

Administrasi Perencanaan Konten Instagram *Customer* Pada Divisi Chlorine di Perusahaan Cyberlabs

Tini Martini¹, Agnia Syabilla²

Program Studi Administrasi Bisnis

Fakultas Ekonomi Digital & Bisnis

Institut Digital Ekonomi LPKIA

Email : niemartini@lpkia.ac.id , agniasyabilla@gmail.com

Abstrak: CyberLabs merupakan perusahaan *digital marketing* yang berlokasi di Bandung dan beberapa kantor cabang nya di dalam dan luar negeri, tahun 2014 perusahaan ini berdiri dan bergerak dalam bidang konsultasi digital marketing, pembuatan aplikasi Android, pembuatan Aplikasi IOS dan pembuatan website. Dalam kegiatan administrasi perencanaan konten instagram *customer* dilakukan mulai dari pemilihan paket, persetujuan kedua belah pihak, pembayaran, pengiriman informasi *detail* mengenai pesanan, meminta persetujuan *customer*, jika sudah disetujui dan tidak ada perbaikan maka admin akan mengelola akun *customer*.

Pada saat pelaksanaan administrasi perencanaan konten instagram *customer* terdapat kendala yaitu adanya pelaksanaan administrasi yang kurang maksimal, sehingga kegiatan administrasi untuk perencanaan konten instagram tidak efektif dan efisien. Hal baru dari analisis diusulkan untuk menunjang pada saat pembuatan laporan berita acara perencanaan konten Instagram menggunakan *Microsoft Office 365* agar administrasi tetap terlaksana dan terawasi dengan baik dan juga dapat mempermudah pencatatan baik yang dilakukan oleh bagian *content plan* ataupun atasan, sehingga administrasi akan terlaksana dengan baik.

Kata Kunci : Administrasi, Perencanaan, Konten, Perencanaan Konten,

PENDAHULUAN

CyberLabs merupakan perusahaan *digital marketing* yang berlokasi di Bandung dan beberapa kantor cabangnya di dalam dan luar negeri, Di tahun 2014 perusahaan ini berdiri. Perusahaan ini bergerak dalam bidang konsultasi *digital marketing*, pembuatan Aplikasi Android, pembuatan Aplikasi IOS dan pembuatan website. Kepercayaan dari kalangan personal, pemilik usaha kecil menengah (UKM), perusahaan multinasional hingga global dan terhitung hampir 500 perusahaan yang memberikan apresiasi yang baik atas kinerja perusahaan, karna performa tersebut, Cyberlabs memperoleh beberapa penghargaan sebagai perusahaan yang menyediakan layanan teknologi yang inovatif dan di liput oleh media lokal dan nasional.

CyberLabs menyediakan layanan dan juga produk berupa *CyberLabs Marketing Service* (CMS) yaitu layanan yang diberikan kepada konsumen berupa layanan konsultasi digital marketing untuk mengoptimalkan bisnis secara digital melalui media internet. Layanan ini berupa layanan untuk mengetahui apa yang cocok dengan bisnis yang dijalankan, kebutuhan *branding*, transaksi *online* atau kebutuhan lainnya dalam kebutuhan digital marketing. Maka untuk menangani media sosial Instagram perusahaan CyberLabs

memiliki bagian khusus yaitu divisi *Chlorine*.

Divisi Chlorine ini memiliki peran penting untuk bertanggung jawab akan segala kebutuhan jasa di platform Instagram mulai dari konsultasi, riset konten, riset *hashtag*, desain konten, revisi desain, *copywriting*, dan lain sebagainya. Pada divisi Chlorine di Perusahaan CyberLabs ada beberapa kegiatan yang dilakukan seperti: Administrasi *online* akun Instagram ilik klien, membuat konten perencanaan untuk klien, membuat *copywriting*, melakukan beberapa riset, dan lain lain.

Pada divisi Chlorine di perusahaan CyberLabs terdapat beberapa masalah yang terjadi saat pelaksanaan Administrasi Perencanaan Konten Instagram *Customer*, diantaranya adalah pada saat kegiatan riset untuk perencanaan konten laporan berita acara tidak tersimpan dengan baik, sehingga untuk perkembangan dalam hal riset perencanaan konten kurang jelas sehingga mengerjakan pesanan dari costumer akan terhambat.

