

IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING DALAM PENINGKATAN PELANGGAN DI PERUSAHAAN FASTISON DIGITAL MEDIA KOTA SEMARANG

Widianingrum¹, Sony Ramadhan², Mega Novita³

^{1,2,3}Program Studi Informatika, Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas PGRI Semarang

Gedung Pusat Lantai 3, Kampus 1 Jl. Sidodadi Timur 24, Semarang

E-mail* : arum7899@gmail.com

Abstrak

Penelitian dilaksanakan di Perusahaan Fastison Digital Media Kota Semarang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa sebagai Digital Agency & IT Consulting Partner, dengan tujuan dapat menjadi solusi pasti bagi kebutuhan perusahaan dalam pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Penelitian yang dilakukan adalah melakukan pengimplementasian digital marketing dalam peningkatan pelanggan di perusahaan Fastison Digital Media Kota Semarang melalui media instagram, facebook, twitter, youtube, tik tok, serta linked in yang digunakan untuk mencari target pasar dan mengirimkan penawaran via email. Diharapkan dengan pemasaran menggunakan sosial media ini dapat mengurangi biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan jasa dari Fastison Digital Media serta mampu meningkatkan pelanggan di Perusahaan Fastison Digital Media Kota Semarang.

Kata Kunci: Fastison Digital Media, Sosial Media, Digital Marketing

I. PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 merupakan musibah yang memilukan seluruh penduduk bumi. Seluruh segmen kehidupan manusia di bumi terganggu, tanpa kecuali pendidikan. Banyak negara memutuskan menutup sekolah, perguruan tinggi maupun universitas, termasuk Indonesia. Krisis benar-benar datang tiba-tiba, pemerintah di belahan bumi manapun termasuk Indonesia harus mengambil keputusan yang pahit menutup sekolah untuk mengurangi kontak orang-orang secara masif dan untuk menyelamatkan hidup atau tetap harus membuka sekolah dalam rangka survive para pekerja dalam menjaga keberlangsungan ekonomi. [1]. Dalam keadaan pandemi saat ini salah satu perusahaan yang menerima untuk penelitian adalah Perusahaan Fastison Digital Media Kota Semarang.

Perusahaan Fastison Digital Media merupakan perusahaan di bidang jasa sebagai Digital Agency & IT Consulting Partner yang berlokasi di Jl. Imam Bonjol No. 190, Pendrikan Kidul, Semarang Tengah, Jawa Tengah. Perusahaan Fastison Digital Media bisa dibilang masih baru karena didirikan pada tahun 2017 yang pada saat itu masih 2 layanan. Saat ini karyawan yang bekerja di Fastison sebagian besar adalah mahasiswa dan alumni dari Universitas PGRI Semarang. Fastison belum begitu dikenal oleh masyarakat Indonesia, perusahaan ini baru dikenal di area Jawa Tengah. Klien yang pernah ditangani oleh Perusahaan Fastison antara lain Tupperware Rakyat, Adhifurnindo, Afcon Id, IWAPI Kota Semarang, Shehesti Fashion, dan Shelsha Fashion [2]. Meskipun demikian jumlah klien itu masih kurang dan masih area Jawa Tengah. Untuk meningkatkan penjualan di Perusahaan Fastison Digital Media penggunaan media sosial di antaranya ada Website, Instagram, Linked In, Facebook, Twitter, Youtube, dan Tik Tok

dikatakan jauh lebih efektif dibandingkan cara yang terdahulu (door to door), di mana selain bisa menghemat tenaga juga bisa hemat waktu. Apalagi dalam keadaan pandemi covid-19 dengan menggunakan media sosial dapat mengurangi angka penyebaran covid-19 serta tidak mengeluarkan uang sepeserpun. Bahkan, dalam waktu yang sama pebisnis bisa merespon segala pertanyaan pengunjung dari kawasan yang berbeda. Pemasaran bisnis yang ditekuni melalui internet juga akan semakin menjanjikan bilamana dilakukan dengan sungguh-sungguh. Tidak mengherankan bila banyak orang menggunakan jasa digital marketing untuk memasarkan bisnis supaya mendapat penghasilan yang memuaskan. Berdasarkan permasalahan tersebut, implementasi digital marketing dalam peningkatan pelanggan di Perusahaan Fastison Digital Media Kota Semarang dilakukan melalui media Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, Tik Tok, serta Linked In yang digunakan untuk mencari target pasar pada perusahaan Fastison Digital Media Kota Semarang.

