

# Pengerjaan Konten Digital Marketing pada Startup Indoverge

Ivena Wijaya <sup>#1</sup>, Diana Trivena Yulianti <sup>\*2</sup>

<sup>#</sup> *Jurusan S1 Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi*

*Universitas Kristen Maranatha, Jalan Surya Sumantri No.65, Bandung 40164, Indonesia.*

<sup>1</sup>1873029@maranatha.ac.id

<sup>2</sup>diana.trivena@it.maranatha.edu

**Abstract** — Startup Indoverge is a startup engaged in design services to help organizations that need facilities to create designs. At the Indoverge startup, Hustler is needed to do digital marketing. Currently, hustler has the main task of creating content on social media, especially Instagram with the aim of making buyers believe in the services provided. The purpose of creating content on Instagram is to develop the Indoverge startup image so that it is better known by the wider community. Instagram content contains photos and captions that are interesting and easy to understand so that followers can get clear information. Examples of Instagram content are the introduction of Indoverge, Quotes, Animated Videos, and various startup activities. The result of this research is to create Instagram content using Canva. The data sources of this study were obtained from secondary data, namely articles and journals related to this research.

**Keywords:** digital marketing, instagram, instagram content

## I. PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya teknologi yang semakin pesat, kebutuhan masyarakat Indonesia untuk mendapatkan layanan yang praktis, mudah dan efisien semakin meningkat. Dengan demikian internet memberikan kesempatan untuk mendapatkan informasi secara cepat dan tidak terbatas di semua bidang. Kebutuhan internet sangat meningkat dari waktu ke waktu yaitu pada bidang komunikasi, pendidikan, perdagangan, industri dan sebagainya. Maka dari itu sangat diperlukan jaringan yang mampu untuk mencukupi kebutuhan masyarakat tersebut.

*Social media* ini sangat membantu bagi para pebisnis untuk mempromosikan bisnis barang atau jasa yang mereka jalankan. Sebuah perusahaan biasanya akan melakukan *Digital Marketing* untuk mempromosikan bisnis mereka. Semakin berkembangnya media sosial di Indonesia membuat perusahaan melakukan *branding* produknya karena dinilai sangat praktis, mudah dan efisien. Saat ini perusahaan menggunakan media sosial sebagai sarana untuk memperkenalkan produk, membangun hubungan yang dekat dengan konsumen dan menerima kritik maupun saran dari konsumen untuk perusahaan. Salah satu faktor yang membuat Instagram semakin menarik karena Instagram menyajikan foto-foto dan video menarik.

## II. KAJIAN TEORI

### A. *Digital Marketing*

*Digital Marketing* adalah suatu usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah *brand* atau produk dengan menyebarkan informasi melalui sosial media. Tujuan *Digital Marketing* yaitu untuk mempromosikan suatu merek dan untuk dapat meningkatkan penjualan melalui beberapa teknik pemasaran *digital* [1]. *Digital Marketing* sendiri menciptakan dan membangun hubungan yang erat antara komunitas yang di mana para pengguna ini memiliki kesamaan yang sama dan dapat terhibur dengan lingkungan tersebut [2]. Persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan harus terus berkembang dan bertahan secara efektif serta efisien. oleh karena itu, perlu memahami permasalahan dan menyusun strategi supaya dapat mencapai tujuan. Pemasaran artinya salah satu dari aktivitas yang dilakukan oleh para Pengusaha dalam menjalankan usahanya untuk mempertahankan kelangsungan perekonomian serta untuk mendapatkan laba [3].

### B. *Content Marketing*

*Content Marketing* adalah prosedur untuk menyebarkan, merencanakan, dan membuat konten menarik yang sepenuhnya bertujuan untuk menarik pasar yang objektif dan memberdayakan mereka untuk menjadi Klien suatu organisasi

[4]. Konten yang ditampilkan biasanya dibuat sesuai dengan kebutuhan pasar dan dibuat dengan metode narasi sehingga lebih mudah dikenali oleh target pasar. Dengan demikian, konten harus direncanakan dengan baik sehingga menciptakan hasil yang ideal. Selain itu, konten media yang tepat dan menarik akan lebih banyak mendapat perhatian masyarakat. Pembuatan konten digunakan untuk menjalin relasi dengan pelanggan sehingga lebih mudah bagi Perusahaan untuk melakukan promosi. Promosi konten dapat disebar (didistribusikan) melalui beberapa media, seperti situs, media berbasis web, situs web, blog video, dan aplikasi di tablet dan ponsel. Penentuan media ini disesuaikan dengan tujuan pasar yang direncanakan [5].