KAJIAN PUSTAKA

Administrasi Perencanaan Konten Instagram *Customer*

Pengertian Administrasi

Pengertian administrasi bisa di lihat secara luas dan secara sempit. Untuk pengertian secara arti sempit adalah segala kegiatan ketatausahaan yang mencakup korespondensi, kesekretariatan, pendistribusian dan kearsipan. (Apiaty Kamaluddin, 2017)

Adapun administrasi sempit menurut Ulbert Silalahi adalah penyusunan dan pengolahan data infomasi untuk menyediakan dan memudahkan informasi satu sama lain. (Tengku Ine dan Dwi Agustini, 2018)

Maka dari kedua pernyataan di atas simpulannya adalah kegiatan yang mencakup korespondensi, kesekretariatan, pendistribusian dan kearsipan dalam pengolahan data informasi untuk memudahkan dalam mendapatkan informasi

Selanjutnya, untuk Pengertian secara Arti Luas adalah kegiatan ketatausahaan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada, yang dilakukan dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan dengan lebih efektif dan efisien. (Alemina Henuk, 2020)

Adapun administrasi secara luas adalah dua orang manusia atau lebih melakukan proses kerja sama berdasarkan rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditentukan sebelumnya. (Rahman Mariati, 2017)

Maka dari kedua pernyataan di atas simpulannya adalah dua orang atau lebih melakukan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Ruang Lingkup Administrasi

Menurut Gie dalam buku yang ditulis oleh Apiaty Kamaluddin mengatakan bahwa administrasi di kantor tentunya memiliki ruang lingkup tugas yang beragam dan berkaitan dengan tugas pelayanan mulai dari:

1. Menghimpun
Menghimpun merupakan kegiatan mencari segala informasi yang dibutuhkan untuk dijadikan sumber informasi untuk mengisi suatu data bilamana diperlukan.
2. Mencatat
Mencatat merupakan kegiatan menulis informasi sehingga berwujud tulisan yang nantinya dapat di baca, dikirim, dan disimpan.
3. Mengolah
Mengolah merupakan suatu kegiatan dari bermacam-macam aktifitas berupa

pengerjaan informasi guna menyajikan informasi berupa data yang bisa digunakan.

4. Mendistribusikan

Mendistribusikan merupakan kegiatan mengantarkan informasi berupa data dari tempat satu ke tempat lain.

5. Menyimpan

Menyimpan merupakan kegiatan menaruh informasi berupa data agar tidak rusak dan hilang di tempat yang aman sehingga mudah ditemukan lagi (Apiaty Kammaluddin, 2017)

Fungsi Administrasi

Adapun fungsi administrasi menurut Apiaty Kammaluddin menyebutkan bahwa administrasi juga memiliki beberapa fungsi administrasi dalam suatu organisasi sebagai tolak ukur kelancaran administrasi tersebut. Berikut ini adalah fungsi dari administrasi:

1. *Planning* (perencanaan)

Penyusunan rencana kegiatan mulai dari pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyusunan perencanaan yang dilakukan secara administratif.

2. *Organizing* (pengorganisasian)

Kegiatan dalam pengorganisasian dan membangun komunikasi kerja antara individu satu dan yang lainnya untuk mencapai satu kesatuan usaha untuk tujuan tersebut.

3. *Leading* (kepemimpinan)

Penggunaan pengaruh untuk dapat memotivasi karyawan agar meraih sasaran organisasi.

4. *Controlling* (pengendalian)

Memantau aktifitas dari para karyawannya, guna menjaga organisasi agar tetap dapat berjalan dengan baik untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Apiaty Kammaluddin, 2017)

Perencanaan Konten

Dalam pengisian konten, perlulah di rencanakan dengan baik. Maka perlu kita mengetahui pengertian dari perencanaan. Menurut Ibnu Ismail “Perencanaan adalah tahapan yang akan digunakan dan upaya atau usaha untuk menentukan berbagai hal untuk mencapai tujuan tersebut”. (Ibnu Ismail, 2021)

Sedangkan M. Prawiro menyampaikan “Perencanaan adalah proses menentukan hal-hal yang ingin dicapai (tujuan) serta menentukan berbagai tahapan untuk mencapai tujuan tersebut”. (M. Prawiro, 2020)

Maka dari kedua pernyataan di atas simpulannya bahwa perencanaan adalah suatu upaya atau usaha untuk menentukan tujuan di masa depan.

