kebutuhan informasi masyarakat Madura.
 - Menganalisis konten website dan media sosial dari media cyber lain yang sukses.
4. Perencanaan Konten:
 - Menentukan jenis konten yang akan dibuat, seperti artikel berita, infografis, video, dan foto.
 - Membuat kalender editorial untuk mengatur jadwal publikasi konten.
 - Menentukan target audience untuk setiap jenis konten.
5. Pembuatan Konten:
 - Membuat konten Klik Madura yang menarik dan informatif.
 - Menyebarkan hasil konten Klik Madura melalui media sosial dan website.
6. Evaluasi Hasil Pembuatan Konten:
 - Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap traffic website dan media sosial Klik Madura.
 - Melakukan monitoring terhadap editing dan isi konten
7. Perbaikan Hasil Evaluasi:
 - Memperbaiki konten dan desain website dan media sosial berdasarkan hasil evaluasi.
 - Menambahkan fitur-fitur baru pada website dan media sosial.
 - Meningkatkan kualitas video dan foto yang dipublikasikan.
8. Upload Konten:
 - Mengunggah konten baru secara rutin ke website dan media sosial Klik Madura.
 - Mempromosikan konten Klik Madura melalui media sosial dan menjalin kerjasama dengan media lain.
9. Analisis Hasil
 - Evaluasi Kinerja: Menganalisis pencapaian tujuan dan indikator kinerja yang telah ditetapkan.
 - Analisis Data: Menyelidiki data yang terkumpul untuk memahami respons pengguna, tren, dan pola perilaku.
 - Penyusunan Rekomendasi: Merumuskan rekomendasi berdasarkan hasil analisis untuk perbaikan dan peningkatan di masa mendatang (Darmastuti et al., 2021).



Gambar 1. Diagram Metode Kegiatan

3 Hasil dan Pembahasan

1. Produksi Konten:



Gambar 2. Q&A



Gambar 3. Q&A



Gambar 4. #AndaHarusTahu



Gambar 5. Kuliner



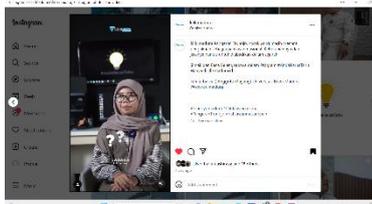
Gambar 6. Artikel



Gambar 7. Pemilu

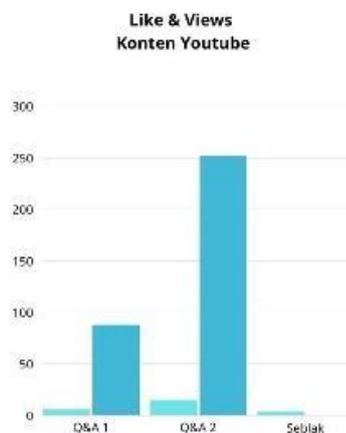


Gambar 8. a day in our life



Gambar 9. #AndaHarusTahu

- Telah dibuat berbagai jenis konten menarik, seperti:
 - Artikel pengetahuan yang berisi tentang amalan di bulan rajab. Artikel tersebut sudah dibaca ratusan orang dan di bagikan oleh beberapa orang di media sosial.
 - Video pengetahuan yang mengangkat cerita inspiratif dan informatif.
- Konten dipublikasikan secara rutin di berbagai platform media sosial Klik Madura, seperti:
 - Facebook
 - Instagram
 - Twitter
 - YouTube
 - Website
- Berikut tampilan grafik dari konten yang sudah di unggah di beberapa platform media sosial klik madura(Elwani & Kurniawan, 2020).



