

MEMANFAATKAN ANALISIS DATA MEDIA SOSIAL UNTUK MANAJEMEN REPUTASI MEREK

Riana Raharti, Muhamad Irwan Padli Nasution
Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Email : rianariana715@gmail.com, Email : irwannst@uinsu.ac.id

Abstract

This research aims to analyze how influential social media is on brand reputation. The method used is Library Research (Library) which is the method used in this writing, and in its use this method uses books, journals both in written form and online. Based on the results of this research, social media influences brand reputation and provides useful information for brand management in developing more effective strategies and activities. Where As social media continues to play an important role in the business world, utilizing social media analytics will become increasingly important for businesses to remain competitive and successful in the ever-evolving digital industry.

Abstrak

penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa berpengaruhnya media sosial terhadap reputasi merek. Metode yang digunakan adalah Library Research (Kepustakaan) menjadi metode yang digunakan dalam penulisan ini, dan dalam penggunaannya metode ini menggunakan buku-buku, jurnal baik berbentuk tulisan maupun online. Berdasarkan dari hasil penelitian ini Media sosial mempengaruhi reputasi merek dan menyediakan informasi yang berguna bagi manajemen merek dalam mengembangkan strategi dan kegiatan yang lebih efektif. Dimana Ketika media sosial terus memainkan peran penting dalam dunia bisnis, pemanfaatan analisis media sosial akan menjadi semakin penting bagi bisnis untuk tetap kompetitif dan sukses dalam industri digital yang terus berkembang.

Latar Belakang

Dengan berkembangnya zaman Teknologi internet secara otomatis turut mempengaruhi perkembangan data analitik ke beberapa sektor, salah satunya adalah media sosial. Data analitik sendiri merupakan metode pengolahan data yang mampu menyatukan substansi dari masing-masing data yang dikumpulkan dari berbagai sumber untuk diubah menjadi suatu gambaran besar informasi yang dibutuhkan. Sehingga, saat ini banyak media sosial yang menggunakan sarana data analitik untuk mengembangkan fitur-fitur mereka agar lebih baik, bahkan dengan media sosial sekarang banyak membantu aktifitas manusia menjadi lebih mudah salah satu contohnya melakukan bisnis melalui promosi di media sosial.

Bahkan media sosial sendiri banyak digunakan dalam hal positif diantaranya adalah sebagai promosi suatu produk atau merek agar merek atau produk yang diperjualbelikan tersebar luas dengan menarik konsumen melalui berbagai fitur atau aplikasi yang ada di medsos contohnya: seperti tiktok, instagram bahkan facebook yang banyak digunakan para pembisnis sebagai alat mempromosikan barang yang diperjualkan dan menjadikan merek yang banyak dikenal orang lain. Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial telah menjadi pilar utama dalam penyampaian informasi seperti, dipergunakan untuk sosialisasi program dan kebijakan, memperkenalkan produk dan potensinya, memulihkan dan meningkatkan citra pariwisata.



Saat ini, media sosial telah menjadi alat yang ampuh bagi bisnis untuk terhubung dengan konsumennya, mempromosikan mereknya, dan mendapatkan wawasan berharga tentang perilaku pelanggan. Salah satu aspek penting dari strategi media sosial adalah analisis media sosial, yang melibatkan analisis data dari berbagai platform media sosial untuk mendapatkan wawasan. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh media sosial terhadap reputasi merek dan menyediakan informasi yang berguna bagi manajemen merek dalam mengembangkan strategi dan kegiatan yang efektif.

Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa berpengaruhnya media sosial terhadap reputasi merek dalam mempromosikan mereknya dan menyediakan informasi yang berguna bagi manajemen merek dalam mengembangkan strategi dan kegiatan yang lebih efektif dalam mengembangkan merek yang telah di promosikan ke media sosial akan lebih bisa menarik konsumen.

Metode

Library Research (Kepustakaan) menjadi metode yang digunakan dalam penulisan ini, dan dalam penggunaannya metode ini menggunakan buku-buku, jurnal baik berbentuk tulisan maupun online. Menurut sugiyono dalam buku penelitiannya dijelaskan bahwa Library Research adalah cara yang dilakukan dalam mengumpulkan data penelitian dari berbagai informasi kepustakaan melalui analisis hasil penelitian, buku referensi, artikel lainnya, dan sumber-sumber yang mendukung.

Hasil Penelitian

Di zaman modern Saat ini, media sosial telah menjadi alat yang ampuh bagi bisnis untuk terhubung dengan konsumennya, mempromosikan mereknya, dan mendapatkan wawasan berharga tentang perilaku pelanggan. Salah satu aspek penting dari strategi media sosial adalah analisis media sosial, dimana analisis ini harus bisa menargetkan agar suatu merek yang di perjuangkan dapat diterima oleh konsumen dan berdampak positif bagi merek yang telah di perjuangkan. Dimana ini melibatkan analisis data dari berbagai platform media sosial untuk mendapatkan wawasan yang dapat ditindaklanjuti.