Sedangkan untuk konten sendiri di lihat dari KBBI Online adalah “informasi yang disediakan oleh media atau produk elektronik.” (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2020)

“Konten adalah isi, muatan, kandungan yang digunakan dengan menggunakan internet sebagai rujukan pada isi situs web atau halaman web di internet”. (Romeltea, 2020)

Simpulan dari kedua pernyataan di atas bahwa konten adalah isi dan muatan mengenai informasi yang diterbitkan pada web dan di akses menggunakan internet

Jadi perencanaan konten adalah suatu upaya dalam menentukan hal-hal yang ingin dicapai berisikan informasi yang diterbitkan pada web dan di akses menggunakan internet.

Langkah Perencanaan Konten

Salah satu faktor keberhasilan sistem pemasaran suatu produk barang atau jasa terletak

pada kesiapan konten yang akan ditampilkan kepada khalayak ramai. Maka dari itu Salmiah, Fajrillah, dkk menyebutkan bahwa penting untuk menciptakan konten yang menarik bagi para konsumen, berikut ini merupakan langkah yang perlu diperhatikan dalam membuat perencanaan konten:

1. Menetapkan Tujuan

Tujuan yang jelas dalam konsep pembuatan konten. Penetapan tujuan konten sebaiknya selaras dengan tujuan bisnis. Pemasaran konten memiliki tujuan pertama terkait dengan penjualan produk kepada konsumen yang sudah menjadi pelanggan dan merayu agar berinisiatif untuk mereferensikan kepada orang lain untuk mendapatkan konsumen baru.

2. Penetapan Target Pasar

Target pasar atau segmentasi pasar perlu di tetapkan untuk memberikan kejelasan terkait individu atau kelompok pasar yang akan dituju.

3. Penggagasan dan Perencanaan Konten. Perencanaan yang tepat terkait dengan gagasan konten yang akan diciptakan kepada konsumen.

4. Penciptaan Konten

Konten harus menjunjung tinggi nilai-nilai jurnalisme dan integritas editorial. Pendalaman dalam pemahaman narasi konten diperlukan untuk terjaminnya konsistensi proses pembuatan konten dalam jangka Panjang. (Salmiah, Fajrillah, dkk, 2020)

Strategi Kreatif Iklan Melalui

Media Sosial

Strategi kreatif promosi melalui media sosial dapat mempengaruhi pelanggan dalam memutuskan dalam membeli produk. Berbagai jenis media sosial adalah *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Whatsapp*, *Pinterest*, dll.

Instagram merupakan platform yang praktis dan mudah menjangkau berbagai kalangan konsumen yang ada di dunia. Hanya memerlukan koneksi internet dan akun Instagram, kurang dari satu menit dokumen yang sudah diunggah akan langsung bisa dilihat oleh banyak pengguna. Strategi kreatif iklan untuk pemasaran yang dilakukan oleh Kemenpar menurut Atiko dalam buku yang ditulis Tasmin, dkk menyebutkan diantaranya:

1. Konten dibuat oleh bagian pemasaran khusus media sosial Instagram, sehingga dapat fokus terhadap visual yang diciptakan.
2. Menentukan platform media sosial sebagai alat promosi. Pihak pemasaran melakukan survei media sosial apa yang sedang trend atau disukai sehingga dapat dijadikan kreatif iklan.
3. Merencanakan program. Pertama dengan pembuatan konten yang akan dilakukan, kemudian dilakukan pemilihan konten, lalu gunakan konten pada saat promosi atau pengiklanan, lakukan pengawasan aktivitas yang sudah dilaksanakan, dan terakhir melakukan evaluasi. (Atiko, 2021)

Instagram

Pengertian Instagram

Instagram adalah suatu aplikasi dalam menginformasikan dan membagikan foto kepada orang lain dengan cepat. (Evra Wilya, 2018)

Adapun Instagram adalah jejaring sosial yang paling populer digunakan untuk memposting foto. Pengguna dapat mengunggah foto secara digital, dengan menerapkan filter untuk menyunting penampilan kemudian dapat membagikan foto-foto

tersebut kepada pengguna lain. (Kjell H Landsyer, 2014)

Simpulan dari pendapat di atas, Instagram merupakan aplikasi berbasis internet dengan kegunaan utama mengunggah foto para pengguna untuk dilihat pengguna lainnya.

Customer

Pengertian Costumer

Customer adalah seseorang yang menjadi terbiasa untuk memberi produk barang atau jasa secara berulang. (Jill Griffin, 2003)

Adapun *customer* adalah seseorang atau organisasi yang akan membeli barang atau jasa dari sebuah toko atau bisnis tertentu. (M. Prawiro, 2019)

Simpulannya adalah bahwa *customer* atau pelanggan adalah orang atau suatu instansi yang akan membeli sebuah produk ataupun jasa dengan keputusan secara tetap atau *continue*.

