

**Efektivitas Digital Content Marketing 3PM.co
di Sosial Media untuk membangun Branding**

TECHNOPRENEURSHIP DIGITAL CONTENT (A)

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



Oleh

Muhammad Firmansyah Abdillah

(1151800248)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2021

A. Latar Belakang

Era sekarang adalah eranya sosial media karena di era 4.0 sosial media sangat berpengaruh untuk meningkatkan penjualan dan juga membangun branding sebuah pelaku usaha. Menurut *We Are Social* dan *Hootsuite* di katadata.co.id mencatat pengguna internet di Indonesia per Januari 2021 sebanyak 202,6 juta orang. Sementara pengguna smartphone aktif sebanyak 345,3 juta, atau 125,6% dari jumlah populasi. Angka tersebut lebih tinggi karena orang – orang menggunakan lebih dari satu gawai.

Terutama disaat pandemi sekarang semua orang menggunakan gawainya masing – masing baik hanya untuk melihat apa sedang tren sekarang dan juga untuk sekolah dan bekerja. Jadinya para pelaku usaha memanfaatkan sosial media mereka untuk membangun branding produk yang dijual oleh para pelaku usaha.

Digital Content Marketing juga harus dipunyai oleh para pelaku usaha sebab Digital Content Marketing sangat dibutuhkan untuk membangun branding untuk produk yang ingin dijual oleh para pelaku usaha dan bisa menarik para calon pembeli untuk membeli produk yang dijual oleh pelaku usaha. Dan membuat konten Di Sosial Media adalah salah satu cara yang efektif untuk menarik calon pembeli untuk membeli produk yang di tawarkan oleh pelaku usaha.

Digital Konten ada beberapa jenisnya, yaitu Content Informatif, Content Edukatif, Content Marketing, Content Interaksi, Content Story. Dan bentuknya bisa menggunakan *Content Writer*, *Copywriter*, *Graphic Designer*, *Motion Graphic Designer*.

Dari beberapa jenis dan bentuknya, komunikasi pemasarannya juga harus dipahami oleh para pelaku usaha karena kalo tidak adanya komunikasi pemasaran nantinya konten yang disuguhkan tidak dapat berdampak untuk membangun branding produk yang dijual oleh para pelaku usaha.

B. Tinjauan Pustaka

Menjelaskan mengenai cara pelaku usaha membangun branding sehingga dikenal masyarakat dengan cara membuat *Digital Content* akan diunggah ke akun sosial media 3PM.co yang memanfaatkan fitur yang ada disosial media 3PM.co supaya para calon *Customer* tertarik dan datang ke 3PM.co.

C. Pembahasan

Sosial media bukan hanya untuk mengunggah moment saja melainkan bisa juga dibuat untuk membangun branding produk yang dijual oleh para pelaku usaha. Karena semakin naiknya pengguna internet di Indonesia dan pandemi yang terjadi sekarang membuat orang – orang sering menggunakan gawainya untuk bekerja, sekolah dan kuliah, bahkan yang cuma mencari hal – hal yang menarik di internet.

Dan sekarang, sosial media memiliki beberapa fitur yang mendukung untuk membangun branding guna mempromosikan produk yang dijual oleh para pelaku usaha. Dengan penggunaan sosial media sendiri para pelaku usaha bisa memikirkan gimana caranya untuk membranding produknya mau ditujukan untuk kalangan mana dan apa keunikan apa yang dimiliki oleh produk tersebut dan bertahan di pandemi sekarang.

3PM.co adalah kedai kopi yang bertemakan *Homie* yang mengutamakan kenyamanan *customer* supaya para *customer* nyaman dan balik lagi ke 3PM.co. 3PM.co beralamat di Jl. Raya Menganti 07, Surabaya yang berdiri resmi pada tanggal 24 april 2021. Di akun instagramnya 3PM.co mempunyai 397 followers dan sudah mengupload 37 postingan yang isi postingannya dengan riset yang dilakukan oleh tim marketing 3PM.co adalah dengan menampilkan produk yang dijual dan suasana berada didalam 3PM.co dan juga lokasi GPS supaya para *customer* mudah mencari lokasi 3PM.co. 3PM.co menggunakan sosial media Instagram dan Tiktok untuk membagikan Konten yang telah di desain oleh tim 3PM.co untuk melakukan Content Marketing yang bertujuan memperkenalkan 3PM.co ke masyarakat terutama ke kawula muda di Surabaya.

Para tim marketing 3PM.co membuat rancangan *Content Marketing* dengan beberapa rumusan strategi pemasaran yang mengoptimalkan konten yang akan disuguhkan di sosial media 3PM.co.

1. Membangun hubungan para customer dengan pelayanan yang maksimal supaya para customer nyaman dan akan Kembali lagi ke 3PM.co karena konsep awal 3PM.co adalah *ngopi dirumah berasa dirumah sendiri*.
2. Melakukan *Soft Selling* dengan membuat konten yang menarik di sosial media dengan memberikan promosi dan juga konten yang menunjukkan suasana didalam 3PM.co agar para calon customer bisa membayangkan suasana didalam 3PM.co.

