

Pembuatan Konten Digital Marketing pada Aku Bisa Musik untuk Mnejangkau Follower Baru dan Mempertahankan Follower Lama

Clarence Chandra Sentosa^{#1}, Diana Trivena Yulianti^{*2}

[#]Jurusan S1 Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Kristen Maranatha, Jalan Surya Sumantri No.65, Bandung, Indonesia

¹1973010@maranatha.ac.id

²diana.trivena@it.maranatha.edu

Abstract — In the era of technology that is currently growing, technology makes it easier for people to do marketing very quickly, easily and cost-effectively. This activity is called Digital Marketing. Digital Marketing has a huge opportunity in this day and age. One of them is the use of instagrams or instagramers which are a means to convey information about a topic that has useful and educational value for its readers. With a instagram we can post various things that are useful for the readers.

Keywords— *Aku Bisa Musik Consistent, Digital Marketing, Information Systems, Instagrams.*

I. PENDAHULUAN

Pertumbuhan serta perkembangan teknologi saat ini semakin berkembang dengan pesat, dan dampaknya yang dirasakan begitu signifikan dan sangat berpengaruh sekali terhadap kehidupan pada zaman ini salah satunya adalah *digital marketing*. *digital marketing* merupakan suatu upaya pemasaran produk dengan pemanfaatan teknologi informasi. salah satu upaya pemanfaatan teknologi informasi pada zaman sekarang khususnya untuk menunjang suatu usaha atau bisnis yaitu digital marketing. *digital marketing* secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu strategi bisnis untuk meraih atau menjangkau pelanggan tentunya dengan memanfaatkan teknologi informasi yang semakin berkembang.

Salah satu upaya pemanfaatan teknologi informasi pada zaman sekarang khususnya untuk menunjang suatu usaha atau bisnis yaitu digital marketing. *Digital Marketing* secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu strategi bisnis untuk meraih atau menjangkau pelanggan tentunya dengan memanfaatkan teknologi informasi yang semakin berkembang.

II. KAJIAN TEORI

A. Konten

Konten merupakan media untuk menyampaikan pesan, maksud dan tujuan tertentu. Menurut KBBI, konten merupakan informasi yang tersedia melalui media maupun produk elektronik [2]. Dengan konten, kita bisa menyampaikan atau mengekspresikan pesan yang akan disampaikan dengan lebih mudah dan jelas. Pada zaman sekarang, hampir semua bahkan orang mengerti tentang konten bahkan memanfaatkan konten untuk suatu urusan tertentu baik itu bersifat pribadi maupun mewakili suatu perusahaan atau organisasi, dimana Mereka semua memanfaatkan konten untuk mencapai tujuan tertentu dan biasanya tidak luput dari kata promosi maupun marketing.

B. Jenis Konten

Banyak sekali jenis-jenis konten yang bisa digunakan untuk menyampaikan tujuan atau pesan yang ingin kita sampaikan, berikut ini ada beberapa jenis konten, yaitu [3] :

1) Tulisan atau Teks

Jenis yang pertama adalah konten dalam bentuk tulisan atau teks. Bisa berupa suatu analisis, deskripsi, definisi, pengertian, maupun suatu ulasan.

2) Gambar

Jenis yang kedua adalah gambar yang merupakan jenis yang sangat populer, seperti yang di unggah pada media-media sosial yang mengutamakan atau hal utamanya berfokus untuk menunjukkan konten yang berbentuk gambar misalnya instagram.

3) *Video*

Jenis yang ketiga yaitu video yang merupakan konten yang paling banyak dicari dan dilihat oleh masyarakat pada umumnya karena terkesan lebih nyata.

4) *Infografis*

Jenis yang selanjutnya adalah infografis. Berbeda dengan gambar, infografis berisi data visual informasi dalam bentuk grafik yang menarik. Bisa digabungkan dari teks dan gambar.

5) *Komik Meme*

Meme merupakan Merupakan salah satu bentuk gambar yang yang lucu dan memiliki pesan khusus baik itu menghibur atau mengkritik.

6) *Podcast*

Jenis yang berikutnya adalah podcast. Podcast merupakan konten dalam bentuk audio yang isinya orang bercerita mirip seperti radio namun lebih luas.

7) *Game*

Jenis yang terakhir adalah game. Ternyata game juga bisa dibuat menjadi suatu konten yang berisikan bisa tentang cerita-cerita dan suatu hal yang dapat menghibur masyarakat.