II. PROSES PELAKSANAAN

1. Input

Proses input yang dilakukan yaitu membuat konten pemasaran yang akan diunggah ke instagram, facebook, twitter, youtube, dan tik tok, serta membuat rancangan, menganalisa, dan melakukan pemasaran. Lalu menghubungi klien untuk memberikan penawaran lewat email sehingga terjadi tercapainya deal.

Kebutuhan aplikasi meliputi media instagram, facebook, twitter, youtube, tik tok, linked In dan email.

- a) Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menerapkan filter digital (pemberian efek pada foto), dan membagikannya. Pengguna Instagram lebih diarahkan kepada perangkat berjalan, seperti smartphone [3].
- b) Facebook adalah situs jejaring sosial yang mempunyai banyak aplikasi yang dapat memberikan kemungkinan kepada para penggunanya untuk melakukan berbagai kegiatan dan interaksi dengan pengguna lainnya. Mulai dari main game atau permainan, saling nge-tag atau mengirim foto, mengirim pesan kepada teman satu komunitasnya, chatting, membentuk group atau kelompok yang disesuaikan dengan latar belakang atau kesamaan minat [4].
- c) Twitter merupakan sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh Twitter Inc. Situs ini menawarkan jaringan sosial berupa mikroblog sehingga memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut kicauan (tweets) [5].
- d) Youtube merupakan suatu situs yang memungkinkan miliaran orang menemukan, menonton dan berbagi video asli yang dibuat [6].
- e) LinkedIn adalah jejaring sosial yang menghubungkan antar profesional, LinkedIn memberikan wadah untuk menunjukkan kemampuan atau keahlian seseorang. Selain itu, LinkedIn memiliki fungsi menghubungkan antara pencari kerja dan pencari karyawan [7].
- f) Email adalah singkatan dari Elektronik Mail atau dalam bahasa Indonesia disebut Surat Elektronik merupakan sarana dalam mengirim surat yang dilakukan melalui media internet. Media internet yang dimaksud bisa melalui komputer atau handphone yang memiliki akses internet