Media sosial telah menjadi cara yang efektif dalam berbisnis untuk berinteraksi dengan pelanggan mereka. Dengan jutaan orang yang aktif terlibat di platform media sosial, bisnis bisa menjadi peluang untuk mendapatkan wawasan berharga tentang opini, preferensi, dan perilaku pelanggan melalui media sosial yang semakin berkembang seiring berkembangnya zaman. Analisis media sosial ini melibatkan penggunaan alat dan teknik berbasis data untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data media sosial. Dengan memanfaatkan kekuatan analisis media sosial, dengan cara tersebut dapat melihat seberapa bisnis yang telah dijalankan berkembang dan dengan cara tersebut dapat menganalisa bagaimana respon konsumen terhadap produk yang telah di perjuangkan. Dengan reputasi merek yang telah berkembang dan banyak dikenal oleh orang banyak dapat mendorong kesuksesan dalam bisnis yang telah dijalankan .

Manfaat yang bisa dilakukan dalam meningkatkan reputasi merek dengan menggunakan analisis data, diantaranya dengan menerapkan :

1. Memantau Reputasi Merek:

Salah satu manfaat utama analisis media sosial adalah kemampuan untuk menjaga reputasi merek secara real-time. Bisnis dapat melacak penyebutan merek, produk, atau layanan mereka di platform media sosial dan mendapatkan wawasan tentang opini dan umpan balik pelanggan. Dengan menyatukan penyebutan merek, bisnis dapat mengidentifikasi potensi masalah atau sentimen negatif dan mengambil tindakan tepat



waktu untuk mengatasinya. Misalnya, jika seorang konsumen memposting komentar negatif tentang suatu produk di media sosial, sebuah bisnis dapat menggunakan media sosial untuk mengidentifikasi masalah dengan cepat dan merespons secara tepat waktu dan efektif, menunjukkan komitmen mereka terhadap kepuasan pelanggan dan manajemen reputasi merek, dengan itu pelanggan akan tetap setia akan merek yang telah mereka beli.

2. Mengidentifikasi Sentimen Pelanggan:

Analisis media sosial juga memungkinkan bisnis mengukur bagaimana konsumen terhadap merek mereka. Dengan menganalisis data media sosial, bisnis dapat menentukan apakah sentimen pelanggan itu positif, negatif, atau netral. Informasi ini dapat digunakan untuk menilai efektivitas kampanye pemasaran, peluncuran produk, atau inisiatif layanan pelanggan. Misalnya, jika sebuah bisnis meluncurkan produk baru dan menerima tanggapan yang sangat positif di media sosial, hal ini dapat menunjukkan bahwa produk tersebut diterima dengan baik oleh pelanggan dan berdampak positif pada reputasi merek. Di sisi lain, jika sentimen pelanggan terus-menerus negatif, hal ini mungkin mengindikasikan adanya masalah yang perlu segera diatasi untuk menghindari dampak negatif terhadap reputasi merek. Cara cepat menghindari dampak negatif dengan merespon konsumen dengan cepat dan memperhatikan kualitas merek dengan konsisten.

3. Menanggapi Masukan:

Analisis media sosial memungkinkan bisnis merespons umpan balik pelanggan secara tepat waktu dan efektif. Dengan menghubungkan saluran media sosial, bisnis dapat dengan cepat mengidentifikasi keluhan, pertanyaan, atau umpan balik pelanggan dan meresponsnya dengan tepat. Pendekatan proaktif ini menunjukkan kepada pelanggan bahwa masukan mereka dihargai dan bahwa bisnis secara aktif mendengarkan dan mengambil tindakan untuk mengatasi kekhawatiran mereka. Respons yang cepat dan dipersonalisasi dapat membantu menyelesaikan masalah pelanggan, membangun loyalitas pelanggan, dan meningkatkan reputasi merek. Analisis media sosial juga dapat membantu bisnis mengidentifikasi pola atau tren umpan balik pelanggan, yang dapat digunakan untuk mendorong peningkatan produk, layanan, atau pengalaman pelanggan. Hal yang perlu diperhatikan dalam hal umpan balik konsumen adalah memperhatikan produk secara berkala dan memperhatikan merek dan kepuasan konsumen.

Dengan adanya Manajemen reputasi media sosial melibatkan kehati-hatian dalam mengontrol penampilan atau keberibadian secara online. Karena semua orang saat ini terhubung melalui media sosial, memiliki citra online yang mengesankan sangatlah penting di situlah manajemen reputasi media sosial berperan.

Tujuan utama seseorang menggunakan sosial media sebagai acuan untuk mempromosikan mereknya :

1. membangun kesadaran merek, dimana kesadaran ini mengidentifikasiseberapa banyak orang mengetahui dan memahami keberadaan dari produk atau layanan jasa yang ditawarkan oleh suatu institute. Kuncinya terdapat pada bagaimana cara megaplikasikan media sosial sebagai promosi suatu merek contoh : penyebutan (mention) yang berupa



tag, membagikan pos (share), jangkauan publikasi atau bisa dengan cara mengendors seseorang untuk mempromosikan merek yang ingin dipromosikan.