C. *Manfaat Konten*

Konten mempunyai sebidang manfaat yang sangat berpengaruh khususnya dalam dunia *Digital Marketing*. Berikut ini merupakan beberapa manfaat konten diantaranya [4] :

1) *Lebih Efektif dan Efisien*

Sebelum konten marketing, cara pemasaran dari para bisnis relatif sama, yaitu dengan beriklan. Dan kebanyakan orang tidak menyukai iklan, dan merasa terganggu, sehingga konsumen cenderung mengabaikannya. Dalam konten marketing, yang harus kita pahami adalah Kita tidak langsung melakukan hard selling, pertama yang kita bangun adalah kepercayaan. Selanjutnya, setelah kita mendapatkan kepercayaan, maka kedepannya akan sangat mudah bagi kita untuk memberikan penawaran.

2) *Meningkatkan Kesadaran Merek atau Brand*

Manfaat yang selanjutnya adalah meningkatkan kesadaran merek yang berbicara tentang semakin kita membagikan konten yang mempunyai nilai atau value kepada banyak orang terutama target pasar pada produk yang ditawarkan. Ini akan membuat merek kita diingat dan juga diasosiasikan. Yang pada akhirnya, ini akan membuat merek kita mudah diingat atau berada di urutan teratas pada bidangnya.

3) *Membentuk Citra Merek*

Manfaat konten berikutnya di dalam dunia bisnis yaitu citra merek yang sangatlah penting perannya, untuk itulah penting sekali bagi kita apabila ingin mengembangkan bisnis membentuk citra merek yang positif. Kita harus bisa mendapatkan penghargaan dari target pasar kita, dan mereka juga akan dengan senang hati membagikannya kepada orang terdekat.

4) *Meningkatkan Konversi*

Manfaat yang selanjutnya yaitu meningkatkan konversi. Setelah kesadaran merek terbentuk, efek yang akan kita rasakan adalah konversi. Baik itu konversi leads atau juga penjualan. Tentu saja ini karena mereka sudah mengenali apa yang kita tawarkan untuk mereka dan mereka juga sudah mengenali seperti apa merek kita.

D. *Membuat Konten yang Berkualitas*

Jika berbicara tentang membuat konten, itu adalah hal yang mudah, tetapi belum tentu konten tersebut maksud dan tujuannya tersampaikan, berikut ini merupakan cara-cara membuat konten yang berkualitas [5] :

1) *Melakukan Riset Konten*

Langkah pertama yang dilakukan dalam membuat konten yang menarik serta berkualitas yaitu melakukan riset konten. gagasan konten yang kamu buat menentukan apakah kontenmu akan diingat oleh audiens atau dilupakan begitu saja. Dengan demikian, penting untuk melakukan riset terlebih dahulu supaya kamu dapat menemukan konten yang tepat untuk dibuat.

2) *Riset Kata Kunci (Keyword)*

Langkah yang selanjutnya adalah mengatur kata kunci. Jika kamu ingin bersaing dengan kompetitor dengan baik, jangan lupa untuk melakukan riset keyword setelah menemukan ide konten yang menarik. Saat ini, semua orang berlomba-lomba untuk membuat konten yang berkualitas supaya dapat muncul di halaman pertama Google. Kamu bisa menggunakan berbagai macam tools untuk riset keyword, seperti SEMrush, Ahrefs, Ubersuggest, dan lain-lain.

3) *Fokus untuk Membuat Headline yang Kuat*

Setelah menemukan ide konten serta kata kunci yang tepat, sebaiknya kamu fokus untuk membuat headline yang kuat. Pasalnya, headline atau judul yang bagus akan menarik perhatian yang besar terhadap para pembaca.

4) *Cari Perspektif yang Unik*

Ketika kita hendak membuat konten berkualitas, sebisa mungkin kita harus mencari cara untuk menemukan perspektif menarik. Hal ini diperlukan agar hasil karya terlihat berbeda dari konten-konten yang lain. Kita juga perlu menonjolkan beberapa bagian yang sekiranya berbeda dan bahkan tidak ada dari konten yang lain. Dengan demikian, bisa dipastikan orang akan tertarik untuk membaca konten yang kita buat.

