

**PENGEMBANGAN DASHBOARD INTERAKTIF
BERBASIS GOOGLE SPREADSHEET
PADA PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL
DI PT WINDHU BALI UTAMA**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus
Sarjana Terapan Program Studi Bisnis Digital
Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali



POLITEKNIK NEGERI BALI

**DIAJUKAN OLEH:
ANAK AGUNG ISTRI SINTYA DEWI
NIM. 2115754043**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN BISNIS DIGITAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

**PENGEMBANGAN DASHBOARD INTERAKTIF
BERBASIS GOOGLE SPREADSHEET
PADA PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL
DI PT WINDHU BALI UTAMA**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus
Sarjana Terapan Program Studi Bisnis Digital
Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali



POLITEKNIK NEGERI BALI

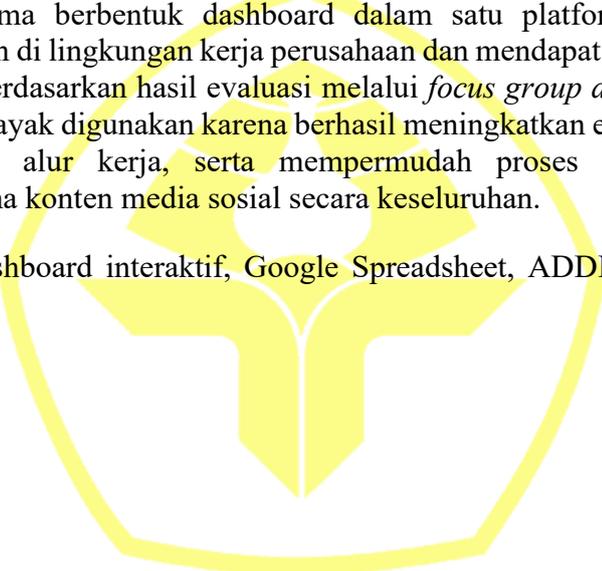
**DIAJUKAN OLEH:
ANAK AGUNG ISTRI SINTYA DEWI
NIM. 2115754043**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN BISNIS DIGITAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dashboard interaktif berbasis Google Spreadsheet sebagai sistem terintegrasi dalam pengelolaan konten media sosial di PT Windhu Bali Utama. Hal ini dilakukan karena adanya ketidakefisienan dalam sistem sebelumnya yang menggunakan dua spreadsheet terpisah untuk perencanaan dan pelaporan konten, sehingga menimbulkan duplikasi input data dan tidak efisien waktu. Penelitian ini menggunakan metode *Research and Development* (R&D) dengan model ADDIE yang terdiri dari lima tahap, yaitu *analysis, design, development, implementation, dan evaluation*. Hasil dari pengembangan ini berupa sistem dashboard yang terdiri dari empat sheet utama dan dua sheet pembantu, yang mampu menyatukan content plan, content report, dan visualisasi performa berbentuk dashboard dalam satu platform. Sistem telah diimplementasikan di lingkungan kerja perusahaan dan mendapat tanggapan positif dari pengguna. Berdasarkan hasil evaluasi melalui *focus group discussion* (FGD), sistem ini dinilai layak digunakan karena berhasil meningkatkan efisiensi kerja tim, menyederhanakan alur kerja, serta mempermudah proses pemantauan dan pelaporan performa konten media sosial secara keseluruhan.

Kata Kunci: Dashboard interaktif, Google Spreadsheet, ADDIE, Content Plan, Content Report

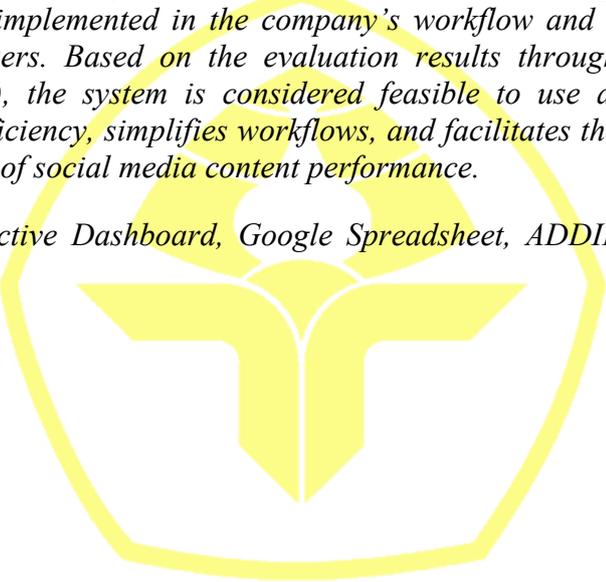


JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

This study aims to develop an interactive dashboard based on Google Spreadsheet as an integrated system for managing social media content at PT Windhu Bali Utama. The research was conducted to address inefficiencies in the previous system, which used two separate spreadsheets for content planning and reporting, resulting in duplicated data input and time-consuming processes. The study employed the Research and Development (R&D) method using the ADDIE model, which consists of five stages: analysis, design, development, implementation, and evaluation. The resulting product is a dashboard system composed of four main sheets and two supporting sheets that integrate the content plan, content report, and performance visualization into a single platform. The system has been implemented in the company's workflow and received positive feedback from users. Based on the evaluation results through a focus group discussion (FGD), the system is considered feasible to use as it successfully improves team efficiency, simplifies workflows, and facilitates the monitoring and reporting process of social media content performance.