### C. Instagram

*Instagram* adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. *Instagram* sebagai salah satu bentuk dari media jejaring sosial yang banyak dimanfaatkan pelaku usaha maupun perusahaan untuk membantu mempromosikan produk dan jasanya [6]. Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal serta membangun keterikatan yang lebih dalam [7]. melalui *Instagram* orang dapat membangun kepercayaan dengan menyampaikan pesan berupa informasi-informasi sebagai berikut: Informasi tentang profil, alamat dan kontak yang bisa dihubungi serta posting foto yang meyakinkan [8].

### D. Canva

Dalam membuat konten, yang dihadapi oleh para pelaku usaha atau perusahaan yaitu dengan membuat konten yang menarik dan kreatif agar konsumen mengetahui konten yang di buat. Dengan adanya aplikasi-aplikasi yang gratis dan menawarkan berbagai *template* yang dapat digunakan. Maka salah satu aplikasi *online* yang gratis dan menawarkan banyak *template* adalah *Canva*. *Canva* adalah *platform* desain gratis yang dapat dengan mudah membantu penggunaannya untuk membuat desain dengan hasil yang profesional menggunakan *template* desain (Demarest, 2020). *Canva* memberikan berbagai pilihan *template* yang melimpah namun juga memberikan kesempatan pada pengguna untuk mendesain sendiri dengan menggunakan gambar atau desain yang telah dibuat ke dalam *Canva* [9]. *Canva* bisa didapatkan secara gratis dan berbayar. *Canva* bisa diakses melalui perangkat desktop maupun mobile. Beberapa Macam desain yang bisa diciptakan dengannya, seperti: Logo, Poster, *Banner* Iklan, *Invoice*, Desain Kemasan Produk, Infografik, *Newsletter*, *Featured Image Blog* dan Konten Media Sosial [10].

## III. ANALISIS DAN PERENCANAAN

### A. Profil Perusahaan

Startup *Indoverge* ini bergerak dibidang jasa Editing Video Animasi yang dapat digunakan kapanpun dan dimanapun dengan fitur simple yang mudah dipahami, sehingga proses Editing Video Animasi jadi lebih efisien. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2021 dengan konsep menjual jasa video editing berupa video animasi 2D, undangan pernikahan digital, dan sebagainya. Seiring dengan berkembangnya zaman, pada bidang jasa pasti memiliki Klien. Klien ini memiliki selera masing-masing terhadap produk yang dibuat, dan pastinya menginginkan hasil yang memuaskan serta kenyamanan. Sedangkan *Indoverge* sendiri memiliki arti yaitu memberikan pelayanan yang nyaman.

### B. Perencanaan Konten Digital Marketing

Beberapa tahapan untuk merencanakan konten digital marketing yang dilakukan adalah:

#### 1. Pembentukan tim digital marketing

Dalam melakukan pembentukan tim setiap Co-Founder memiliki tugas dan komitmen agar bisa berjalan sesuai tujuan bersama. Pembagian tugas untuk 5 co-founder adalah sebagai berikut:

- Co-founder 1: Produksi animasi, kelola website, pembuatan artikel website
- Co-founder 2 dan Co-founder 3: Menentukan target pasar, menentukan perancangan model bisnis yang tepat untuk pelanggan, membuat strategi konten pemasaran melalui media social, menentukan pembagian tugas co-founder
- Co-founder 4 dan 5: Membuat landing page, product design, design testing, membuat branding

#### 2. Analisis industri

Analisis industri diperlukan oleh tim startup untuk memahami profil dari industri tersebut sehingga dapat mengetahui peluang dan tantangan dari sector industri yang dipilih. Berikut ini proses tahapan analisis industri yang dilakukan *indoverge* adalah menentukan jenis industri, menghitung perkiraan market size, mengukur

market growth, membuat struktur kompetisi, memperkirakan profitabilitas, trend yang terjadi serta regulasi yang akan didapatkan Indoverge saat memasuki industri tersebut.