5) *Pilih Sumber Informasi yang Akurat*

Sumber yang kita pilih dan yang akan kita jadikan bahan dalam konten kita sangatlah berpengaruh terhadap hasil. Oleh sebab itu, berhati hatilah dalam memilih sumber informasi. Usahakan untuk memilih sumber yang memiliki kredibilitas yang tinggi dan akurat. Semakin tinggi kredibilitas sumber informasi yang kita pilih, maka pembaca akan semakin percaya lewat informasi-informasi yang disajikan.

6) *Kemas Konten dengan Menarik*

Bagaimana cara kita agar dapat mengemas konten yang menarik adalah dengan cara membuat konten yang interaktif yang artinya kita melibatkan audiens di dalam kontenmu lewat beberapa pertanyaan yang kamu ajukan. Selain itu, sisipkan cerita singkat atau *Storytelling* di dalamnya karena kebanyakan orang suka membaca cerita.

E. Peranan Konten

Ada beberapa peranan konten yang sangat penting sebagai upaya promosi terhadap barang atau jasa yang ingin kita tawarkan, yaitu [5]:

1) *Konten Memberikan Informasi kepada Audiens*

Jika dilihat dari pengertian konten, konten sendiri telah menunjukkan bahwa konten bertujuan untuk memberikan informasi kepada penglihat maupun pengunjung suatu konten tertentu.

2) *Konten Memiliki Peringkat dalam Google*

Google merupakan mesin pencarian yang sangat besar, lebih dari 1 triliun pencarian setiap tahunnya dari semua pengguna di dunia. Dengan jumlah yang begitu besar tersebut, sebuah bisnis masih bisa mencari konsumen dari pengguna Google. Menciptakan sebuah konten dan mempostingnya ke dalam website adalah cara yang tepat untuk mendapatkan konsumen potensial.

3) *Konten juga Mendapatkan Link dari Web Lainnya*

Konten juga mampu mendatangkan banyak orang ke dalam website, tetapi juga mendapatkan link dari web lainnya. Link adalah kunci dari optimasi dari mesin pencarian SEO.

4) *Konten Mudah di Share di Sosial Media*

Peranan konten yang selanjutnya berbicara tentang Apapun jenis bisnis yang kamu miliki, penting untuk memiliki akun sosial media. Contohnya Twitter dan Facebook. Akun tersebut akan mempromosikan bisnis dari website. Apabila menggunakan Facebook, kamu bisa posting link konten dalam website dengan menambahkan tulisan terkait topik atau tema yang dibahas.

5) *Konten Menciptakan Bisnis yang Terpercaya*

Peranan konten yang terakhir berbicara tentang Ketika website berisi banyak konten sesuai dengan lini bisnis, maka secara tidak langsung menjelaskan bahwa kamu mengetahui banyak hal terkait topik tersebut. Apabila kita memiliki bisnis garmen, maka ada banyak desain yang bisa diceritakan.

F. Jenis Follower

Berdasarkan apa yang telah didapat dan dipelajari, berikut merupakan jenis-jenis *follower*, yaitu [17] :

- 1) ***Alienated***, merupakan pengikut atau *follower* yang terasingkan karena masih memerlukan perhatian dan bimbingan. Jenis Pengikut seperti ini terdapat pada tim baru yang mungkin masih baru dalam dunia kerja profesional.
- 2) ***Conformist***, merupakan pengikut yang aktif namun tidak berpikir kritis, dan jenis pengikut yang dapat menjadi oportunist dalam organisasi.
- 3) ***Pragmatic Survivor***, merupakan salah satu jenis pengikut yang cenderung mencari selamat dalam setiap keadaan, dan mampu menyesuaikan pada kondisi apapun, yang utama bagi mereka adalah kepentingan Individu tidak dirugikan.
- 4) ***Passive Follower***, merupakan *follower* yang cenderung tidak memiliki inisiatif dan tanggung jawab sehingga melepaskan seluruhnya kepada pemimpin mereka, dimana pola pikir mereka benar-benar menunjukkan semangat Pengikut Sejati dan “Siap Perintah”.
- 5) ***Effective Follower***, merupakan salah satu contoh *followe* yang sangat diharapkan karena kontribusi aktif dalam tindakan dan pemikiran terhadap organisasi. jenis pengikut ini dapat menjadi kader dalam pengembangan organisasi jangka panjang.