Keywords: *Interactive Dashboard, Google Spreadsheet, ADDIE, Content Plan, Content Report*

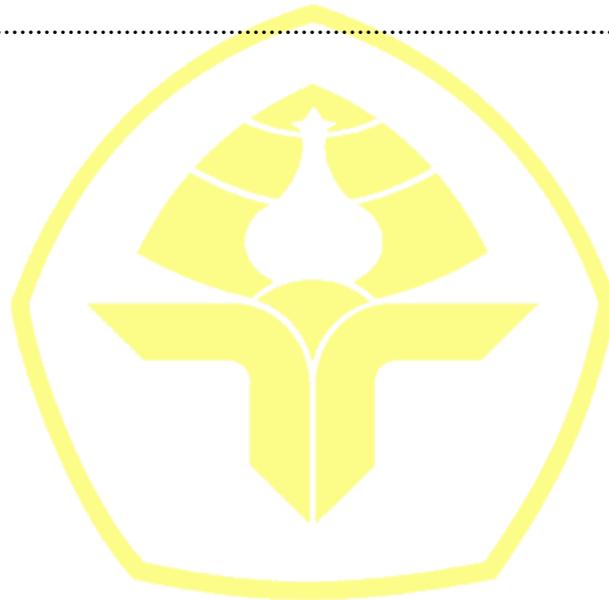


JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian.....	8
1.5 Metode yang Digunakan.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Kajian Teoritis.....	17
2.2 Kajian Empiris.....	37
2.3 Kerangka Konsep.....	40
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	42
3.1 Sejarah Perusahaan.....	42
3.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	44
3.3 Bidang Usaha.....	44

3.4	Struktur Organisasi.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Bentuk Kegiatan	52
4.2	Sumber Daya yang Digunakan.....	54
4.3	Hasil <i>Research and Development</i>	56
4.4	Implikasi Ekonomi	95
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		97
5.1	Simpulan.....	97
5.2	Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN.....		103



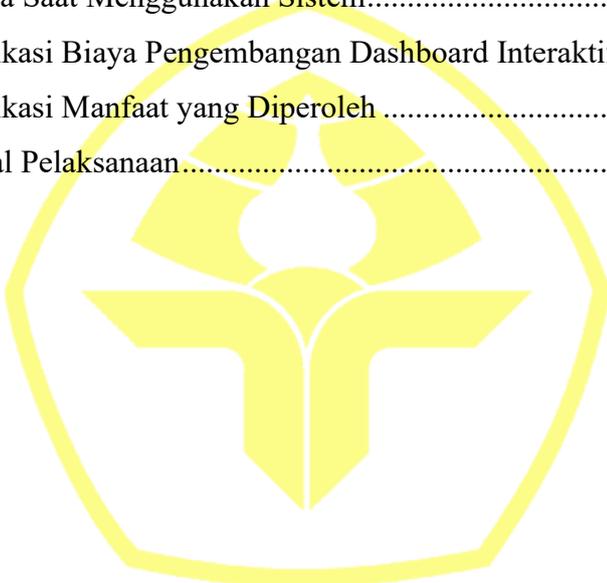
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Content Plan Di PT Windhu Bali Utama	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konsep	40
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi PT Windhu Bali Utama.....	47
Gambar 4. 1 Wireframe Sheet Calendar	61
Gambar 4. 2 Wireframe Sheet Content Plan.....	62
Gambar 4. 3 Wireframe Sheet Data Report	65
Gambar 4. 4 Wireframe Sheet Dashboard	68
Gambar 4. 5 Sheet Calendar	71
Gambar 4. 6 Tampilan "Prepared by" pada Sheet Calendar	72
Gambar 4. 7 Tampilan Filter Bulan dan Tahun pada Sheet Calendar	72
Gambar 4. 8 Tabel Content Plan pada Sheet Content Plan.....	73
Gambar 4. 9 Tampilan Jika Data Tidak Valid	74
Gambar 4. 10 Tabel Facebook dan Instagram Result pada Sheet Content Plan ...	74
Gambar 4. 11 Sheet Data Report.....	75
Gambar 4. 12 Sheet Content Plan Helper	77
Gambar 4. 13 Sheet Monthly Report Helper	78
Gambar 4. 14 Dashboard Content Analytics.....	80
Gambar 4. 15 Dashboard Audience Analytics.....	81
Gambar 4. 16 Dashboard Growth Report	81
Gambar 4. 17 Demonstrasi Sistem Dashboard oleh Penulis.....	84
Gambar 4. 18 Focus Group Discussion Dengan Divisi Social Media di	86