3. *Analisis stakeholder*

Selain memahami profil industri, startup juga perlu memahami struktur dari industri tersebut. Siapa saja pelaku yang terdapat didalamnya dan pihak yang turut mempengaruhi industri. Berikut ini proses tahapan analisis stakeholder pada diagram ekosistem Indoverge terdapat Google Ads dan SEO, Website, Facebook Ads, Marketplace, Sosial Media, Konsumen serta visi yang ingin dicapai oleh tim.

4. *Analisis peluang bisnis*

Setelah memetakan setiap pelaku dan pihak lainnya, perlu mengidentifikasi peluang-peluang bisnis apa saja yang dapat ditawarkan kepada masing-masing pelaku dan kepentingan lainnya. Berikut ini proses tahapan eksplorasi peluang bisnis adalah nama konsep solusi, model bisnis, penjelasan terkait konsep solusi, mengapa pengguna membutuhkan solusi tersebut, skor yang didapat dari (pengguna, produk, keuangan, tim, momentum, kompetisi) dan total skor yang didapatkan.

5. *Analisis segmen dan persona pelanggan*

Dalam mengembangkan bisnis terlebih dahulu perlu mengenali secara mendalam kebutuhan dan keinginan calon pengguna atau pelanggan yang akan dituju. Berikut ini proses tahapan dalam proses Segmen dan Persona Pengguna adalah menentukan tipe pengguna, nama pengguna, kriteria demografis, kriteria geografis, kriteria psikografis, kriteria perilaku konsumsi, customer job, permasalahan yang dihadapi, tahapan penyelesaian masalah oleh persona, ide solusi untuk pengguna.

6. *User research dan eksplorasi pelanggan*

Untuk dapat menciptakan solusi yang tepat, terlebih dahulu memahami calon pengguna yang kita tuju. Misi ini akan mengulas metodologi dalam melakukan proses tersebut. Berikut ini proses tahapan dalam proses User Research adalah melakukan wawancara langsung kepada pelaku usaha buket bunga dari beberapa pertanyaan kemudian responden menjawab dari isi pertanyaan yang sudah ditulis sebelumnya.

7. *Perancangan value proposition*

Setelah mengidentifikasi dan mengeksplorasi calon pengguna serta permasalahan yang dihadapinya, berikutnya dapat merancang value yang ditawarkan kepada calon pengguna tersebut.

- Value proposition: Menjadi sebuah aplikasi editing animasi termudah dan terkemuka yang dikenal sebagai mitra yang dapat menyediakan solusi untuk masyarakat.
- Customer segment: Pelajar, Pendidik, UMKM, Perusahaan, instansi, Editor
- Product Concept: Menyediakan wadah berupa fitur dan tampilan yang dapat digunakan untuk membuat video animasi.
- Gain Creator:
  - Memudahkan dalam membuat video animasi
  - Memudahkan customer mengedit video
  - Memudahkan customer untuk membuat suasana dalam video agar lebih nyata
- Gain:
  - Fitur yang menarik dan sesuai kebutuhan
  - Fitur yang lebih mudah digunakan
  - Dapat digunakan kapanpun dan dimanapun
  - Lebih murah dan efisien
- Job to be Done:
  - Menyelesaikan pembuatan video animasi lebih cepat
  - Menyelesaikan pekerjaan tepat waktu
- Pain reliever:
  - Memudahkan edit video untuk customer pemula
  - Memudahkan penggunaan tools
  - Mempersingkat waktu dalam editing video animasi
- Pain:
  - Mahal

- Sulit membedakan dan memahami tools
- Cara instalasi rumit
- Tidak memiliki skill editing

8. *Perancangan model bisnis*

Setelah memahami value yang diharapkan oleh pengguna, berikutnya dapat merancang konsep bisnis yang dapat kita jalankan untuk pengguna tersebut. Berikut ini proses tahapan dalam Perancangan Model Bisnis:

- Key Partner: Play store, App Store, Youtube
- Key Activities: Pembuatan fitur, Design animasi, Template
- Value Proposition: Menjadi sebuah aplikasi editing animasi termudah dan terkemuka yang dikenal sebagai mitra yang dapat menyediakan solusi untuk masyarakat
- Customer Relationship: potongan harga, video tutorial pada youtube
- Customer Segments: Pelajar, Pendidik, UMKM, Perusahaan, Instansi, Editor.
- Key Resources: Team design untuk animasi, Creator
- Channels: Sosial Media (Instagram, Tiktok, dan Facebook, Website)
- Cost Structure: iklan dan Promosi (Sosial media Ads)
- Revenue Stream: Subscription atau berlangganan, Jasa editor pembuatan animasi

9. *Perencanaan concierge*

Pada misi ini akan dipelajari teknik untuk menguji solusi tanpa harus terlebih dahulu mengembangkan solusi tersebut. Pada eksperimen concierge, sebuah solusi produk digantikan dengan proses manual yang menawarkan manfaat atau value yang sama kepada penggunanya. Berikut ini proses tahapan dalam Perencanaan Concierge adalah test name, hipotesis yang diuji, experiment type, metric, audience, success condition, fail condition, problem, pitch, digital solution, manual solution, checklist atau hasil akhir.