2. mengelola reputasi merek, misalnya untuk perusahaan yang langsung ke konsumen, maka dengan itu kita dapat melihat kepuasan konsumen secara langsung terhadap merek yang di perjualkan.sebagai contoh : indeks kepuasan pelanggan, tingkat perbincangan dan penyebaran promosi di internet.

Berikut beberapa alasan mengapa reputasi media sosial penting bagi merek:

- Kepercayaan dengan konsumen: Reputasi online yang positif dapat membantu membangun kepercayaan antara pembisnis dan konsumen, sehingga menghasilkan penjualan yang lebih tinggi dan menciptakan hubungan dengan konsumen yang lebih baik.
- Membedakan merek dari pesaing: dengan membedakan merek dapat mempermudah pembisnis dalam memasarkan atau mempromosikan merek dan dapat mempermudah konsumen dalam memilih produk merek yang diinginkan.
- Dampak pendapatan: Ulasan negatif di media sosial dapat menyebar dengan cepat, sehingga merusak reputasi dan pendapatan merek. Sebaliknya, manajemen reputasi online yang efektif dapat menarik pelanggan baru sekaligus membantu mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dengan dampak yang terjadi, kita sebagai pembisnis harus lebih bisa memperhatikan kualitas dan konsistensi dalam merek yang diperjualkan.
- Menarik dan mempertahankan talenta terbaik: dengan cara meneliti reputasi online perusahaan sebelum menerima tawaran pekerjaan, sehingga memiliki tawaran pekerjaan yang positif dapat membuat perbedaan besar saat merekrut kandidat terbaik, dengan adanya kualitas karyawan ini dapat menunjang penjualan merek yang telah diperjualbelikan kepada konsumen.

Dalam Platfoam media sosial yang sering digunakan untuk mempromosikan suatu merek untuk bisnis diantaranya Tiktok, Fecebook, X, Youtube bahkan bisa melalui aplikasi e-commerce seperti shopee, lazada, tokopedia dan masih banyak platfoam media sosial yang bisa di jadikan sebagai cuan.

Kesimpulan

Di zaman modern Media sosial sekarang mempengaruhi reputasi merek dan menyediakan informasi yang berguna bagi manajemen merek dalam mengembangkan strategi dan kegiatan yang lebih efektif. Dimana Ketika media sosial terus memainkan peran penting dalam dunia bisnis, pemanfaatan analisis media sosial akan menjadi semakin penting bagi bisnis untuk tetap kompetitif dan sukses dalam industri digital yang terus berkembang.ini juga menjadi nilai plus dalam perkembangan reputasi merek dimana ini menjadi sarana promosi yang lebih banyak digunakan para pembisnis untuk mempermudah para konsumen dalam membeli merek barang yang diinginkan dan mempermudah penjual dan pembeli dalam dalam dunia bisnis di media sosia, dengan memanfaatkan analisis media sosial kita sebagai seorang pembisnis dapat menargetkan



pasar kepada konsumen agar dapat bersaing untuk tetap kompetitif bersaing secara sehat di era digital yang semakin berkembang ini.

Daftar Pustaka

- Rahman, Wahyudin, et al. "Eksplorasi Strategi Pemasaran Media Sosial yang Sukses dalam Meningkatkan Interaksi Merek dengan Konsumen di Era Digital." *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 5.1 (2024): 355-363
- Hapsawati Taan, Djoko Lesmana Radji, Herlina Rasjid, Indriyani. "Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image." *Journal of Management & Business* (2021) Pages 315 – 330
- Muhamad Fitra Alfajri, Viranda Adhiazni, Qurrotul Aini. "PEMANFAATAN SOCIAL MEDIA ANALYTICS PADA INSTAGRAM DALAM PENINGKATAN EFEKTIVITAS PEMASARAN." : *Jurnal Ilmu Komunikasi* 2019, pp.1 – 11
- Rulli Nasrullah. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital Perencanaan, Aktivitas dan Evaluasi*. PrenadaMedia.
- Ryanto Budiana, H., Sjoraida, F., Mariana, D., & Priyatna, C. (2016). *Proceeding of The 3rd Conference on Communication, Culture and Media Studies The Use of Social Media by Bandung City Government in Increasing Public Participation*. August, 63–70.
- Sajane, S., & Gaikwad, H. (2022). *Research on the Impact of Social Media on Business/Startups*. *International Journal of Entrepreneurship & Technopreneur (INJETECH)*, 2, 13–22.
- Stephan Längle. (2019). *Star Wars science on social media! Using pop culture to improve STEM skills*. *International Journal of Social Media and Interactive Learning Environments*, 6(2), 137–149.
- Ardiansyah, Irfan, Dan Anastasya Maharani. *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing; Potret Pengguna Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Industri Ukm*. Bandung: Cv Cendekia Press, 2020