2. Proses

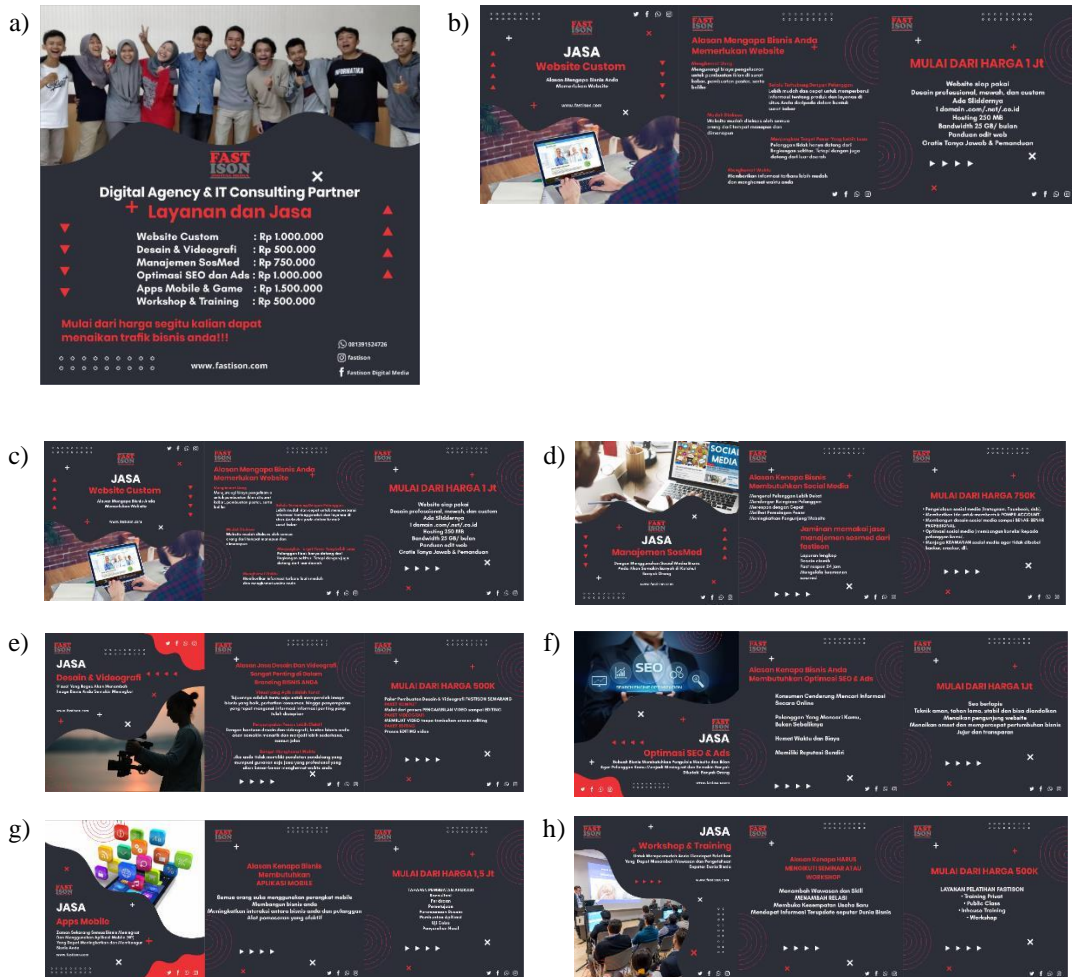
Proses selanjutnya pembuatan konten pemasaran yang akan diunggah ke instagram, facebook, twitter, youtube, dan tik tok. Serta bagian LinkedIn yaitu mencari target pasar dengan cara menuliskan keyword “pemasaran” pada kolom search pada linkedin lalu menyortir perusahaan yang menjadi target pasar dan mengirimkan penawaran via email.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil yang dicapai dari Penelitian di Perusahaan Fastison Digital Media Kota Semarang ini berupa berupa bukti konten pemasaran yang akan diunggah melalui media instagram, facebook, twitter, youtube, dan tik tok. Serta hasil penawaran yang dikirimkan ke calon klien.

1. Konten instagram, facebook dan twitter

Keseluruhan hasil konten instagram, facebook dan twitter ada 39, ini beberapa kontennya :



Gambar 1 : Konten Instagram, Facebook dan Twitter a) Harga Layanan dan Jasa, b) Penawaran Jasa Website Custom, c) Penawaran Jasa Manajemen Sosial Media, d) Penawaran Jasa Desain dan Videografi, e) Penawaran Optimasi SEO dan Ads, f) Penawaran Jasa Pembuatan Aplikasi Mobile, g) Penawaran Jasa Workshop dan Training