DAFTAR TABEL

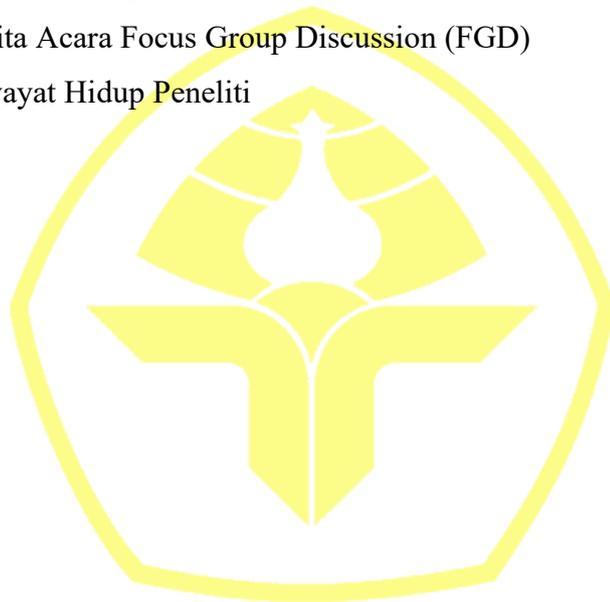
Tabel 4. 1 Spesifikasi Laptop yang Digunakan oleh Penulis.....	55
Tabel 4. 2 Jenis Perangkat Lunak yang Digunakan oleh Penulis	55
Tabel 4. 3 Permasalahan pada Divisi Social Media.....	58
Tabel 4. 4 Kolom pada Sheet Content Plan	62
Tabel 4. 5 Kolom pada Sheet Data Report.....	65
Tabel 4. 6 Bagian Dashboard	69
Tabel 4. 7 Kendala Saat Menggunakan Sistem.....	87
Tabel 4. 8 Identifikasi Biaya Pengembangan Dashboard Interaktif	88
Tabel 4. 9 Identifikasi Manfaat yang Diperoleh	91
Tabel 4. 10 Jadwal Pelaksanaan.....	95



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Lembar Persetujuan Layak Ujian oleh Dosen Pembimbing I
- Lampiran 2 : Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing I
- Lampiran 3 : Lembar Persetujuan Layak Ujian oleh Dosen Pembimbing II
- Lampiran 4 : Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing II
- Lampiran 5 : Surat Keterangan Validasi (Validator I)
- Lampiran 6 : Surat Keterangan Validasi (Validator II)
- Lampiran 7 : Berita Acara Focus Group Discussion (FGD)
- Lampiran 8 : Riwayat Hidup Peneliti



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi informasi di era yang serba digital ini membawa banyak perubahan dalam aspek kehidupan. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi informasi adalah lahirnya media sosial yang membawa perubahan pada masyarakat, seperti perubahan pola pikir serta cara mereka berinteraksi satu sama lain (Nur Hidayat et al., 2024).

Media sosial merupakan platform komunikasi daring yang memungkinkan penggunanya saling berinteraksi, bertukar konten, dan berkolaborasi (American Marketing Association, 2025). Berdasarkan data dari situs *We Are Social*, per Februari 2025, pengguna media sosial di Indonesia mencapai 143 juta jiwa atau sekitar 50,2% dari total populasi. Sebanyak 51% di antaranya menggunakan media sosial untuk mencari inspirasi terkait barang yang ingin dibeli, dan 38,1% lainnya menggunakannya untuk menemukan produk yang akan dibeli (We Are Social & Meltwater, 2025).

Data tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media untuk bertransaksi dan mencari produk. Oleh karena itu, lahirnya media sosial membuka peluang bagi pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka agar dapat membangun hubungan dengan

konsumen dan meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*). Penggunaan platform media sosial untuk memasarkan atau mempromosikan merek dikenal dengan istilah *social media marketing*, yang memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi dua arah dengan konsumen (Kotler et al., 2016).

Penerapan *social media marketing* tentunya memerlukan strategi yang tepat agar tujuan dari pemasaran itu tercapai dan tidak menimbulkan kerugian. Selain itu, sumber daya manusia yang tidak mampu mengikuti perkembangan teknologi menjadi salah satu tantangan dalam merencanakan dan mengelola strategi *social media marketing* (Chrismardani & Setiyarini, 2019). Ketiadaan karyawan yang memiliki keahlian di bidang ini dapat menyebabkan strategi yang dijalankan menjadi tidak efektif, bahkan berisiko menimbulkan kerugian seperti rendahnya *engagement*, *brand image* yang tidak terbentuk dengan baik, atau penggunaan anggaran promosi yang tidak tepat sasaran. Keterbatasan tersebut mendorong banyak perusahaan untuk bekerja sama dengan *digital marketing agency* guna memastikan keberhasilan pemasaran digital mereka.

PT Windhu Bali Utama merupakan salah satu *digital marketing agency* yang berlokasi di Provinsi Bali. Perusahaan ini menyediakan layanan *digital marketing*, seperti *social media management*, iklan digital, hingga *website development*. Salah satu layanan unggulan PT Windhu Bali Utama adalah *social media management*. *Social media management* merupakan layanan yang membantu klien dalam mengelola akun media sosial secara profesional untuk keperluan pemasaran. Layanan ini mencakup perencanaan, pembuatan, serta pelaporan konten yang dikemas dalam bentuk *content plan* dan *content report*.

Content plan merupakan strategi terstruktur untuk merencanakan, membuat, dan mendistribusikan konten yang relevan dan bernilai bagi audiens (Pulizzi, 2013). Perencanaan konten yang terstruktur memungkinkan perusahaan untuk menyampaikan pesan yang konsisten dan sesuai dengan tujuan merek. Tanpa perencanaan, konten bisa kehilangan arah, tidak konsisten, atau bahkan tidak selaras dengan strategi pemasaran perusahaan yang lebih luas.