III. ANALISIS DAN PERENCANAAN

A. Profil Perusahaan

Aku Bisa Musik berkomitmen untuk memberikan pengajaran dasar musik yang baik dan benar, dengan metode pembelajaran yang praktis dengan tidak mengurangi bobot dari pembelajaran itu sendiri. Sekolah musik ini didirikan pada masa Pandemi Covid-19, Aku Bisa Musik terbentuk untuk memfasilitasi para calon musisi yang ingin tetap belajar dan mengasah kemampuan mereka, namun harus terkendala dengan social distancing atau physical distancing. Oleh karena itu Aku Bisa Musik menyediakan layanan belajar mengajar musik dengan fitur video conference atau pertemuan secara visual dan pertemuan tatap muka dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan yang optimal.

Aku Bisa Musik menyediakan beberapa kelas musik yang bisa diikuti seperti : Piano, Drum, Guitar, Bass, dan Vokal dengan guru-guru yang telah berpengalaman lama pada bidangnya masing-masing. Aku Bisa Musik memiliki target marketing yaitu rentan usia (8-35) tahun, dan juga Aku Bisa Musik sekarang lebih memfokuskan pada bidang pujian dan penyembahan atau gereja.

B. Pembuatan Kalender Jadwal Posting

Pembuatan kalender jadwal posting dilakukan dengan tujuan utama sebagai pengingat agar tidak terlewat atau lupa lalu sebagai kontrol konten apa yang sudah pernah dibuat agar tidak terjadi postingan berulang. Berikut merupakan contoh kalender posting yang telah dibuat.

Periode	Tgg	Reels	
18 - 24 Juli	19	OK	PITCH BENT (MINE)
	20	OK	Aloha Cover
	21	OK	Vlog Pascal 23
	21	OK	Engagement Guitar Student
	22	OK	Apa itu Triplet Drum?
	23	OK	Manfaat Musik Classic
	24	OK	Ceritaku - Vincent Matthew
	25 - 31 Juli	25	OK
26		OK	Mixing Class
27		OK	Chord Dominant 7
28		OK	Engagement Piano Student
29		OK	Alip Ba Ta Reaction
30		OK	Kode WL
31		OK	Tips Biar Cepet Bisa Nyanyi

Gambar 1 Kalender Posting Aku Bisa Musik

Gambar 1 merupakan kalender posting yang digunakan untuk menjadwalkan postingan yang akan di upload, tanggal, hari, serta jam posting sesuai dengan topik konten yang telah disepakati yang dimulai dari bulan Juli hingga September 2022.

C. Pembuatan Konten Instagram

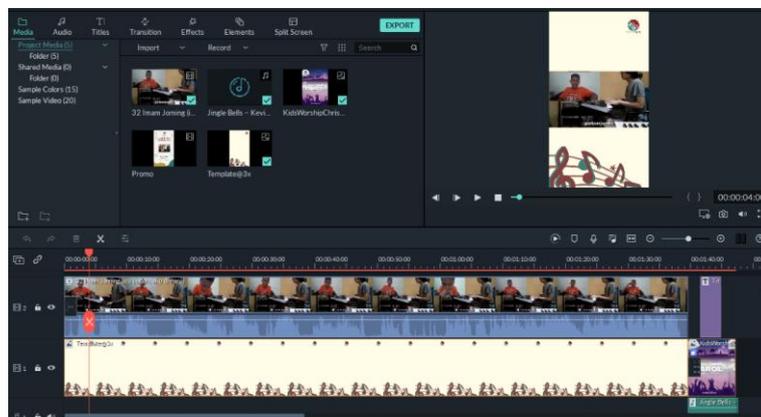
Untuk membuat para *follower* baru dan lama menarik untuk melakukan les di Aku Bisa Musik, telah dibuat konten selama penelitian ini dijalankan. Konten yang dibahas bukan hanya sekedar berbicara tentang musik, tetapi bagaimana musik itu menjadi teman. Di Aku Bisa Musik, konten yang ditampilkan atau dibuat beragam misalnya seperti info seputar musik membahas tentang pengetahuan atau fakta menarik tentang musik, *engagement* murid, penjualan produk alat musik, dan lainnya. Berikut ini merupakan tema konten per minggu yang dijalankan :