Prosedur Administrasi Perencanaan Konten Instagram Customer

Adapun pengelolaan administrasi perencanaan konten Instagram *customer* sebagai berikut:

1. Tentukan periode perencanaan editorial yang akan dibuat.
2. Kemudian Menandai tanggal yang bertepatan dengan Hari Raya atau Hari Besar nasional
3. Mulai mengumpulkan agenda, program kerja, serta pesan yang ingin disampaikan lembaga dalam media sosial.
4. Menentukan topik besar masing-masing konten berdasarkan agenda lembaga dan Hari Raya atau Hari Besar Nasional pada periode tersebut.
5. Mendistribusikan masing-masing topik besar pada jadwal harian dengan lengkap.
6. Mencoba untuk mengembangkan topik besar menjadi topik spesifik (judul konten) sambil menyesuaikan dengan pesan utama lembaga.
7. Menentukan jenis konten apa saja untuk masing-masing judul konten.
8. Mengumpulkan data pendukung serta referensi untuk masing-masing judul konten.
9. kemudian memproduksi konten.
10. Terakhir, mendistribusikan konten berdasarkan jadwal yang sudah ditentukan.

(Rosarita Niken Widiastuti, 2021)

Tinjauan Umum Perusahaan

Profil Perusahaan

CyberLabs merupakan perusahaan *digital marketing* yang berlokasi di Bandung dan beberapa kantor cabangnya di dalam dan luar negeri. Di tahun 2014 perusahaan ini berdiri, yang bergerak dalam bidang konsultasi *digital marketing*, pembuatan Aplikasi Android, pembuatan Aplikasi IOS dan pembuatan website. Kepercayaan dari kalangan personal, pemilik usaha kecil menengah (UKM), perusahaan multinasional hingga global dan terhitung hampir 500 perusahaan yang memberikan apresiasi yang baik atas kinerja perusahaan, karna performa tersebut, Cyberlabs memperoleh beberapa penghargaan sebagai perusahaan yang menyediakan layanan teknologi yang inovatif dan di liput oleh media lokal dan nasional. Memiliki visi menjadi perusahaan yang dapat menyediakan solusi *digital marketing* dan teknologi tepat guna kepada masyarakat di dunia.

CyberLabs menyediakan layanan diantaranya adalah sbb :

1. *CyberLabs Application Service (C.A.S.)*
sebuah layanan yang khusus bagi yang memiliki kebutuhan khusus dalam proses pembuatan website dan juga aplikasi mobile secara

2. CyberLabs Marketing Service (C.M.S.)

Berfokus kepada internet marketing, sebuah layanan konsultasi digital *marketing* yang memiliki kebutuhan khusus dalam mengoptimalkan bisnis secara digital melalui media internet.

Produk CyberLabs :

1. HYDRO

HYDRO adalah *Business to Business* (B to B) *marketplace* yang akan mempertemukan antara pemilik produk dengan para online marketer yang siap membantu memasarkan produk para produsen secara online.

2. ATOM

ATOM adalah *Sales Management* sistem yang untuk membantu memonitor performa *team sales* dari para pemilik usaha. Fitur yang disediakan diantaranya adalah *KPI monitoring*, *Schedule Follow Up* hingga *Tracking Lokasi*.