10. *Pelaksanaan concierge*

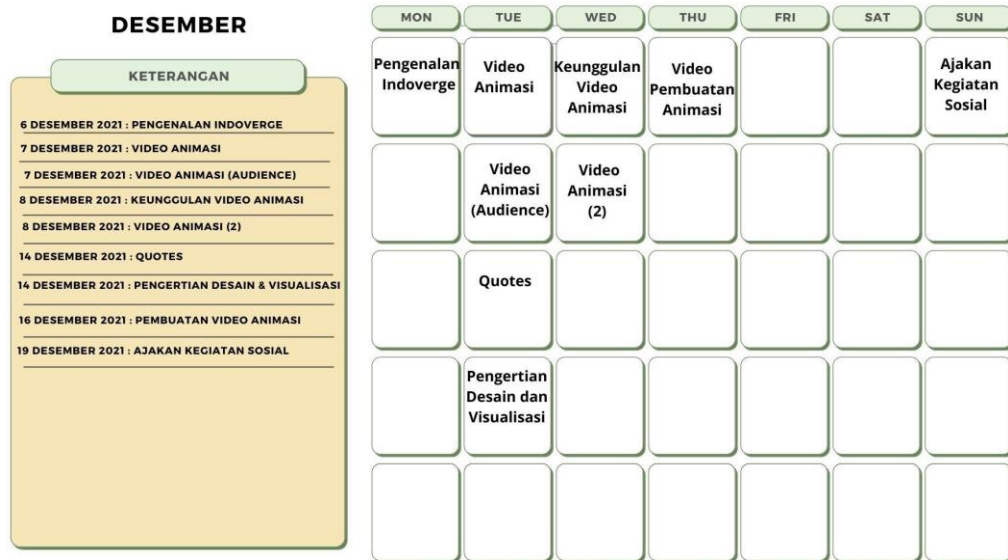
Hasil pelaksanaan concierge dengan menggunakan proses secara manual. Proses tahapan Pelaksanaan Concierge adalah melakukan wawancara kepada responden tentang penjelasan singkat mengenai Indoverge, kesan pengguna, seberapa tertarik terhadap penggunaan video animasi, masalah, request atau komplain, pembayaran, serta kesimpulan dari semua pertanyaan.

11. *Pelaksanaan wizard of Oz*

Selain melalui concierge, validasi solusi juga dapat dilaksanakan melalui eksperimen wizard of oz yang sudah menggunakan teknologi yang dapat diakses langsung oleh pengguna secara terbatas. Berikut ini proses tahapan Perencanaan Wizard of Oz adalah hipotesis yang diuji, proses oleh pelanggan, proses oleh atau melalui sistem, proses manual oleh tim startup, teknologi yang digunakan, target jumlah pengguna, target jumlah proses

C. *Campaign Timeline*

Berikut ini merupakan *Timeline* dari *Campaign* yang dijalankan Indoverge. *Timeline* ini diperuntukan untuk mengetahui rencana postingan dan *campaign* yang akan dilakukan untuk Instagram Indoverge.



Gambar 1. Campaign Timeline

#### IV. HASIL PENELITIAN

##### A. Postingan Instagram

Tabel I merupakan Konten yang sudah diunggah di sosial media Instagram Indoverge

TABEL I  
 TIMELINE KONTEN INSTAGRAM (INSTAGRAM FEEDS)

Konten	Tanggal unggah
Apa itu Indoverge?	6 Desember 2021
Video Animasi	7 Desember 2021
Video Animasi (Audience)	7 Desember 2021
Keunggulan Video Animasi	8 Desember 2021
Video Animasi (2)	8 Desember 2021
Quotes	14 Desember 2021
Pengertian Desain dan Visualisasi	14 Desember 2021
Video Pembuatan Animasi	16 Desember 2021
Ajakan Kegiatan Sosial	19 Desember 2021

