

**Strategi Marketing dalam Konten Digital Pada Aplikasi Ruang Guru
sebagai Metode Pembelajaran E – Learning di Masa Pandemi**

Technopreneurship Digital Content / A

Supangat, M.Kom., ITIL., COBIT.



Oleh

SITI MAISAROH

1151800090

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2021

BAB 1

Latar Belakang

Pada perkembangan zaman teknologi seperti sekarang ini, segala bentuk informasi menjadikan segalanya lebih mudah diperoleh dan dijangkau. Untuk melakukan transaksi komunikasi yang menghasilkan sebuah informasi tidak selamanya dilakukan secara tatap muka. Berkomunikasi lewat media seperti sekarang ini jauh lebih mudah. Berbagai bentuk media seperti, media sosial dan media online, sangat memudahkan masyarakat untuk berkegiatan dalam keseharian mereka. Tidak hanya itu kemudahan yang ada di tengah pandemi yang melanda seluruh dunia ini banyak menyebabkan kegiatan seluruh lapisan masyarakat terganggu. Pekerja kantoran terpaksa bekerja dari rumah, para dosen dan mahasiswa melakukan kegiatan belajar mengajar dirumah, para penjual dan pembeli melakukan interaksi jual beli hanya lewat *handphone*. Semua kemudahan yang ada tentunya ditunjang dengan perkembangan teknologi yang memadai.

Ruang Guru sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pendidikan berbasis marketplace ini yang mana menjadi tempat bagi masyarakat untuk bisa mencari guru privat yang ahli dibidangnya dan tentunya berseertifikasi. Sehingga masyarakat tidak hanya mendapat tenaga ahli pada bidangnya namun juga mendapat nuansa baru dalam belajar. Hal ini disebabkan Ruang Guru mendukung proses pembelajaran yang membuat paara murid merasa nyaman, produk ruangguru juga dikemas dengan layanan dan sentuhan personalisasi. Sehingga proses belajar dan mengajar terlaksana dengan baik dan semestinya. Ruang Guru tentunya tidak hanya sebuah bentuk bisnis namun juga peluang untuk membangun Indonesia yang lebih cerdas, lapangan pekerjaan yang meluas, serta pemanfaatan teknologi yang relevan dengan kebutuhan Indonesia dibidang pendidikan. Dan juga seiring dengan pesatnya perkembangan dan pengembangan produk semua bagian khususnya dalam bidang pendidikan dituntut untuk serba cepat untuk memenuhi kebutuhan dunia usaha yang berubah-ubah dan tidak terduga (Supangat et al., 2019).

Selain itu setiap produk barang dan jasa tentunya membutuhkan strategi marketing yang mana hal itu merupakan sebuah perencanaan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjangkau masyarakat luas untuk menjadi pelanggan atau klien. Mempunyai strategi marketing tentunya membantu perusahaan untuk membangun citra produk atau brand, penjualan lebih efisien, serta memperluas pemasaran (Prawinda, 2021).

Hal ini tentunya juga didukung oleh konten digital yang mana dipilih untuk bisa meningkatkan prospek dan proses pemasaran pada sebuah produk barang dan jasa. Oleh karena itu, penggunaannya dirasa memiliki dampak yang baik dan besar bagi berjalannya usaha serta promosi dari para pelaku usaha. Penerapan content digital marketing juga sebagai bentuk kemajuan teknologi yang mana semakin canggih dan semua urusan dilaksanakan juga secara digital. Sehingga memudahkan pelaku usaha untuk melakukan strategi pemasaran yang pas dan cocok sesuai dengan produk barang dan jasa yang menunjukkan sebuah ciri dari suatu perusahaan. Hal ini dapat menimbulkan kemudahan bagi pelanggan atau pun pengguna untuk mengenali sebuah produk barang dan jasa.

BAB II

Tinjauan Pustaka

Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu dengan kata kunci “ Strategi Marketing Digital “ yang diperoleh penulis dari berbagai sumber, yang mana sebagai bahan acuan untuk memudahkan penulis dalam menguraikan teori, temuan dan bahan penelitian lainnya. Tinjauan Pustaka tersebut, sebagai berikut:

1. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Dhealda Ainun Saraswati dan Chatia Hastari
Dengan judul jurnal “ Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co dalam Mempertahankan Brand Engagement “ karya Dhealda Ainun Saraswati dan Chatia Hastari (2020). Dengan subjek penelitian tim media sosial Mojok.co dan pengikut Instagram Mojok.co yang dipilih secara purposive. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi digital content marketing pada akun media sosial Instagram Mojok.co terbagi dalam 8 tahapan. Dan juga memiliki prinsip pada content marketing yang mana menawarkan konten pada media cetak maupun media digital yang relevan dengan target pasar. Hal ini dapat terlihat dari keragaman konten yang digunakan dalam melakukan branding, serta efisiensi biaya serta waktu dari kegiatan pengelolaan content marketing. Selain itu juga, pelanggan yang mempunyai konten yang dihasilkan pengguna dalam jumlah besar yang lebih kredibel dan menarik dari media tradisional. Hal inilah yang disebut dengan brand engagement yang mana menjadi hal yang penting untuk saat ini, terlebih dengan adanya pemasaran yang dilakukan secara online oleh berbagai pemasar, brand maupun perusahaan.
2. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sharfan Muchlis Hashfi
Dengan judul jurnal “ Analisis Strategi Marketing @GAMISANAK_RAHMAHSHOP Melalui Instagram “ karya Sharfan Muchlis Hashfi (2021). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram memasukkan komponen strategi komunikasi pemasaran yang ada, seperti penyediaan data konsumen untuk verifikasi segmentasi, positioning, serta sebagai bahan penelitian untuk menentukan generasi konten pemasaran Instagram. Selain itu, digital konten berperan penting sebab menghasilkan konten dalam beragam format baik teks atau tulisan, gambar, video, audio atau kombinasinya yang diubah dalam bentuk digital. Sehingga konten yang diciptakan tersebut dapat dibaca dan mudah dibagi melalui platform media digital. Hal lainnya yang yaitu

memilih strategi pemasaran dengan cermat sebab jika salah memilih strategi dapat berakibat fatal, terutama mengalami kerugian berupa waktu, materi dan tenaga.

BAB III

Pembahasan

Di masa pandemi seperti sekarang ini perusahaan yang menghasilkan produk jasa sangat membantu masyarakat sekali. Apalagi kemudahan itu dibarengi dengan pemanfaatan kecanggihan teknologi yang ada. Tak luput juga perusahaan yang bergerak dibidang pendidikan yang mana hal tersebut membantu sekali bagi para orang tua untuk tetap menyediakan guru bimbingan privat untuk anak agar tetap mendapat bimbingan belajar tanpa khawatir anak-anak mereka tertular wabah virus covid-19 yang sedang menimpa seluruh dunia. Ruang Guru merupakan perusahaan rintisan yang berdiri pada tahun 2014 sebagai perusahaan penyedia layanan dan konten berbasis teknologi.

Ruang Guru merupakan aplikasi belajar online yang menyediakan layanan berupa bimbel (bimbingan belajar) untuk membantu siswa dalam meningkatkan pemahaman di setiap materi pelajaran. Dengan aplikasi Ruangguru, pengguna akan dimudahkan dalam segala kebutuhan belajar yang dapat diakses kapan pun dan dimana pun. Sampai dengan saat ini 75% total pelajar di Indonesia telah mempercayakan Ruangguru sebagai solusi belajar terbaik. Selain itu, hingga tahun 2016, Ruangguru telah mengembangkan lapangan pekerjaan bagi lebih dari 50.000 yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan. Dan juga, Ruangguru menjadi layanan pendidikan berbasis teknologi terdepan di Indonesia.

Ruang Guru juga dinilai lebih efisien dalam penyelenggaraannya sebab dengan belajar online menawarkan pengguna (yang mana dalam hal ini adalah para siswa) sebuah proses belajar mengajar yang tidak terbatas dengan ruang dan waktu. Jika dengan pembelajaran konvensional para peserta didik dan guru harus melakukan tatap muka/bicara langsung, maka pembelajaran secara online ini berkebalikan dengan kebiasaan tersebut. Kelebihan dengan belajar online ini juga cukup dengan perangkat digital yang terhubung ke jejaring internet, maka para peserta didik dan guru dapat melakukan proses kegiatan belajar mengajar. Situasi pandemi covid-19 menuntut hal demikian terjadi, di mana salah satu upaya untuk memutus mata rantai penyebaran wabah virus, mau tidak mau pembelajaran online menjadi solusi belajar yang tepat. Tidak hanya itu dengan mempercayakan Ruangguru sebagai tempat untuk bimbingan belajar, para orang tua tidak perlu khawatir akan mengeluarkan biaya yang lebih banyak

sebab Ruangguru tetap memberikan penawaran dengan harga yang relatif terjangkau namun tetap memperhatikan kualitas dan kuantitas.