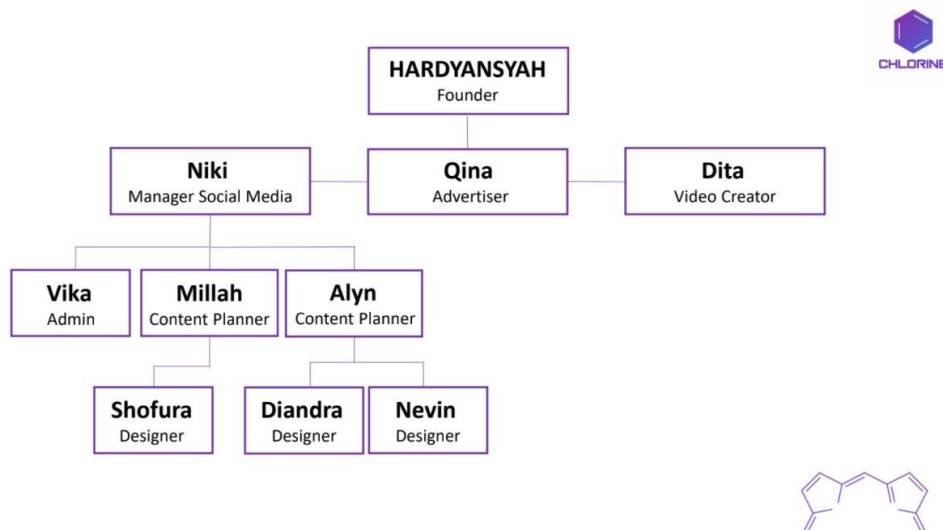
3. MOLECULE

MOLECULE adalah aplikasi registrasi dan absensi yang menggunakan teknologi QR Code dalam bentuk website dan juga aplikasi mobile Android. Penggunaan teknologi ini akan membantu proses registrasi dan absensi yang dapat dilakukan dengan mudah, cepat dan tanpa kertas sama sekali.

Struktur Organisasi

Struktur Organisasi yang terdapat di perusahaan CyberLabs digunakan sebagai sistem informasi dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab kerja masing-masing. Selain itu struktur organisasi digunakan untuk memperlihatkan garis wewenang dan jalur koordinasi yang harus dilakukan staf/karyawan serta jalur kerjasama antar bagian di perusahaan.

Struktur Organisasi Divisi Chlorine di Perusahaan CyberLabs.



Gambar 1
Struktur Organisasi Divisi Chlorin

Deskripsi jabatan

Tugas dan tanggung jawab pada Divisi Chlorine di perusahaan CyberLabs adalah sebagai berikut :

1. Menangani konsultasi untuk administrasi pengelolaan Instagram milik *customer*.
2. Melakukan sebuah riset untuk konten agar membuat konten yang relevan dengan market dan hastag yang sesuai dengan bisnis *customer*.
3. Melakukan desain konten yang menarik sesuai *branding* bisnis *customer* dan revisian akan desain yang telah dibuat.
4. Melakukan *copywritting* untuk menuliskan *caption* agar terkesan *powerfull*.

Kebijakan Perusahaan

Kebijakan yang diberikan oleh perusahaan CyberLabs dalam Pengolahan Administrasi Perencanaan Konten Instagram *Customer* jika terjadi ketidaksesuaian keinginan adalah sebagai berikut:

1. *Customer* yang merasa kurang sesuai akan *design* yang dibuat oleh divisi Chlorine bisa mengajukan model *design* yang diinginkan *customer*.
2. *Customer* yang merasa kurang sesuai akan *copywriting* yang dibuat oleh divisi Chlorine.

Prosedur Administrasi Perencanaan Konten Instagram Customer

Pada pelaksanaan kegiatan pengelolaan administrasi perencanaan konten Instagram milik *customer*, memiliki prosedur seperti berikut:

1. *Customer* memilih paket yang diinginkan, terdapat 3 pilihan paket yang dapat dicek di www.chlorine.co.id
2. Setelah paket dipilih *advertiser* akan mengeluarkan dokumen *Mou* dan *Invoice*.
3. Kemudian *customer* melakukan pembayaran.
4. *Customer* mengirim logo, foto dan info detail produk kepada *advertiser*.
5. Kemudian bagian *advertiser* pun mengirimkan logo, foto, info detail produk ke bagian *content plan*.
6. Pada bagian *content plan* akan membuat logo, foto, dan detail produk *customer* tersebut hingga menjadi *content plan*.
7. Lalu *content plan* tersebut diperlihatkan kpd *customer* untuk meminta persetujuan apakah akan di *acc* atau di revisi.
8. Jika *content plan* tersebut di *acc* maka akan langsung diberikan kepada bagian desain yang kemudian dibuatkan desain kontennya
9. Lalu desain konten tersebut dilihat apakah di *acc* atau perlu di revisi
10. Jika di *acc* maka pengelolaan akun *customer* akan dilakukan oleh bagian admin.

Administrasi perencanaan konten Instagram customer pada divisi Chlorine

Divisi *Chlorine* merupakan bagian yang bertugas menangani Instagram *customer*. Maka divisi *Chlorine* melaksanakan:

1. Konsultasi antara pihak *customer* dengan pihak Chlorine untuk menentukan tema konten
2. Melakukan sebuah riset untuk konten,
3. Melakukan pembuatan *Content Plan*,
4. Jika *content plan* tersebut di *acc* maka akan langsung diberikan kepada bagian desain yang kemudian dibuatkan desain konten nya
5. Melakukan pembuatan desain konten,
6. Lalu desain konten tersebut dilihat apakah di *acc* atau perlu di revisi
7. Jika *ACC* maka akan dilanjutkan dengan pembuatan *copywritting* untuk *caption* dan pengelolaan akun Instagram *Customer*.