- 1) Senin : Meme atau cerita lucu seputaran musik.
- 2) Selasa : Info, membagikan ilmu-ilmu atau informasi tentang dunia musik dengan *hashtag* #MAKINTAHU.
- 3) Rabu : *Engagement* membahas tentang perkembangan anak guna untuk mengapresiasi bakat dan usaha anak.
- 4) Kamis : *Selling Product*, Aku Bisa Musik memiliki online shop yang menjual berbagai kebutuhan musik, dimulai dari alat musik, aksesoris musik, dan masih banyak lagi yang berhubungan dengan musik.
- 5) Jumat : *Friday fun fact*, misalnya membahas hal yang menarik yang berhubungan dengan musik.
- 6) Sabtu : *Musician Quotes*, misalnya mengambil kata-kata mutiara atau motivasi dari pemain musik terkenal guna untuk memotivasi para *follower* maupun murid Aku Bisa Musik.
- 7) Minggu : *Parenting tips*, membahas tentang cara atau trik-trik yang bisa dilakukan orang tua dalam merawat serta mendidik anak-anak mereka.

Selain dari topik-topik diatas, karena Aku Bisa Musik sekarang telah memfokuskan pada bidang pujian dan penyembahan atau musik gereja, munculah ide untuk membuat konten-konten yang berbau rohani seperti : membahas seputar lagu gereja (lagu *Praise* dan lagu *Worship*) maupun mengcover musik lagu-lagu tersebut dari anak murid maupun gabungan dari pengajar.

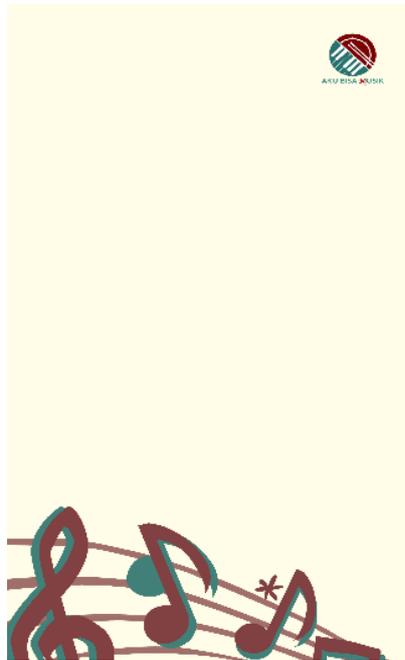
D. Pembuatan Video

Video merupakan salah satu komunikasi interaktif dalam menyampaikan pesan sesuatu, agar maksud dan pesan. Dalam hal ini, dimanfaatkanlah aplikasi editing video desktop yaitu Filmora 9. Berikut ini merupakan gambar editing video yang dilakukan.



Gambar 2 Proses Pembuatan Video

Gambar 2 merupakan proses pembuatan video, digunakanlah latar belakang atau *background* berwarna salem dan bergambar melodi musik dibawahnya, *background* tersebut merupakan *background* wajib yang selalu digunakan pada setiap video yang dibuat. Berikut ini merupakan *background* wajib sebagai berikut.

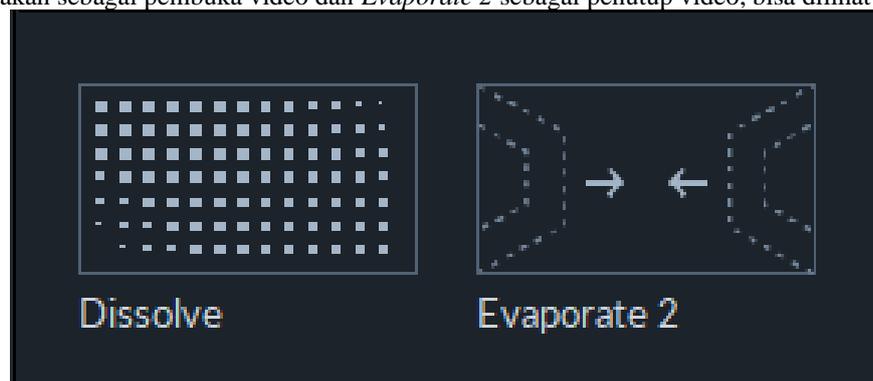


Gambar 3 Background ABM

Gambar 3 merupakan *background* atau template yang selalu digunakan di setiap video yang dibuat, *background* tersebut didominasi oleh warna salem yang netral atau masuk kes semua jenis gambar yang akan ditimpa, memberikan kesan yang santai dan jelas. Lalu ada gambar not balok yang didominasi oleh warna *maroon* dan juga *tosca* dimana merupakan perpaduan yang sangat baik sehingga menciptakan kesan yang tegas, lalu terakhir ada logo kecil diatas untuk memberikan kesadaran *brand* agar Aku Bisa Musik semakin diingat.