Sementara itu, *content report* merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengukur kinerja konten berdasarkan metrik seperti *engagement*, *lead generation*, dan *conversion* (Pulizzi, 2013). *Content report* sangat penting untuk mengevaluasi efektivitas strategi konten yang telah dijalankan, memberikan umpan balik berbasis data, serta menjadi dasar dalam pengambilan keputusan untuk strategi konten selanjutnya. Dengan adanya *content report*, tim pemasaran dapat mengidentifikasi tren, mengetahui konten yang paling berhasil, serta menyesuaikan strategi agar lebih optimal.

PT Windhu Bali Utama memiliki divisi khusus dalam menyediakan layanan *social media management*. Divisi tersebut adalah Divisi Social Media. Divisi ini terbagi menjadi tiga posisi, yaitu *Social Media Specialist*, *Content Production*, dan *Social Media Admin*. Posisi *social media specialist* bertanggung jawab menyusun strategi dan merancang *content plan*. *Content production* bertugas memproduksi konten sesuai *content brief*. Sementara itu, *social media admin* menjadwalkan konten dan menyusun *content report* berdasarkan data dari Meta Business Suite. Untuk memfasilitasi pengelolaan konten, Divisi Social Media menggunakan Google Spreadsheet sebagai alat utama. Dalam praktiknya, terdapat dua

spreadsheet yang terpisah, yaitu satu *spreadsheet* khusus untuk membuat *content plan* dan satu *spreadsheet* khusus untuk membuat *content report*.

Proses bisnis layanan *social media management* terdiri dari dua bagian, yaitu proses penyusunan *content plan* hingga penjadwalan konten, serta proses penyusunan *content report* hingga menghasilkan dashboard. Pada proses pertama, *social media specialist* menyusun *content plan* bulanan dalam *spreadsheet* khusus.

	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	SUNDAY
WEEK 1 - Post							
Date	25 Nov 24	26 Nov 24	27 Nov 24	28 Nov 24	29 Nov 24	30 Nov 24	1 Dec 24
Content Pillar							
Format							
Visual Mock-up							
Caption/Emotion							
Hashtag(s)							
CTA							
Stylisik							
Location							
Posting Time							
RESULT							
Character(s)	Facebook	Instagram	Facebook	Instagram	Facebook	Instagram	Facebook
Impression/Reach	0	0	0	0	0	0	0
Like(s)	0	0	0	0	0	0	0
Share + Save	0	0	0	0	0	0	0
Comment(s)	0	0	0	0	0	0	0
Engagement Rate	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
WEEK 2 - Post							
Date	2 Dec 24	3 Dec 24	4 Dec 24	5 Dec 24	6 Dec 24	7 Dec 24	8 Dec 24
Content Pillar		Educational			Educational	Social Media	
Format		Reels			Carousel		
Visual Mock-up							

Gambar 1. 1 *Content Plan* Di PT Windhu Bali Utama
Sumber: PT Windhu Bali Utama (2025)

Gambar 1.1 adalah *spreadsheet* khusus *content plan* yang digunakan oleh PT Windhu Bali Utama. Jadi saat menyusun *content plan*, *social media specialist* harus menentukan dan mengisi bagian *content pillar*, format konten, *content brief* yang diisi pada baris *visual mock-up*, *caption*, dan *hashtag* sesuai tanggal konten akan diunggah. Selanjutnya, *content plan* akan diperiksa terlebih dahulu oleh Chief Operating Officer (COO). Setelah disetujui, barulah tim *content production* bisa memproduksi konten. Jika konten sudah selesai diproduksi, konten akan diperiksa

terlebih dahulu oleh COO dan klien. Setelah disetujui, barulah konten dapat dijadwalkan melalui Meta Business Suite oleh *social media admin*.

Sementara itu, *social media admin* akan mengambil data dari Meta Business Suite dan menginputnya ke *spreadsheet content report* pada proses penyusunan *content report*. Data yang diinput adalah data audiens, performa akun, dan data performa setiap konten. Selain diinput di *spreadsheet content report*, data performa konten juga harus diinput kembali ke *content plan*. Tim kemudian mengidentifikasi konten yang paling banyak menjangkau audiens (*reach*) untuk diisi secara manual dalam dashboard. Dashboard *content report* dan *content plan* yang sudah berisi data performa konten selanjutnya akan dikirim ke klien agar klien dapat memantau bagaimana pertumbuhan akun media sosial mereka. Selain itu, data ini juga yang nantinya akan digunakan untuk menyusun strategi konten oleh tim *social media specialist*.

Meski telah memiliki sistem kerja yang sistematis, proses bisnis ini masih memiliki berbagai kendala yang memengaruhi efisiensi kerja tim. Salah satu kendalanya adalah penggunaan dua *spreadsheet* yang terpisah untuk *content plan* dan *content report*. Penggunaan dua *spreadsheet* terpisah mengakibatkan tim harus membuka banyak *tab* ketika merencanakan strategi konten dan membuat laporan performa konten. Hal ini menyulitkan proses evaluasi karena harus berpindah-pindah antar *spreadsheet*.