2. Konten Youtube

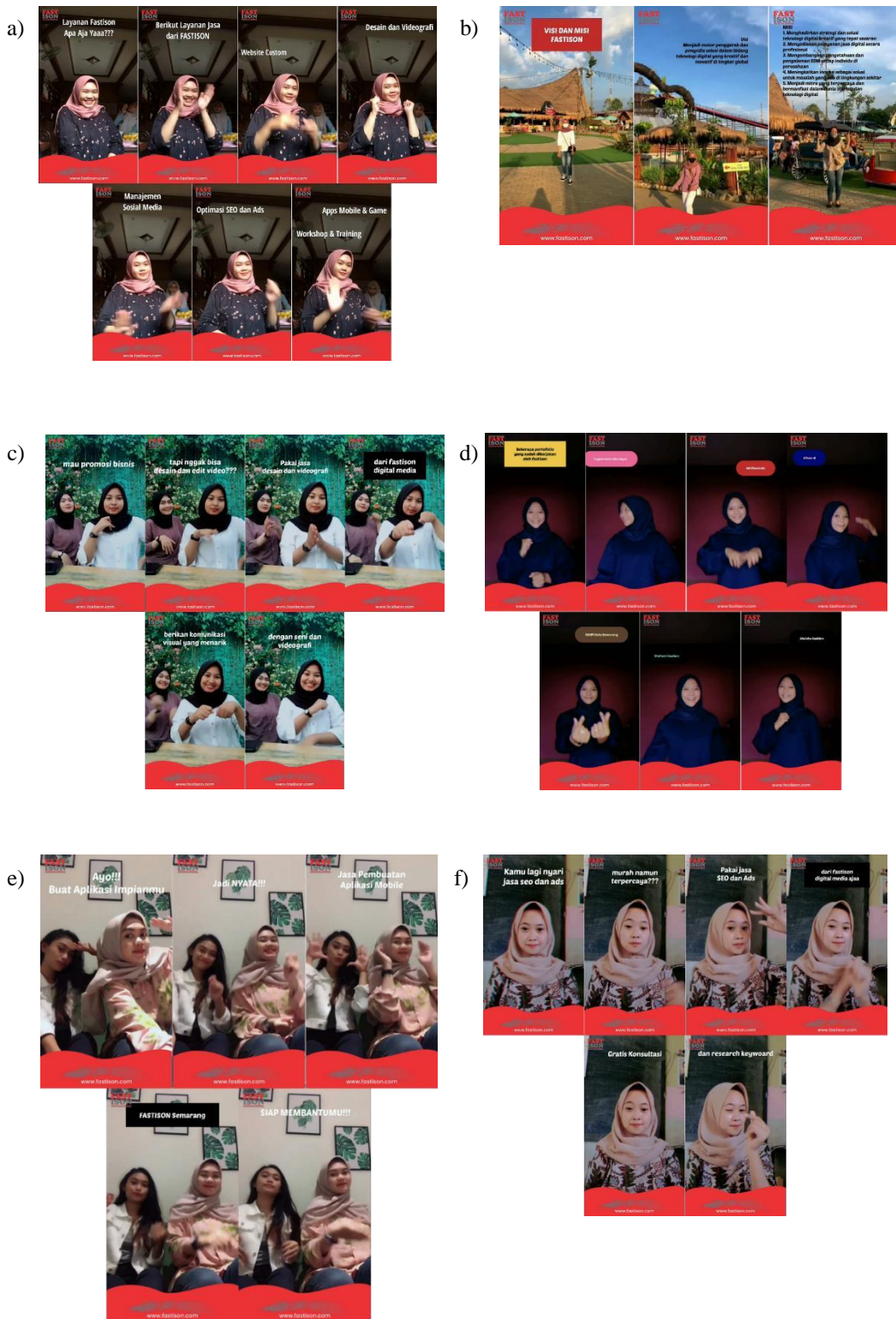
Keseluruhan konten youtube ada 7 dan ini hasilnya :



Gambar 2. Konten Youtube a) Profil Fastison di Youtube, b)Penawaran Jasa Website Custom di Youtube, c)Penawaran Jasa Manajemen Sosial Media di Youtube, d) Penawaran Jasa Desain dan Videografi di Youtube, e) Penawaran Jasa Optimasi SEO dan Ads di Youtube, f) Penawaran Jasa Pembuatan Aplikasi Mobile di Youtube, g) Penawaran Jasa Workshop dan Training di Youtube,

3. Konten Tiktok

Keseluruhan Konten Tiktok ada 10, ini beberapa contohnya :





