

# PENGEMBANGAN MEDIA SOSIAL PT NUSANTARA GLOBAL INOVASI SEBAGAI SARANA EDUKASI KEPADA MASYARAKAT

Raffi Laksmama Benardiyanto, Teti Indriarti Kastuti, S.S., M.Pd, M.Par.

## Abstrak

Media sosial telah menjadi platform penting dalam meningkatkan citra dan daya tarik sebuah perusahaan di era digital. PT Nusantara Global Inovasi, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi, menghadapi tantangan stagnasi pada konten media sosial Instagram mereka, yang sebagian besar hanya berisi ucapan seremonial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pengelolaan media sosial yang lebih kreatif dan interaktif guna meningkatkan keterlibatan audiens serta mendukung citra perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Berbagai strategi konten dikembangkan, termasuk pembuatan maskot 2 dimensi bernama "ENJI," penggunaan konten berbasis meme, dan trivia informatif. Maskot ENJI didesain sebagai representasi perusahaan dengan kepribadian yang ceria dan komunikatif, sedangkan konten berbasis meme dan trivia dirancang untuk meningkatkan daya tarik dan relevansi postingan di media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan ini berhasil meningkatkan kualitas konten media sosial Instagram PT Nusantara Global Inovasi, baik dari segi visual maupun interaksi dengan audiens. Penggunaan maskot, meme, dan trivia tidak hanya menarik perhatian pengguna tetapi juga memperkuat hubungan dengan audiens. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi perusahaan lain dalam mengelola media sosial secara efektif di era digital.

Kata kunci: Internet, Karakter 2 Dimensi, Komunikasi, Media Sosial Instagram, Meme

# DEVELOPING SOCIAL MEDIA OF PT NUSANTARA GLOBAL INOVASI AS A MEANS OF EDUCATION TO THE COMMUNITY

## ABSTRACT

Social media has emerged as a crucial platform for enhancing a company's image and appeal in the digital era. PT Nusantara Global Inovasi, a company specializing in information technology, faces the challenge of stagnation in its Instagram content, which primarily consists of ceremonial greetings. Consequently, this study aims to develop a more creative and interactive social media management strategy to increase audience engagement and bolster the company's image.

This study employs a qualitative methodology with a descriptive approach. Various content strategies were developed, including the creation of a two-dimensional mascot named "ENJI," the use of meme-based content, and informative trivia. The ENJI mascot is designed to represent the company with a cheerful and communicative personality, while the meme-based content and trivia aim to enhance the appeal and relevance of posts on social media.

The results of the study indicate that this approach has successfully enhanced the quality of PT Nusantara Global Inovasi's Instagram content, both visually and in terms of audience engagement. The incorporation of mascots, memes, and trivia not only captures users' attention but also fosters stronger relationships with the audience. This study is intended to serve as a guide for other companies seeking to manage their social media effectively in the digital era.

**Keywords:** Internet, 2-Dimensional Characters, Communication, Instagram Social Media, Memes