Kendala lainnya adalah keharusan membuat sheet baru setiap awal bulan untuk *content plan* maupun *content report*. Tim harus cara menduplikasi sheet sebelumnya, menghapus data lama, serta mengganti tanggal secara manual. Hal ini

semakin rumit karena di *content plan* harus mengganti seluruh tanggal yang ada di tabel agar sesuai dengan tanggal di bulan yang baru. Begitu pula saat menyusun *content report*, tim harus menghapus data performa konten yang diinput secara manual pada bulan sebelumnya sebelum mengisi data baru, sementara data yang menggunakan rumus harus tetap dipertahankan. Setelah itu barulah tim bisa mulai menyusun *content plan* dan *content report*. Proses ini menyulitkan pengelolaan data jangka panjang dan tidak memungkinkan untuk menampilkan grafik pertumbuhan akun.

Selain itu, terdapat duplikasi *input* data, yaitu laporan performa setiap konten harus dicantumkan baik pada *content plan* maupun *content report*. Hal ini menyebabkan proses pengisian data menjadi lebih lama dan rentan terjadi inkonsistensi. Tidak hanya itu, pada *content report*, tim juga masih harus melakukan perhitungan manual dalam menginput data terkait jumlah konten yang diunggah selama satu bulan. Mereka juga harus mengidentifikasi secara manual konten yang populer pada satu bulan itu berdasarkan *reach* terbanyak. Proses manual ini tentu menghabiskan waktu lebih lama, yaitu sekitar 8 jam kerja untuk mengerjakan satu *content report* klien.

Di sisi lain, tim *content production* sering kali terlewat dalam memproduksi konten sesuai jadwal karena status pengerjaan tidak dicantumkan secara spesifik dalam *content plan*. Hal ini berdampak pada ketidakteraturan dalam pengunggahan konten serta membuat strategi konten menjadi tidak terarah.

Menggunakan beberapa *spreadsheet* yang tidak terintegrasi akan meningkatkan risiko inkonsistensi dan inefisiensi (Few, 2013). Mengintegrasikan

data ke dalam sistem terpadu dapat membantu menyederhanakan laporan, meningkatkan keandalan data, dan meningkatkan produktivitas alur kerja. Sejalan dengan hal itu, Menurut Provost dan Fawcett, integrasi data dan otomatisasi proses merupakan langkah penting dalam meningkatkan efisiensi manajemen data karena dapat meminimalkan risiko kesalahan input dan mempercepat analisis data (Provost & Fawcett, 2013). Oleh karena itu, mengintegrasikan data antara *content plan* dan *content report* dalam satu sistem terpadu dapat menghemat waktu, mengurangi kesalahan input data, dan meningkatkan efisiensi kerja tim.

Selain itu, otomatisasi juga dapat meminimalisir kesalahan manusia (*human error*) (Laursen & Thorlund, 2010). Dalam konteks PT Windhu Bali Utama, otomatisasi dapat dilakukan melalui pengembangan dashboard interaktif yang mengintegrasikan *content plan* dan *content report*. Dashboard ini memungkinkan pembaruan data secara otomatis tanpa perlu membuat sheet baru setiap bulannya.

Sejalan dengan itu, Few (2006) mengatakan bahwa dashboard interaktif memungkinkan pengguna untuk mengeksplorasi data secara dinamis, mengidentifikasi pola, dan membuat keputusan yang lebih informatif. Visualisasi data melalui dashboard membantu tim mengidentifikasi pola kinerja konten secara instan, termasuk menampilkan "Konten Populer" secara otomatis sehingga proses analisis menjadi lebih cepat dan akurat.

Mempertimbangkan kendala yang dialami oleh Divisi Social Media di PT Windhu Bali Utama dalam menggunakan *content plan* dan *content report* untuk layanan *social media management*, diperlukan pengembangan dashboard interaktif terintegrasi dalam satu *spreadsheet* untuk menggabungkan *content plan* dan *content*

report. Hal ini bertujuan untuk mengurangi duplikasi input data, meminimalkan kesalahan, serta meningkatkan efisiensi kerja Divisi Social Media di PT Windhu Bali Utama. Selain itu, penggunaan Google Spreadsheet sebagai media pengelolaan data menjadi solusi yang fleksibel dan ekonomis karena tidak memerlukan biaya lisensi.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian **“Dashboard Interaktif Berbasis Google Spreadsheet pada Pengelolaan Konten Media Sosial di PT Windhu Bali Utama”** guna mempermudah tim dalam menyusun strategi konten, mengelola jadwal unggahan, dan menganalisis hasil performa media sosial dengan lebih sistematis.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat diangkat, yaitu bagaimanakah pengembangan dashboard interaktif berbasis Google Spreadsheet pada pengelolaan konten media sosial di PT Windhu Bali Utama?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk menciptakan dan mengembangkan dashboard interaktif berbasis Google Spreadsheet pada pengelolaan konten media sosial di PT Windhu Bali Utama.

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah, dan tujuan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi. Kontribusi yang diharapkan terbagi menjadi dua, yaitu kontribusi secara teoritis dan kontribusi secara praktis.

1.4.1 Kontribusi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

- a. Sebagai kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran digital, terutama dalam aspek implementasi strategi media sosial yang lebih terstruktur dan terintegrasi antara perencanaan, penjadwalan, dan pelaporan konten.
- b. Menjadi referensi pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengelolaan konten media sosial, visualisasi data dalam bentuk dashboard interaktif menggunakan Google Spreadsheet, dan menjadi bahan kajian empiris.