##### B. Hasil Kerja

Dengan adanya hustler dalam membuat konten di media sosial itu dapat menaikkan followers dengan begitu dapat menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Berikut ini rekapan hasil kerja:

1. Periode 1 (Bulan September)
  - Pembentukan Tim Startup
  - Identifikasi Peluang Bisnis: menganalisis dan mengidentifikasi peluang bisnis
  - Eksplorasi Calon Pengguna: memahami kebutuhan dan keinginan calon pengguna
2. Periode 2 (Bulan Oktober)
  - Eksplorasi Calon Pengguna: mendalami lebih lagi akan kebutuhan dan keinginan calon pengguna
  - Perancangan Model Bisnis: merancang konsep bisnis untuk dapat menghadapi tantangan dari berbagai segment
3. Periode 3 (Bulan November)
  - Pengembangan Produk: dimana tahap ini dilakukan proses validasi untuk menguji seluruh hipotesis
  - Strategi Bisnis: menentukan customer yang sesuai dengan produk dihasilkan
4. Periode 4 (Bulan Desember)
  - Pengembangan Produk: di tahap ini teknologi sudah dapat diakses langsung oleh pengguna.
  - Strategi Bisnis: memastikan customer yang akan dituju
  - Penyusunan Laporan dan Presentasi: merangkum susunan kerja dan rencana bisnis untuk meyakinkan customer

## V. KESIMPULAN

Pembuatan konten pada startup Indoverge membantu dalam menjangkau para calon pelanggan yang tertarik dengan layanan Indoverge. Konten Instagram memberikan informasi yang mudah dimengerti sehingga pelanggan memahami layanan yang diberikan. Instagram Indoverge berisi foto dan caption untuk memperkenalkan konsep bisnisnya. Tujuan pembuatan konten Instagram pada startup indoverge adalah sebagai media informasi, meningkatkan penjualan, menjalin relasi dengan pelanggan, alat promosi, dan meningkatkan citra perusahaan. Saat ini, konten Instagram Indoverge berjumlah 10 postingan dan memiliki pengikut 178 orang. Agar tujuan dapat tercapai, sebaiknya konten dibuat secara rutin agar *customer* semakin lebih tau tentang produk yang ditawarkan, mengadakan *event* promosi dan menggunakan media sosial yang lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] S.Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis
- [2] P. Devikar and A. Gerje, International Conference on Business Remodelling: Exploring New Initiatives in Key Business Functions, Nagpur: Tripude Institute of Management Education, 2018
- [3] R. A. A. Asse, "Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank di Makassar)," *J. Komun.*, vol. 7, no. 2, pp. 219–231, 2018.
- [4] J. A. D. D. Limandono, "Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City," *J. Strateg. Pemasar.*, vol. 5, no. 1, 2017.
- [5] M. B. Engagement, N. Pandrianto, and G. G. Sukendro, "Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk," *Komunikasi*, vol. 10, no. 2, pp. 167–176, 2018.
- [6] D. F. Kusuma and M. S. Sugandi, "Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts," *J. Manaj. Komun.*, vol. 3, no. 1, p. 18, 2018, doi: 10.24198/jmk.v3i1.12963.
- [7] D. Untari and D. E. Fajariana, "Strategi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @Subur\_Batik)," *Widya Cipta J. Sekr. dan Manaj.*, vol. 2, no. 2, pp. 271–278, 2018.
- [8] Puguh Kurniawan, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh," *Kompetensi*, vol. 11, no. 2, pp. 217–225, 2017, [Online]. Available: <http://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533>.
- [9] E. A. Rahmasari and A. F. Yogananti, "Kajian Usability Aplikasi Canva (Studi Kasus Pengguna Mahasiswa Desain)," *ANDHARUPA J. Desain Komun. Vis. Multimed.*, vol. 7, no. 01, pp. 165–178, 2021, doi: 10.33633/andharupa.v7i01.4292.
- [10] Y. Komalasari, M. Muharrom, and A. Sumbaryadi, "Pemanfaatan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Fungsionalitas Media Sosial Pada Pengurus dan Anggota Karang Taruna Kel . Kebon Bawang Jakarta Utara," vol. 1, pp. 71–77, 2021, [Online]. Available: <http://103.75.24.116/index.php/abditeknika/article/view/380/392>.