Ruang Guru kerap kali memberikan penawaran harga dalam berbagai kesempatan. Contohnya saja seperti program yang ada dalam aplikasi Ruangguru yaitu, English Academy. Pada postingan Instagram resmi milik Ruangguru terlihat pada yang tertanggal 12 oktober, Ruangguru mengunggah sebuah informasi penawaran harga bagi para pengguna aplikasi Ruangguru promo “Best Deal 10.10”. Dengan adanya promo yang ditawarkan ini tentunya dapat menarik antusias para orang tua untuk mendaftarkan anak mereka pada aplikasi Ruangguru bagian English Academy. Tidak hanya promo itu saja, Ruangguru juga pernah memberikan promo 60% dengan paket belajar 9 bulan dan tetap bisa mengakses semua fasilitas dan fitur-fitur belajar yang super lengkap di ruangbelajar. Selain promo-promo menarik yang ditawarkan, Ruangguru juga kerap memberikan hadiah pada promo yang ditawarkan. Sehingga hal ini akan semakin menarik antusiasme masyarakat untuk yang belum bergabung dengan Ruangguru.

BAB IV

Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Dimulai dari latar belakang, tinjauan pustaka sampai pembahasan bisa ditarik kesimpulan bahwa strategi marketing konten digital sangat membantu sekali untuk memasarkan sebuah produk barang dan jasa. Tidak hanya membantu tetapi juga memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi dalam bentuk apa saja hanya lewat genggam tangan. Aksesnya pun mudah dijangkau dimana saja dan kapan saja serta siapa saja sehingga segala bentuk pesan informatif dapat diterima seluruh masyarakat dengan mudah

B. Saran

Meskipun banyak kemudahan yang bisa dinikmati oleh semua orang namun tetap selalu mewaspadai segala bentuk tindak kejahatan dalam dunia digital. Sebab apapun bisa disalah gunakan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab, oleh karena itu baiknya kita tetap selalu mawas diri dalam rekam jejak digital. Dengan begitu kita semua selalu merasa aman dan nyaman dalam berselancar didunia digital. Setiap kemudahan yang kita dapat selalu ada harga yang dibayar setimpal.

Daftar Pustaka

- Prawinda, E. (1945). *Tugas UAS Technopreneurship (A) Digital Konten Media Strategi Marketing Dalam Instagram Makwinfood Disusun Oleh : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya i.*
- Supangat, Amna Rahmawati, A., Rahmawati, T., & Kusnanto, G. (2019). *E-Learning Development As Interactive System With Scrum Methodology.* 1–5.

PLAGIARISME CHECKER

The screenshot shows a web browser window with the URL 'check-plagiarism.com'. The page displays a plagiarism report with the following details:

- 94% Unique Content**
- 6% Plagiarized content**
- COMPLETED 100%**

The report is divided into two sections: 'Sentence wise results' and 'Matched URLs'. The 'Sentence wise results' section contains a list of sentences, each with a status label (unique or plagiarized) and a source link. One sentence is marked as 'Plagiarized' and linked to 'ITIL, COBIT'. A 'Feedback' button is visible on the left side of the page.

Status	Text	Source
unique	Strategi Marketing dalam Konten Digital Pada Aplikasi Ruang Guru sebagai Metode Pem...	
unique	- Learning di Masa Pandemi Technopreneurship Digital Content / A Supangat, M. Kom,	
Plagiarized	ITIL, COBIT.	Compare
unique	Oleh SITI MAISAROH 1151800090 PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL D...	
unique	1945 SURABAYA 2021 BAB 1 Latar Belakang Pada perkembangan zaman teknologi seperti s...	
unique	segalanya lebih mudah diperoleh dan dijangkau.	
unique	Untuk melakukan transaksi komunikasi yang menghasilkan sebuah informasi tidak selam...	
unique	Berkomunikasi lewat media seperti sekarang ini jauh lebih mudah.	
unique	Berbagai bentuk media seperti, media sosial dan media online, sangat memudahkan mas...	
unique	Tidak hanya itu kemudahan yang ada di tengah pandemi yang melanda seluruh dunia ini...	
unique	Pekerja kantor terpaksa bekerja dari rumah, para dosen dan mahasiswa melakukan k...	
unique	belajar mengajar di rumah, para penjual dan pembeli melakukan interaksi jual beli ha...	
unique	handphone.	

Keywords Words Density: 1- word, 2- words, 3- words