1.4.2 Kontribusi Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengalaman langsung bagi penulis tentang merancang dashboard interaktif berbasis Google Spreadsheet untuk pengelolaan konten media sosial. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi secara praktis bagi penulis dengan menerapkan langsung ilmu yang didapatkan selama menempuh perkuliahan, khususnya mata kuliah perkantoran digital dan *social media marketing*.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam upaya meningkatkan efisiensi bagi Divisi Social Media dalam mengelola konten media sosial klien.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi kepada masyarakat, khususnya pelaku bisnis yang ingin memasarkan usahanya melalui media sosial agar dapat menerapkan penggunaan dashboard interaktif berbasis Google Spreadsheet dalam mengelola konten untuk promosi melalui media sosial.

1.5 Metode yang Digunakan

1.5.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menghasilkan produk berupa dashboard interaktif berbasis Google Spreadsheet yang siap digunakan untuk mengintegrasikan perencanaan dan pelaporan konten media sosial di PT Windhu Bali Utama. Dalam pengembangannya, penelitian ini dikembangkan menggunakan metode *research and development (R&D)* yang mengacu pada model ADDIE yang terdiri dari lima tahapan, yakni:

a. *Analysis* (Analisis)

Tahap analisis merupakan tahap paling awal dalam model ADDIE. Pada tahap inilah dilakukan analisis situasi untuk mengidentifikasi masalah atau kendala dan mengumpulkan informasi terkait objek penelitian, yaitu sistem pengelolaan konten media sosial di PT Windhu Bali Utama. Untuk

menganalisis situasi di perusahaan, penulis perlu melakukan wawancara terhadap Divisi Social Media terkait kendala atau permasalahan yang mereka hadapi dalam menggunakan sistem pengelolaan konten media sosial yang mereka gunakan saat ini. Selain itu, penulis juga perlu melakukan observasi terhadap alur kerja atau *workflow* agar hasil penelitian sesuai dengan proses bisnis di PT Windhu Bali Utama.

b. *Design* (Perancangan)

Setelah mengetahui masalah dan kebutuhan di perusahaan, tahapan selanjutnya adalah merancang struktur dashboard. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk menerjemahkan solusi dari masalah dan kebutuhan dari tahap analisis ke dalam desain teknis dan tampilan visual. Tahap ini meliputi mencari referensi dashboard serupa, menentukan spesifikasi fitur, membuat *wireframe*, dan menentukan data yang perlu diintegrasikan.

c. *Development* (Pengembangan)

Tahap pengembangan merupakan tahap lanjutan dari perancangan untuk membangun dashboard berdasarkan desain yang sudah direncanakan. Tahapan ini meliputi pembuatan setiap sheet yang saling terintegrasi dan otomatisasi menggunakan formula Google Spreadsheet. Pada tahap ini juga melibatkan validasi dan masukan dari validator, yaitu *expert judgement* terkait kesesuaian dashboard dalam memenuhi kebutuhan pada pengelolaan konten media sosial di PT Windhu Bali Utama. Proses validasi ini akan dilakukan oleh dua ahli, yaitu ahli teknis dan ahli materi melalui pemberian komentar dan saran secara lisan.

d. *Implementation* (Implementasi)

Dashboard yang sudah dikembangkan dan divalidasi oleh ahli pada tahap pengembangan akan diimplementasikan di lingkungan nyata, yaitu pada proses pengelolaan konten media sosial di PT Windhu Bali Utama. Namun, sebelum dashboard mulai digunakan oleh Divisi Social Media, penulis akan mendemonstrasikan penggunaan dashboard terlebih dahulu agar tim paham cara menggunakan dashboard dan bagaimana alurnya.

e. *Evaluation* (Evaluasi)

Tahap evaluasi bertujuan untuk mengukur keberhasilan dan efektivitas dashboard. Pada tahap ini, penulis akan melakukan evaluasi setelah 1-5 bulan implementasi dashboard pada pengelolaan konten media sosial. Pendekatan evaluasi dilakukan melalui *focus group discussion (FGD)* untuk menggali pengalaman pengguna dari Divisi Social Media terhadap penggunaan dashboard. Selain itu, evaluasi juga akan dilakukan menggunakan analisis efisiensi berbasis *cost benefit analysis (CBA)*. Analisis CBA akan berfokus pada perbandingan biaya yang dikeluarkan dan manfaat yang dirasakan tim.

Alasan penulis menggunakan metode R&D model pengembangan ADDIE adalah dikarenakan tahapan model ini sederhana dan terstruktur, memastikan produk benar-benar sesuai kebutuhan pengguna, serta memungkinkan penyesuaian produk berdasarkan masukan pada tahap evaluasi.

1.5.2 Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui teknik pengumpulan data, seperti observasi, wawancara, ataupun kuesioner (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, data primer diambil melalui observasi langsung, wawancara tidak terstruktur, serta FGD dengan Divisi Social Media di PT Windhu Bali Utama.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara, seperti dokumen, laporan, arsip, atau data yang telah dipublikasikan sebelumnya yang digunakan untuk mendukung penelitian. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari data internal perusahaan berupa *template content plan* dan *content report* yang digunakan.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Teknik pengumpulan data melalui observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung terhadap suatu objek dalam situasi yang sebenarnya (Arikunto, 2013). Pengumpulan data dengan observasi dilakukan penulis dengan mengamati secara langsung semua proses pengelolaan konten media sosial, mulai dari perencanaan konten, pembuatan konten, hingga pembuatan laporan performa akun media sosial. Observasi ini penulis lakukan selama enam bulan pada saat penulis melaksanakan magang kerja di PT Windhu Bali Utama.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dan tatap muka antara pewawancara dan responden untuk memperoleh data yang lebih mendalam (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur. Wawancara ini bersifat fleksibel, tanpa adanya pedoman pertanyaan yang baku. Penulis melakukan wawancara pada Divisi Social Media di PT Windhu Bali Utama terkait penggunaan *content plan* dan *content report* pada pengelolaan media sosial klien.

