

ABSTRAK

Mediantara Agency sebagai digital marketing agency yaitu sebuah platform layanan jasa manajemen atau agency digital yang menyalurkan sumber daya manusia kreatif dan aktif di media sosial, perannya untuk dapat membantu konten kreator dalam bekerja sama dengan mitra brand atau aplikasi. Dalam menjaga kerja sama dengan para brand atau aplikasi, Mediantara Agency harus dapat mempertahankan kerja sama yang baik pula dengan para konten kreator guna memenuhi permintaan para brand atau aplikasi. Permasalahan yang timbul dari kerja sama tersebut adalah konten kreator yang tidak terikat oleh Mediantara Agency sehingga hal tersebut memungkinkan untuk para konten kreator tidak dapat melanjutkan kerja sama untuk project selanjutnya, yang berdampak pada turunnya performa Mediantara Agency dalam pemenuhan kebutuhan brand/aplikasi.

Mediantara Agency menggunakan metode Servqual dan model Kano yang bertujuan untuk mengukur kepuasan konten kreator dalam kualitas pelayanan jasa yang diberikan, mengetahui kriteria pelayanan yang diharapkan oleh konten kreator, serta untuk dapat mengetahui dan mengevaluasi pelayanan yang memerlukan perbaikan.

Berdasarkan hasil analisis dan perhitungan, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh Mediantara Agency masih kurang memuaskan bagi konten kreator, dimana ditunjukkan dari hasil negative pada nilai gap untuk setiap atribut yang diteliti dengan metode Servqual. Sehingga, penelitian ini menghasilkan rekomendasi atau usulan atribut kualitas pelayanan jasa terkait komunikasi yang efektif dalam penyampaian informasi, meningkatkan kemampuan admin dalam melihat potensial kemampuan konten kreator untuk memenuhi kebutuhan project, dan kesigapan admin dalam proses pendaftaran konten kreator.

Kata kunci : Metode Servqual, Model Kano, Digital Marketing, Agency, nilai gap

ABSTRACT

In the face of evolving times, many companies are leveraging digital marketing to reach a wider audience or market. This involves collaborations between content creators and business owners to promote their products or brands through social media known as digital marketing agency. Digital marketing agency, such as Mediantara Agency, act as platforms that connect creative talent active on social media with brand partners or applications, their role is to facilitate collaborations between content creators and brands or applications. To maintain these brand partnerships, Mediantara Agency must also foster strong relationships with its content creators to ensure they can meet the demands of their clients (business owner's products or brands).

A challenge that arises from these collaborations is that content creators are not exclusively bound to Mediantara Agency, allowing them to potentially decline further projects. This can negatively impact Mediantara Agency's ability to fulfill the needs of its brand or application partners. In response to these challenges, Mediantara Agency using Servqual method and the Kano model to measure content creator satisfaction with the quality of services provided, identifying the service criteria expected by content creators, and pinpoint areas for improvement.

Based on the analysis and calculations, this study reveals that the quality of services provided by Mediantara Agency remains unsatisfactory for content creators. This is evidenced by the negative gap values for each attribute using the Servqual method. Consequently, this study proposes recommendations or suggestions for improving service quality attributes related to effective communication in conveying information, enhancing the ability of admins to recognize the potential of content creators to meet project requirements, and ensuring the promptness of admins in handling content creator registration processes.

Keywords : Agency, Digital Marketing, Servqual Method, Kano Model, Gap Value