Gambar 3. Konten Tiktok a) Pelayanan di Fastison, b) Visi dan Misi Fastison, c) Penawaran Jasa dan Desain Videografi di Tiktok, d) Penawaran Jasa Pembuatan Aplikasi Mobile di Tiktok, e) Portofolio Fastison Digital Media, f) Penawaran Jasa Optimasi SEO dan Ads di Tiktok, g) Penawaran Karir Magang di Fastison

4. Hasil Penawaran Melalui Linked In menggunakan E-mail

Keseluruhan penawaran melalui Linked In menggunakan E-Mail ada 16, ini beberapa contohnya :

a. PT. Uwinfly Industries Indonesia

PT Uwinfly Industries Indonesia sedang membuka loker Marketing Support Persyaratan

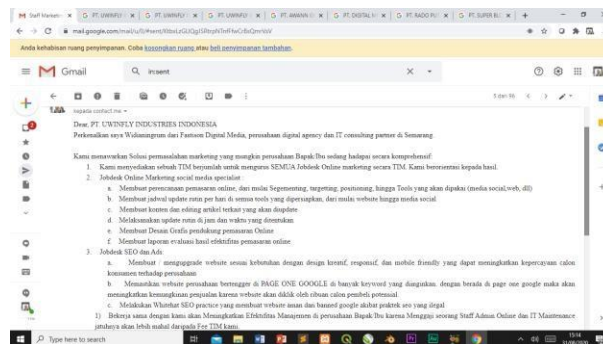
- Paham dan bisa Design minimal menguasai Adobe Family (Adobe Photoshop , Adobe Illustrator, Adobe Premier)
- Bisa dan paham teknis penulisan pres release.
- Menguasai SEM , Google Analitik dan SEO.
- Bisa dan pernah melakukan dan mengoperasikan sosial media Ads.
- Bisa membuat daily content baik berupa tulisan , design atau bentuk visual lainnya.
- Mempunyai Laptop.
- Terbiasa dengan deadline dan target
- Terbiasa kerja di bawah tekanan
- Bersedia ditempatkan di Semarang.

Tanggung Jawab

- Membuat Digital Campaign
- Maintain Digital Campaign
- Maintain Website
- Meningkatkan Awarness Disclaimer

Alasan mengajukan penawaran karena membuka loker marketing support.

Layanan yang ditawarkan online social media specialist dan seo & ads.



Gambar 23. Laporan PT. Uwinfly Industries Indonesia

b. PT. Herman Industries

PT Herman Industries sedang membuka loker Digital Marketing

Pria/Wanita

Kualifikasi:

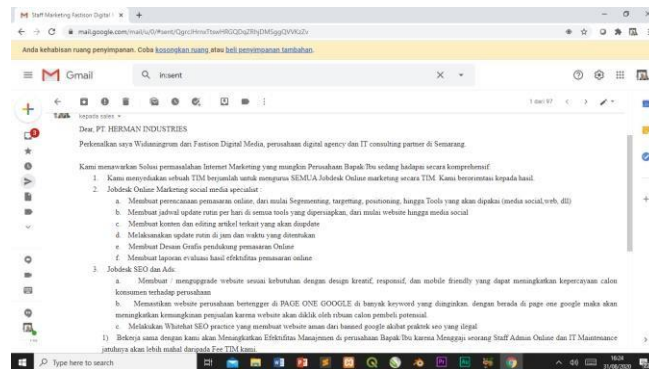
- Usia maksimal 30 tahun.
- Berpengalaman dibidang Digital/Internet marketing minimal 2 tahun
- Berpengalaman melaksanakan campaign social media, seperti Facebook, Twitter
- Menguasai dan paham dunia internet marketing
- Terbiasa blogging dan aktif di komunitas online/forum
- Dapat menganalisa dari data yang diperoleh dari aktifitas social media
- Komunikatif, pekerja keras, dan mampu bekerja dibawah tekanan

Tugas dan Tanggung Jawab

- Mengadakan online campaign/promo di blog dan social media
- Menulis konten menarik untuk meningkatkan pengunjung
- Analisa SEO dan menjalankan strategi untuk meningkatkan pengunjung website
- Meningkatkan pencapaian penjualan online
- Sebagai public relation di internet (forum, social media, blog)

Alasan mengajukan penawaran karena membuka loker Digital Marketing.