Gambar 2. Grafik Youtube

Pada Gambar 10 dapat dijelaskan sebagai berikut :

Warna:

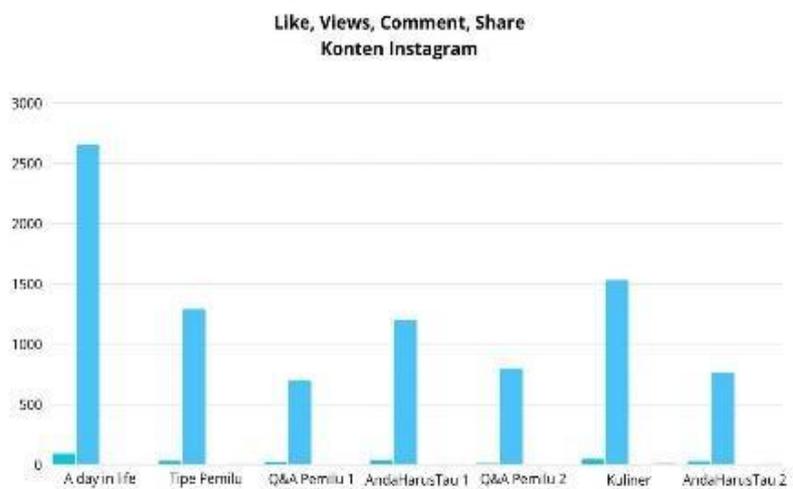
- Tosca: Jumlah Like
- Biru: Jumlah Views

Deskripsi:

- Grafik menunjukkan jumlah like dan views untuk 3 jenis konten Youtube: Q&A 1, Q&A 2, dan Seblak.
- Konten Q&A 2 memiliki jumlah like dan views terbanyak, dengan total like 15 dan views mencapai sekitar 252.
- Konten Seblak memiliki jumlah like dan views terendah, dengan total like 4 dan views mencapai sekitar 57.
- Jumlah like dan views untuk konten Q&A 1 berada di antara Q&A 2 dan Seblak.

Kesimpulan:

- Konten Q&A 2 paling populer, diikuti oleh Q&A 1 dan Seblak.
- Konten Q&A 2 mendapatkan like dan views hampir 3 kali lipat dibandingkan konten Seblak (Okawati & Agustina, 2022).



Gambar 3. Grafik Instagram

Pada Gambar 11 dapat dijelaskan sebagai berikut :

Warna:

- Tosca: Jumlah Like
- Biru: Jumlah Views
- Biru Tua: Jumlah Comment
- Ungu: Jumlah Share

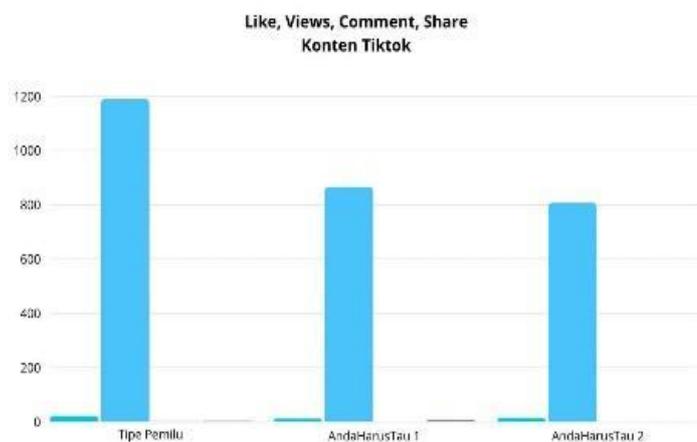
Deskripsi:

- Grafik menunjukkan perbandingan jumlah like, views, comment, dan share untuk 7 jenis konten Instagram.
- Konten "A day in life" memiliki jumlah like, views, dan share terbanyak, dengan total like, views, dan share mencapai sekitar 2654.

- Konten "Q&A Pemilu 1" memiliki jumlah like, views, dan share terendah, dengan total like, views, dan share mencapai sekitar 697.
- Konten "Kuliner" memiliki jumlah share terbanyak, dengan total share mencapai sekitar 7.

Kesimpulan:

- Konten "A day in life" paling populer, diikuti oleh "Kuliner", "Tipe Pemilu", "AndaHarusTau 1", "Q&A Pemilu 2", "AndaHarusTau 2", dan "Q&A Pemilu 1".
- Konten "A day in life" mendapatkan like dan views hampir 6 kali lipat dibandingkan konten "AndaHarusTau 2".
- Konten "Q&A Pemilu 1" mendapatkan comment terbanyak.