- a. Kontennya sendiri bisa memanfaatkan fitur di Instagram post atau reels dan juga tiktok yang mengikuti algoritma yang ada dengan menggunakan musik yang lagi viral sekarang.
 - b. Dan juga bisa memanfaatkan Instagram Ads untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi dengan estimasi harga yang bervariasi dari Rp. 20.000,00 perhari sampai Rp. 10.000.000,00 dan bisa memasang Instagram Ads selama 30 hari.
3. Para barista juga bisa melakukan personal selling dengan menggunggah postingan dari 3PM.co supaya teman atau kerabatnya tau tentang 3PM.co lalu mengunjungi 3PM.co.

Dari beberapa rancangan *Content Marketing* yang dilakukan oleh tim 3PM.co sangat berpengaruh untuk membangun branding. Karena kalo tidak membuat rancangan tersebut akan kesulitan membangun branding karena kalah saing dengan kedai kopi yang ada di surabaya yang sudah buka lebih dulu.

D. Kesimpulan dan Saran

Sosial media memiliki kegunaan yang lebih luas lagi selain mengabadikan moment. Sosial media juga bisa menjadi alat untuk membangun branding produk yang akan dijual oleh para pelaku usaha. Dan juga para pelaku usaha juga harus melihat algoritma yang ada disosial media supaya traffic mereka stabil dan dikenal oleh semua kalangan.

E. Daftar Pustaka

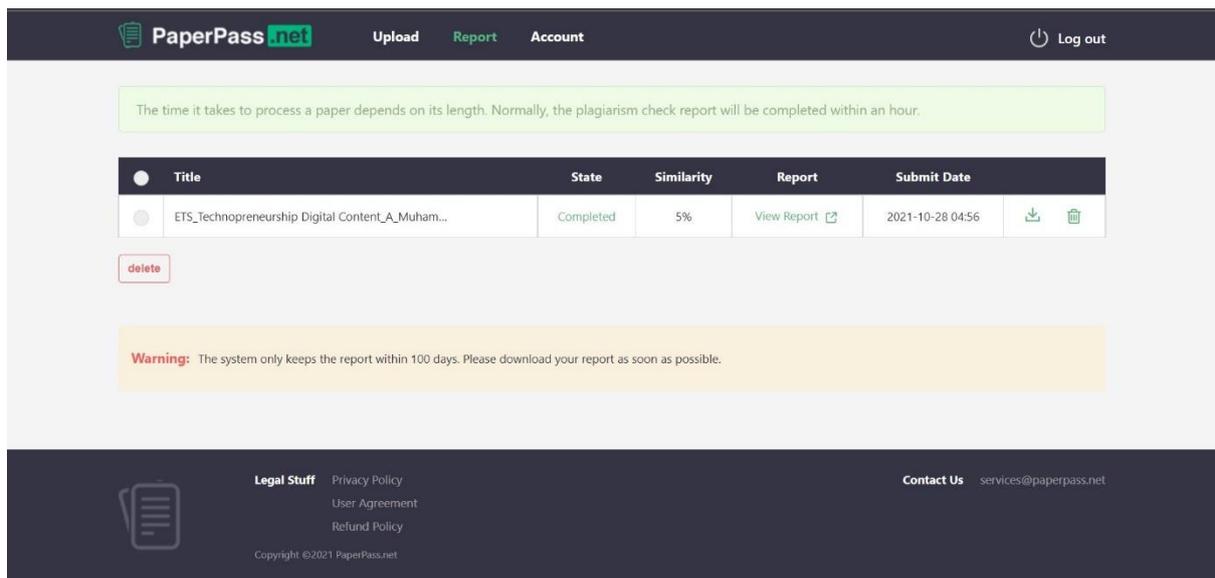
Academy, D. B. (n.d.). *Social Media Marketing 2021-22: Beginner's Guide to Making Money Online. Become a Successful Influencer Through Youtube, Twitter, Facebook, Instagram and LinkedIn Algorithms. Start Your Passive Income.*

Rahmawati, T., & Kusnanto, G. (1945). *Implementation of C4 . 5 Algorithm for Analysis of Service Quality in Companies of PT . XYZ.* 1–7.

Supangat, S. (2020). *Dan Daftar Isi*

Katadata.co.id. Masa Depan Cerah Gim Online di Indonesia. Di akses pada tanggal 27 Oktober 2021

Bukti Check Plagiarism dengan Menggunakan PaperPass.net



The screenshot displays the PaperPass.net web interface. At the top, there is a dark navigation bar with the PaperPass.net logo on the left and 'Upload', 'Report', and 'Account' links in the center. On the right side of the navigation bar, there is a 'Log out' button with a power icon.

Below the navigation bar, a light green notification box contains the text: "The time it takes to process a paper depends on its length. Normally, the plagiarism check report will be completed within an hour."

The main content area features a table with the following columns: Title, State, Similarity, Report, and Submit Date. A single row is visible in the table:

Title	State	Similarity	Report	Submit Date
ETS_Technopreneurship Digital Content_A_Muham...	Completed	5%	View Report	2021-10-28 04:56

Below the table, there is a red 'delete' button. A yellow warning box below the button contains the text: "Warning: The system only keeps the report within 100 days. Please download your report as soon as possible."

The footer of the page is dark and contains a 'Legal Stuff' section with links for 'Privacy Policy', 'User Agreement', and 'Refund Policy'. To the right, there is a 'Contact Us' section with the email address 'services@paperpass.net'. At the bottom center, the copyright notice reads 'Copyright ©2021 PaperPass.net'.