Layanan yang ditawarkan online social media specialist dan seo & ads.



Gambar 24. Laporan PT Herman Industries

c. PT Digital Media Grafindo

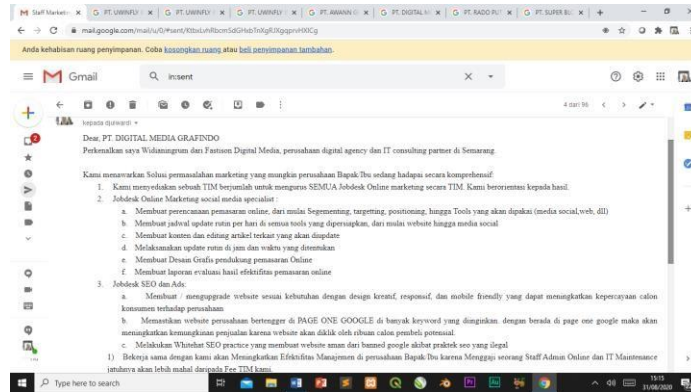
PT Digital Media Grafindo sedang membuka loker Digital Marketing

Job Description:

- Bekerja sama dalam tim Marketing Komunikasi
- Membuat isi pesan dalam penyampaian marketing campaign
- Menghandle kegiatan digital marketing perusahaan
- Mencari target pasar dan cara pemasaran yang sesuai

Alasan mengajukan penawaran karena membuka loker digital marketing.

Layanan yang ditawarkan online social media specialist dan seo & ads.



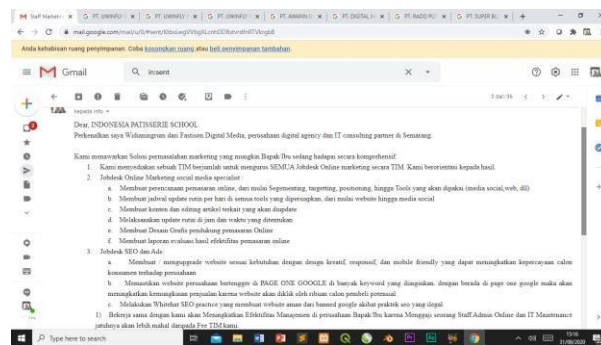
Gambar 25. Laporan PT Digital Media Grafindo

d. Indonesia Patisserie School

Indonesia Patisserie School sedang membuka loker Social Media Marketing Specialist Qualification:

- Min. Bachelor Degree
- Work experience min. 1-2 years
- Female candidate preferred
- Strong communication and marketing skill
- Strong social media and content skill
- Must understand the current trend of marketing during Covid-19
- Team player
- Strong research skill
- Must have Rapid Test

Alasan mengajukan penawaran karena membuka loker Social Media Marketing Specialist. Layanan yang ditawarkan online social media specialist.



Gambar 26. Laporan Indonesia Patisserie School

e. PT. Super Blok Terbang

PT. Super Blok Terbang sedang membuka loker Digital Marketing/IT Persyaratan :

- Pria/Wanita
- Minimal D3 Jurusan Ilmu Komputer/Sistem Informasi/ IT Programmer
- Maksimal Usia 27 Tahun
- Fresh Graduate/Berpengalaman

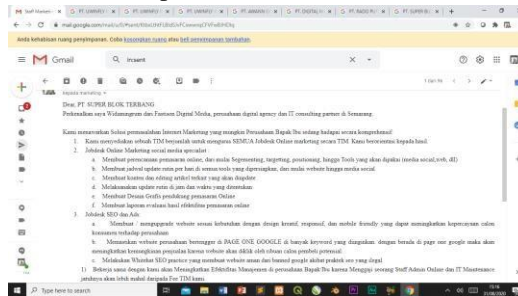
- Dapat Membuat Website
- Menguasai Landing Page (Menguasai Google Ads, Fb Ads dan IG Ads)
- Kreatif, Inovatif dan Out of the Box
- Mampu Bekerja Sesuai Deadline

Tanggung Jawab :

Kandidat diharuskan menguasai Landing Page (Iklan Google, Fb dan IG Ads) dan dapat membuat Website

Alasan mengajukan penawaran karena membuka loker digital marketing.