Gambar 4. Grafik Tiktok

Pada Gambar 12 dapat dijelaskan sebagai berikut :

Warna:

- Tosca: Jumlah Like
- Biru: Jumlah Views
- Biru Tua: Jumlah Comment
- Ungu: Jumlah Share

Deskripsi:

- Grafik menunjukkan perbandingan jumlah like, views, comment, dan share untuk 3 jenis konten TikTok.
- Konten "Tipe Pemilu" memiliki jumlah like, views, dan share terbanyak, dengan total like, views, dan share mencapai sekitar 1189.
- Konten "#AndaHarusTahu 2" memiliki jumlah like, views, dan share terendah, dengan total like, views, dan share mencapai sekitar 807.
- Konten "#AndaHarusTahu 1" memiliki jumlah share terbanyak, dengan total share mencapai sekitar 7.

Kesimpulan:

- Konten "Tipe Pemilu" paling populer, diikuti oleh "#AndaHarusTahu 1", dan "#AndaHarusTahu 2".

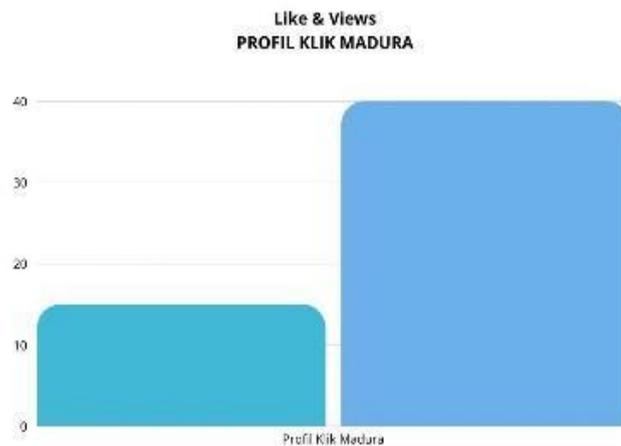
- Konten "Tipe Pemilu" mendapatkan like dan views hampir 6 kali lipat dibandingkan konten "AndaHarusTau 2".
- Konten "#AndaHarusTahu 1" mendapatkan share terbanyak.

2. Video Profil Mitra:



Gambar 5. Profil Klik Madura

- Telah dibuat video profil yang menjelaskan sejarah, program, dan visi Klik Madura.
- Video diunggah di channel YouTube Klik Madura dan telah ditonton, disukai, serta dibagikan oleh beberapa orang.
- Video profil membantu meningkatkan awareness masyarakat terhadap Klik Madura dan menarik lebih banyak pengunjung ke website.
- Berikut tampilan grafik dari konten Profil Klik Madura yang sudah di unggah.



Gambar 6. Grafik Profil Klik Madura

Pada Gambar 14 dapat dijelaskan sebagai berikut :

Warna:

- Tosca: Jumlah Like
- Biru: Jumlah Views

Deskripsi:

- Grafik menunjukkan jumlah like dan views untuk video profile Klik Madura

- Konten video profile memiliki jumlah like 15 dan views sebanyak 40.

4 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Dari Hasil dan Pembahasan diatas dapat disimpulkan, bahwa langkah-langkah tersebut memberikan dampak positif. Dengan kesuksesan produksi konten dan pemanfaatan video profil mitra dalam proyek inovasi produksi konten KLIK MADURA. Produksi konten yang konsisten dan berkualitas tinggi berhasil memperoleh perhatian dan pengikut di media sosial, mengokohkan KLIK MADURA sebagai sumber informasi terpercaya dan pemimpin dalam menyajikan berita relevan di Madura. Penggunaan video profil mitra menjadi langkah strategis yang sukses, tidak hanya menyajikan informasi menarik tetapi juga menciptakan pengalaman mendalam, memperkuat keterlibatan masyarakat, dan membangun hubungan erat dengan audiens.