c. *Focus Group Discussion (FGD)*

FGD merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan diskusi kelompok yang bertujuan untuk mengumpulkan opini, persepsi, serta pengalaman kelompok terkait topik yang sedang dibahas. Pada penelitian ini, FGD akan dilakukan pada tahap evaluasi guna mendapatkan umpan balik kolektif dari seluruh anggota Divisi Social Media terkait implementasi dashboard pada proses *business social media management*.

d. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan data yang berasal dari berbagai literatur atau dokumen yang relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Dengan melakukan studi kepustakaan, penulis mempunyai pendalaman yang lebih luas dan mendalam terhadap masalah yang diteliti (Sukardi, 2021). Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dari berbagai literatur, seperti buku dan dokumen yang

bersumber dari internet dan perusahaan, catatan perkuliahan, penelitian terdahulu, serta sumber lain yang relevan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memastikan bahwa penulisan ini dapat dilakukan secara sistematis, materi-materi yang tersusun pada skripsi ini harus dikelompokkan ke dalam beberapa sub bab dengan sistematika penulisan, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini membahas terkait latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi hasil penelitian, metode yang digunakan pada penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka ini menjabarkan kajian teoritis, kajian empiris, dan kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

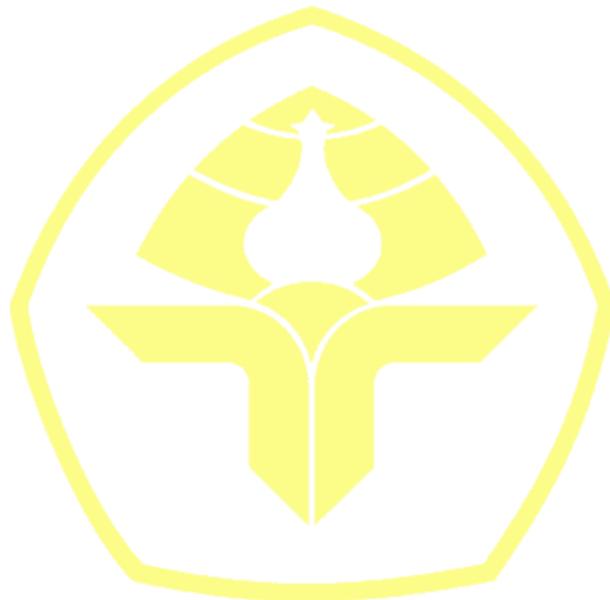
Pada bab ini menjelaskan secara detail terkait perusahaan, seperti sejarah, visi dan misi perusahaan, bidang usaha, serta uraian struktur organisasi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan secara rinci terkait bentuk kegiatan, sumber daya yang digunakan, hasil kegiatan pengembangan desain dan inovasi, serta implikasi ekonomi berupa dampak positif dari kegiatan ini terhadap perusahaan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini serta saran yang dapat diberikan oleh penulis agar permasalahan atau kendala dapat terselesaikan dengan baik.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan sistem dashboard interaktif berbasis Google Spreadsheet pada pengelolaan konten media sosial di PT Windhu Bali Utama berhasil dilakukan dengan mengikuti tahapan model ADDIE, yang meliputi analisis kebutuhan, perancangan sistem, pengembangan, implementasi, dan evaluasi.

Pada tahap analisis, ditemukan berbagai permasalahan dalam sistem sebelumnya, seperti penggunaan dua *spreadsheet* terpisah, proses duplikasi *input* data manual, kesulitan memantau progres konten, serta tidak adanya visualisasi performa akun untuk jangka panjang. Masalah ini menjadi dasar dalam merancang dashboard interaktif yang terdiri dari beberapa sheet utama (*calendar*, *content plan*, *data report*, dan *dashboard*), serta sheet pembantu (*content plan helper* dan *monthly report helper*).

Sistem berhasil dikembangkan secara fungsional dan diimplementasikan secara nyata mulai 1 Februari 2025. Hasil evaluasi melalui FGD menunjukkan bahwa sistem dinilai efisien, mudah digunakan, dan dapat menyederhanakan alur kerja Divisi Social Media.

Dari sisi ekonomi, hasil analisis BCR menunjukkan nilai sebesar 9,81, yang berarti setiap Rp1 biaya yang dikeluarkan memberikan manfaat sebesar Rp9,81.

Hal ini menunjukkan bahwa sistem dashboard interaktif yang dikembangkan sangat layak untuk diterapkan secara ekonomis karena dapat meningkatkan efisiensi kerja sekaligus menghemat sumber daya perusahaan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sistem dashboard interaktif ini tidak hanya berhasil dikembangkan secara teknis, tetapi juga mampu menjawab kebutuhan pengguna, memperbaiki alur kerja, serta memberikan dampak positif secara fungsional dan ekonomis dalam layanan *social media management* di PT Windhu Bali Utama.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut.