Namun pada saat kegiatan riset untuk perencanaan konten laporan berita acara tidak tersimpan dengan baik sehingga untuk perkembangan dalam hal riset perencanaan konten tidak jelas.

PEMBAHASAN DAN PENYELESAIAN MASALAH

Pembahasan

Administrasi perencanaan konten Instagram *customer* pada divisi Chlorine di perusahaan CyberLabs. Berdasarkan teori bahwa Adminsitasi Perencanaan Konten Instagram *Customer* adalah :

1. Tentukan periode perencanaan editorial yang akan dibuat.
2. Kemudian Menandai tanggal yang bertepatan dengan Hari Raya atau Hari Besar nasional
3. Mulai mengumpulkan agenda, program kerja, serta pesan yang ingin disampaikan lembaga dalam media sosial.
4. Menentukan topik besar masing-masing konten berdasarkan agenda lembaga dan Hari Raya atau Hari Besar Nasional pada periode tersebut.
5. Mendistribusikan masing-masing topik besar pada jadwal harian dengan lengkap.
6. Mencoba untuk mengembangkan topik besar menjadi topik spesifik (judul konten) sambil menyesuaikan dengan pesan utama lembaga.
7. Menentukan jenis konten apa saja untuk masing-masing judul konten.
8. Mengumpulkan data pendukung sebagai referensi
9. Produksi konten
10. Pendistribusian konten sesuai dengan jadwal yang telah dibuat

Berdasarkan fakta bahwa Administrasi Perencanaan Konten Instagram *Customer* pada divisi Chlorine adalah :

1. Konsultasi antara pihak *customer* dengan pihak Chlorine untuk menentukan tema konten
2. Melakukan sebuah riset untuk konten,
3. Melakukan pembuatan *Content Plan*,
4. Jika *content plan* tersebut di *acc* maka akan langsung diberikan kepada bagian desain yang kemudian dibuatkan desain konten nya
5. Melakukan pembuatan desain konten,
6. Lalu desain konten tersebut dilihat apakah di *acc* atau perlu di revisi
7. Jika *ACC* maka akan dilanjutkan dengan pembuatan *copywritting* untuk *caption*, dan pengelolaan akun Instagram *Customer*.

Hasil Analisis

Dari bahasan teori dan fakta di perusahaan, maka dapatlah dianalisis dengan cara membandingkan dan terdapat persamaan serta perbedaan sebagai berikut :

1. Persamaan
 - 1) Pada teori dan Fakta di perusahaan sama-sama adanya penentuan topik atau tema sebagai rencana sebelum pembuatan konten yang sebenarnya. Hal tersebut berdampak positif bagi perusahaan karena dengan adanya penentuan topik atau tema tersebut membuat rencana konten lebih spesifik, dan dapat disesuaikan dengan keinginan *customer*.
 - 2) Pada teori dan Fakta di perusahaan sama-sama adanya kegiatan riset untuk mencari referensi untuk konten yang akan dibuat. Hal ini berdampak positif, karena dengan adanya riset akan menjadikan sebuah gambaran bagi konten yang akan dibuat dan berjalan dengan baik sebagai acuan penyelesaian konten.
2. Perbedaan

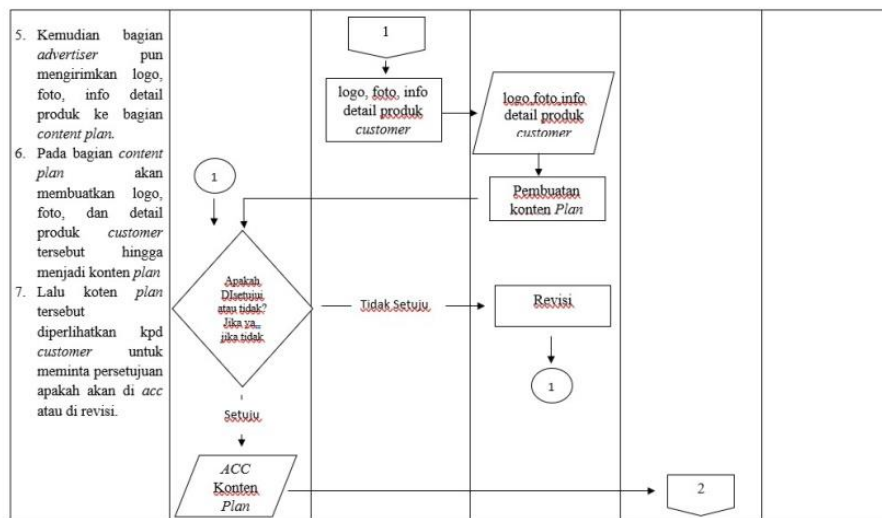
- 1) Pada teori terdapat pengumpulan data pendukung sebagai referensi, hingga disimpannya data tersebut harus dilakukan dengan baik agar terjadinya ruang lingkup administrasi yang baik dan benar, sedangkan fakta di perusahaan pengumpulan data pendukung sebagai referensi hingga disimpannya data tersebut terdapat ketidaksempurnaan sehingga perusahaan tetap meminta pengiriman rekapan ulang melalui *whatsapp* maka dengan hal tersebut terjadi pencatatan ulang. Hal ini berdampak negatif bagi perusahaan, karena dengan adanya pencatatan ulang tersebut dapat menghambat waktu dan administrasi berjalan kurang baik.