Saran

Untuk mempertahankan dan meningkatkan pencapaian positif ini, saran pertama adalah menjaga konsistensi publikasi konten dan memastikan relevansinya dengan kebutuhan audiens. Memperluas strategi pemasaran video melalui eksplorasi platform lain dan kerjasama dengan influencer lokal untuk meningkatkan visibilitas KLIK MADURA dan menjangkau audiens yang lebih luas. Saran terakhir adalah mengembangkan strategi pemantauan dan evaluasi untuk mengukur dampak lebih lanjut dari inovasi ini, dengan memanfaatkan survei kepuasan pengguna, analisis data trafik, dan feedback masyarakat sebagai wawasan berharga untuk terus meningkatkan kualitas dan dampak positif KLIK MADURA sebagai media cyber lokal.

5 Pengakuan

Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada KLIK MADURA atas kesempatan berharga yang telah diberikan kepada saya selama menjalani kerja praktik di lingkungan yang luar biasa ini. Pengalaman ini tidak hanya memberikan wawasan mendalam terhadap dunia media cyber, tetapi juga membuka pintu bagi pengembangan keterampilan dan pemahaman saya dalam bidang ini.

Tak lupa, ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada Fakultas Teknik yang telah memberikan dukungan penuh dan kesempatan untuk terlibat dalam pengalaman kerja praktik ini. Saya sangat menghargai bimbingan, arahan, dan pembelajaran yang saya terima dari dosen dan staf fakultas.

Semua ilmu dan pengalaman yang saya dapatkan selama kerja praktik ini akan menjadi modal berharga dalam perjalanan akademis dan profesional saya ke depan. Sekali lagi, terima kasih KLIK MADURA dan Fakultas Teknik atas kerjasama, dukungan, dan peluang berharga ini.

6 Referensi

- Alimudin, A., & Sasono, A. D. (2015). *Peningkatan daya saing produk konveksi usaha kecil berbasis iptek di desa tri tunggal kecamatan babat lamongan*. repository.narotama.ac.id.
- Darmastuti, S., Juned, M., Ali, S., & Satrio, J. (2021). Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial dalam Strategi Marketing Bagi Karang Taruna Desa Panyirapan, Serang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM)*, 1(3), 83–92.
- Elwani, R. S., & Kurniawan, F. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 64. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i1.6654>

Zawiyah et.al, Inovasi Peningkatan Produksi Konten Media... (2024)

Vol. 2, No. 2, September 2024

- Indainanto, Y. I. (2021). Masa Depan Media Massa Di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humanioramaniora*, 5(1), 24. <https://doi.org/10.31604/jim.v5i1.2021.24-37>
- Intan, T., Revia, B., & Erwita, A. (2019). Peningkatan daya saing produsen minuman herbal melalui pembuatan konten kreatif media sosial berbasis pemasaran e-marketing. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(2). <https://doi.org/10.25139/jkp.v3i2.1982>
- Okawati, F. R. T., & Agustina, T. S. (2022). Pendampingan Pembuatan Konten Digital Untuk Pengembangan Komunitas UMKM “EPI (Excellent Preneur Indonesia)” Surabaya. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(3), 565–574. <https://doi.org/10.33379/icom.v2i3.1822>
- Paramitha, C. A. (2022). Jurnalisme Imersif dan Partisipasi Publik dalam Industri Media. *Jurnal Komunikatif*, 11(2), 137–149. <https://doi.org/10.33508/jk.v11i2.4119>
- Salsabila, A. F. (2022). *Proses Produksi Konten Video Reels sebagai Penyebaran Informasi di Instagram Dinas Sosial Provinsi DKI Jakarta*.
- Sugiono, S. (2020). Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 22(2), 175–191.
- Tanjung, Y., Saputra, S., & Hardiyanto, S. (2021). *Penggunaan Media Sosial Untuk Pemasaran Produk*. 5(6), 4–12.