Layanan yang ditawarkan online social media specialist dan seo & ads.



Gambar 27. Laporan PT. Super Blok Terbang

IV. KESIMPULAN

Dalam pembuatan strategi digital marketing dalam membangun Perusahaan Fastison Digital Media, marketing dan sales bertanggung jawab melakukan pemasaran jasa dari Perusahaan Fastison Digital Media. Dalam penyebaran informasi mengenai Perusahaan Fastison Digital Media ini menggunakan platform-platform digital berupa instagram, facebook, twitter, youtube, tik tok, beserta website. Dan juga Fastison Digital Media lebih banyak menggunakan platform instagram yang mana dirasa dapat menjangkau target konsumen yang lebih banyak, instagram dinilai oleh Fastison Digital Media merupakan platform yang tidak ada matinya serta ada fitur yang lebih komplit sehingga memudahkan dalam menjalankan strategi dan menjangkau para target konsumen. Serta dengan adanya kegiatan digital marketing yang dijalankan oleh Perusahaan Fastison Digital Media ini, peningkatan pelayanan juga dapat dirasakan dengan adanya interaksi oleh target konsumen di sosial media, yang berupa komen dan like, pada Web juga adanya form digital untuk para target konsumen menanyakan hal apa saja yang berhubungan dengan Perusahaan Fastison Digital Media. Selain itu juga strategi digital ini digunakan untuk meningkatkan distribusi yang berfokus pada Web.

VI. REFERENSI

- [1] Rizqon Halal Syah Aji. 2020. Dampak Covid-19 pada Pendidikan di Indonesia: Sekolah, Keterampilan, dan Proses Pembelajaran. Jurnal Sosial & Budaya Syar-i FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 7(5) : 395-402.
- [2] Sony, R., & Setyoningsih, W. 2019. Optimasi Produk/Jasa Usaha Berbasis Digital Marketing Divisi Google Ads Di Pt. Herco Digital Indonesia. Science And Engineering National Seminar 4 (SENS 4). 1(1): 626-634.
- [3] Eureka Intan Innova. 2016. Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia. Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya. 4(1) : 1-11.

- [4] Triyaningsih. 2011. Dampak Online Marketing melalui Facebook terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta*. 11(2) : 172-177.
- [5] Ita Suryani. 2014. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015 (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Komunikasi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*. 8(2) : 123-138.
- [6] Mardhiyah Azzahrani. 2018. Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia dalam Pesona Indonesia melalui Youtube. *Jurnal Manajemen Komunikasi Program Studi Ilmu komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom*. 2(2) : 144-161.
- [7] Fransisca, S. 2017. Kepuasan Pengguna Jejaring Sosial LinkedIn sebagai Jejaring Sosial yang Berorientasi pada Dunia Bisnis dan Profesional di Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya*. 5(2) : 144-161.
- [8] Kidung, S, & Andriani, K. 2017. Peran Permission Email Marketing Dalam Memediasi Pengaruh Trust Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Althea Korea Di Indonesia Dan Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*. 50(6) : 174-182
- [9] Bambang Agus Herlambang, Muhammad Saifuddin Zuhri, Dwi Nuvitalia. 2018.E-Marketplace Development With C2C Model And Appreciative Inquiry.*Jurnal Transformatika*
- [10] MS Zuhri, D Nuvitalia, BA Herlambang.2017.E-Commerce Bagi Wirausaha Muda Yang Kreatif dan Inovatif di Universitas PGRI Semarang. *Sens 3*