Penyelesaian Masalah

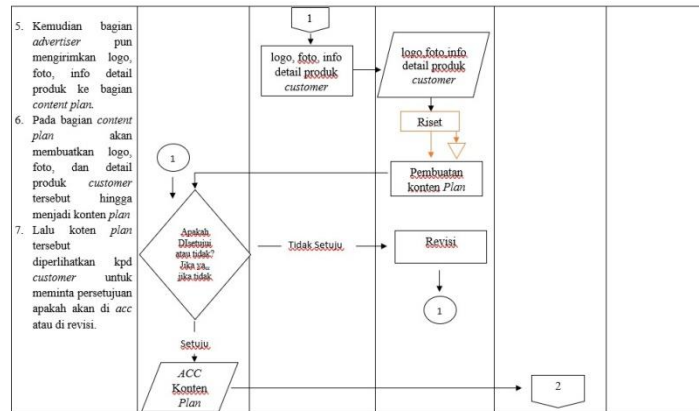
Berdasarkan hasil analisis di atas mengenai administrasi perencanaan konten instagram *customer* terdapat dampak negatif yaitu adanya pencatatan laporan berita acara secara berulang sehingga administrasi berjalan kurang baik.

Penyelesaian masalah terhadap perencanaan konten instagram *customer* dengan menggunakan *Microsoft Office 365* dapat digunakan oleh perusahaan sebagai patokan penyelesaian daripada rekapan laporan perencanaan konten instagram *customer* di setiap harinya dan sebagai *server* yang dapat digunakan oleh banyak pihak untuk dapat digunakan dan menghindari pengiriman data yang berulang

Adapun usulan penyelesaian masalah dapat dilihat berikut ini :



Gambar 2
Flowchart sebelum usulan



Gambar 3
Flowchart setelah usulan

Adapun laporan berita acara yang dibuat untuk memudahkan pencatatan pada administrasi perencanaan konten instagram *customer*. Laporan berita acara ini berfungsi untuk mempermudah proses pencatatan pada saat melakukan riset untuk konten Instagram *customer*, agar kegiatan riset untuk perencanaan konten Instagram berjalan dengan baik.

Berikut contoh lembar laporan berita acara untuk perencanaan konten instagram *customer* :

NO.	DATE	ACTIVITIES	SIGN	NOTE
1.	2-Mar	-Mempelajari Flow Chart		
		-Mencari referensi		
		-Membuat content planning untuk akun IG @mareshaskincare_malang		
2.	3-Mar	-		
3.	4-Mar	-mencari referensi		
		-Membuat content planning untuk akun IG @my_plus_size		
4.	5-Mar	-Melanjutkan content planning akun IG @my_plus_size		
5.	8-Mar	-Revisi content planning akun IG @mareshaskincare_malang		
6.	9-Mar	-Revisi content planning akun IG @mareshaskincare_malang		
		-Revisi content planning akun IG @my_plus_size		
7.	10-Mar	-		
8.	11-Mar	-		
9.	12-Mar	-		

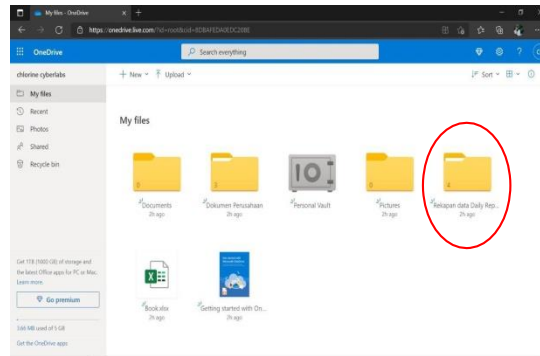
Gambar 4
Usulan Laporan Berita Acara

Rekapan ini disimpan oleh bagian *content plan* yang nantinya akan digunakan pada saat melakukan riset lanjutan untuk perencanaan konten Instagram *customer*. Laporan ini dibuat setiap hari yang nantinya setelah selesai laporan ini akan diperiksa dan dilaporkan kepada atasan mengenai perkembangan riset perencanaan konten Instagram *customer* tersebut.