5.2.1 Saran untuk perusahaan

PT Windhu Bali Utama dapat mempertimbangkan agar sistem dashboard interaktif ini digunakan secara berkelanjutan dalam pengelolaan konten media sosial, serta dilakukan pemantauan dan pembaruan sistem secara berkala sesuai kebutuhan tim di lapangan.

5.2.2 Saran untuk peneliti dan pengembang selanjutnya

Peneliti dan pengembang selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan sistem lebih lanjut, seperti pengembangan dengan integrasi API dari platform Meta atau *automation tools* (seperti App Script) agar proses input data dapat sepenuhnya otomatis dan tidak bergantung pada input manual.

DAFTAR PUSTAKA

Amana, N. Z., & Agustina, N. U. (2024). Pengembangan Dashboard Visualisasi Data untuk Aplikasi Conservana dengan Integrasi Google Spreadsheet. *ITS Repository*.

American Marketing Association. (2025). *What is Digital Marketing*.
<https://www.ama.org/what-is-digital-marketing/>

An-Nisa, L., Farida, I. A., Eva, N., Apsari, D. A., & Utomo, H. B. (2025). Implementasi Model ADDIE dalam Media Edukasi sebagai Pemahaman Kesehatan Mental. *Psyche 165 Journal*, 41–46.
<https://doi.org/10.35134/jpsy165.v18i1.466>

Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.

Arya Satya Pratama, Suci Maela Sari, Maila Faiza Hj, Moh Badwi, & Mochammad Isa Anshori. (2023). Pengaruh Artificial Intelligence, Big Data Dan Otomatisasi Terhadap Kinerja SDM Di Era Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 108–123. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i4.2739>

Baharuddin, B. (2018). ADDIE Model Application Promoting Interactive Multimedia. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 306, 012020. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/306/1/012020>

Branch, R. M. (2009). *Instructional Design: The ADDIE Approach*. Springer US.
<https://doi.org/10.1007/978-0-387-09506-6>

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Cholil, S. R., & Susanto. (2024). *Berkembang dengan Desain Digital: Memahami UI, UX, dan Figma Secara Komprehensif*. Deepublish Digital.
- Chrismardani, Y., & Setiyarini, T. (2019). DAMPAK DAN TANTANGAN DALAM IMPLEMENTASI SOCIAL MEDIA MARKETING UNTUK UMKM. *Competence : Journal of Management Studies*, 13(2), 170–183. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v13i2.6831>
- Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D., & Noessel, C. (2014). *About Face: The Essentials of Interaction Design* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- Eckerson, W. W. (2011). *Performance Dashboards: Measuring, Monitoring, and Managing Your Business* (2nd ed.). John Wiley & Sons.
- Few, S. (2006). *Information Dashboard Design: The Effective Visual Communication of Data*. O'Reilly Media.
- Few, S. (2013). *Information Dashboard Design: Displaying Data for At-a-Glance Monitoring*. Analytics Press.
- Google. (2025). *Google Workspace Learning Center*. <https://support.google.com>
- Gustafson, K. L., & Branch, R. M. (2002). *Survey of Instructional Development Models* (4th ed.). ERIC Clearinghouse on Information & Technology, Syracuse University.
- Knaflic, C. N. (2015). *Storytelling with Data: A Data Visualization Guide for Business Professionals*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). *Marketing* (11th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Laursen, G. H. N., & Thorlund, J. (2010). *Business Analytics for Managers: Taking Business Intelligence Beyond Reporting*. John Wiley & Sons.
- Lieb, R. (2012). *Content Marketing: Think Like a Publisher - How to Use Content to Market Online and in Social Media*. Que Publishing.
- Molenda, M. (2003). In search of the elusive ADDIE model. *Performance Improvement*, 42(5), 34–36. <https://doi.org/10.1002/pfi.4930420508>
- Nur Hidayat, N. A. S., Septian, R. N., & Herlambang, Y. T. (2024). Sosial Media dalam Masyarakat sebagai Konsep Nyata Determinisme Teknologi. *UPGRADE : Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 1(2), 73–80. <https://doi.org/10.30812/upgrade.v1i2.3715>
- Provost, F., & Fawcett, T. (2013). *Data Science for Business: What You Need to Know about Data Mining and Data-Analytic Thinking*. O'Reilly Media.
- Pulizzi, J. (2013). *Epic Content Marketing*. McGraw-Hill Education.
- Ryan, D., & Jones, C. (2012). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (2nd ed.). Kogan Page.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2004). *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)* (1st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sukardi, H. M. (2021). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Bumi Aksara.

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing* (3rd ed.). SAGE Publications Ltd.

We Are Social & Meltwater. (2025). *Digital 2025: Indonesia*.
<https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>

Yigitbasioglu, O. M., & Velcu, O. (2012). A review of dashboards in performance management: Implications for design and research. *International Journal of Accounting Information Systems*, 13(1), 41–59.
<https://doi.org/10.1016/j.accinf.2011.08.002>

Yoganata, M. W., Irawan, F. S., & Yuliana, M. E. (2023). Perencanaan Sistem Informasi Terintegrasi di Konveksi Mariee Menggunakan Google Sheets dalam Memfasilitasi Komunikasi Antar Bagian. *SIBATIK Journal*, 2(12).
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i12.1529>