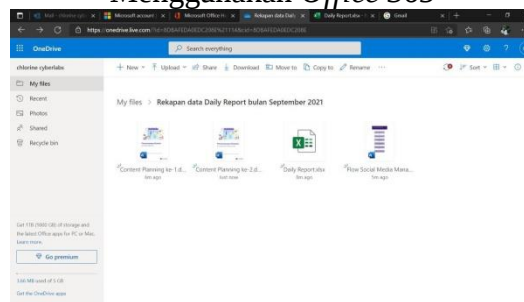
Di luar daripada pembuatan laporan berita acara perencanaan konten Instagram *customer*, adapun *Microsoft Office 365* sebagai usulan. *Microsoft Office 365* dibuat untuk dapat digunakan oleh bagian *content plan* untuk media komunikasi berupa berkas-berkas yang salah satunya laporan berita acara. Atasan dan bagian *content plan* dapat memeriksa laporan serta bagian lain yang memerlukan informasi seputar pencatatan perencanaan

konten yang berkaitan dalam waktu bersamaan.

Berikut tampilan usulan pembuatan *Microsoft Office 365* yang digunakan untuk sumber data yang bisa di akses oleh bagian *content plan* dan atasan sebagai berikut:



Gambar 5
Usulan Folder Dokumen
Menggunakan *Office 365*



Gambar 6
Usulan Dokumen Perencanaan
Menggunakan *Office 365*

SIMPULAN

Administrasi perencanaan konten instagram *customer* agar berjalan dengan efektif dan efisien perlulah di buatkan suatu alat penunjang agar informasi yang dibutuhkan dapat di peroleh bersama-sama antara atasan, bagian content plant, dan bagian lainnya. Hal baru dari analisis yang diusulkan untuk menunjang pada saat pembuatan laporan berita acara perencanaan konten Instagram menggunakan *Microsoft Office 365* agar administrasi tetap terlaksana dan terawasi dengan baik dan juga dapat mempermudah pencatatan baik yang dilakukan oleh bagian *content plan* ataupun atasan, sehingga administrasi akan terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Irfan, Anastasya Maharani. (2020). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Bandung: CV CEDIKIA PRESS
- Hendriana, Tengku Ine dan Dwi Agustini, (2018) *Administrasi Cuti Tahunan Pegawai Pada Bidang Kepegawaian Dan Umum Dengan Menggunakan Aplikasi K-Mob Di Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Provinsi Jawa Barat*.
<http://jurnal.lpkia.ac.id/index.php/jkb/article/view/260> (diakses tanggal 28 Mei 2021)

Henuk, Alemina. (2020). *Pengantar Ilmu Administrasi*. Yogyakarta: ANDI

Ismail, Ibnu. (2021). *Pengertian Perencanaan: Karakteristik, Tujuan, dan Jenis-Jenisnya*. https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-perencanaan/#Pengertian_Perencanaan. (diakses tanggal 16 Agustus 2021. Pukul 10.30 PM)

Kamaluddin, Apiaty. (2017). *Administrasi Bisnis*. Makassar: CV Sah Media

Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. *Perencanaan*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/perencanaan>. (diakses tanggal 30 Juli 2021. Pukul 01.17 PM)

Konten. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konten>. (diakses tanggal 29 Agustus 2021. Pukul 05.55 AM)

Pelanggan. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pelanggan>. (diakses tanggal 30 Agustus 2021. Pukul 07.14 AM)

Landsverk, kjell. (2014). *The Instagram Handbook*. United Kingdom: Prime Head Limited

Prawiro M. (2019). https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/arti-__customer.html
(2020) <https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-perencanaan.html>

Romeltea.(2020). <https://romeltea.com/pengertian-konten-dan-jenis-jenisnya/>

Salmiah, dkk. (2020). *Online Marketing*. Medan: Yayasan Kita Menulis