Penulis lalu menyisipkan video sebagai topik utama pembahasan, biasanya mengambil dari youtube dengan tidak lupa untuk selalu mencantumkan sumber video agar tidak terkena *copyright*. Kemudian, disisipkan juga *backsound* wajib yang digunakan, sebenarnya tidak selalu harus sama, terkadang mengambil dari sumber lain. *Backsound* merupakan ciptaan pemilik Aku Bisa Musik yaitu Bapak Widi, beliau yang mengaransemen lagu tersebut untuk dijadikan *backsound*.

Setiap video yang dibuat, digunakanlah transisi yang terdapat pada aplikasi tetapi yang paling sering digunakan ialah *Dissolve* yang digunakan sebagai pembuka video dan *Evaporate 2* sebagai penutup video, bisa dilihat pada gambar 4.



Gambar 4 Transisi Video

Alasan dipilihnya kedua transisi tersebut, karena menurut penulis transisi tersebut tidak terlalu berbelit-belit, standar namun nyaman dilihat oleh mata. Lalu di akhir video, ditambahkan juga brosur berupa informasi tentang promo atau *event* yang akan dilaksanakan.

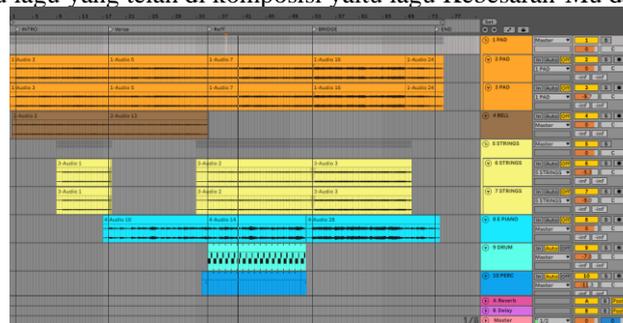


Gambar 5 Brosur Promo ABM

Gambar 5 merupakan gambar brosur yang hampir ada di setiap video pada bagian akhir, memberikan sentuhan penutup yang informatif dan menarik, guna untuk menjangkau *follower* lama dan baru.

E. Pembuatan Musik

Selama magang di Aku Bisa Musik, dibuatlah aransemen untuk memperkaya konten yang akan ditayangkan dengan menggunakan aplikasi musik yaitu Ableton Live merupakan aplikasi yang bisa membuat atau mengkomposisi musik. Berikut ini merupakan salah satu lagu yang telah di komposisi yaitu lagu Kebesarannya-Mu dari JPCC, sebagai berikut.

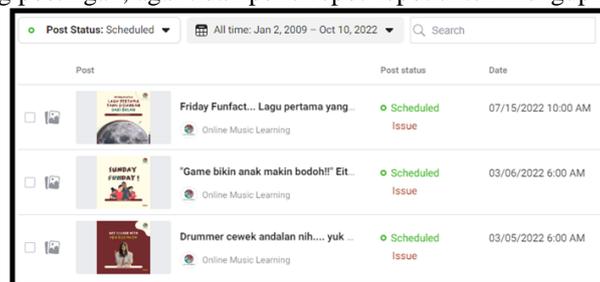


Gambar 6 Aplikasi Komposisi Musik

Gambar 6 merupakan hasil pembuatan aransemen pada aplikasi Ableton Live 10. Digunakanlah beberapa instrumen diantaranya : *Pad*, *Strings*, *E Piano*, dan *Bell*, lalu tidak lupa juga ditambahkan *metronome* dan *cue* yang merupakan pemandu musik dari awal hingga akhir musik.

F. Pemanfaatan Facebook Creator Studio

Salah satu tools yang digunakan ialah Facebook Creator Studio ialah Schedule Content, fitur ini berguna untuk menjadwalkan postingan tanggal dan jam postingan diluncurkan bisa diatur menggunakan fitur ini, fitur ini sangat membantu dalam hal memposting postingan, agar tidak perlu repot-repot untuk mengupload pada jam yang diinginkan.



Gambar 7 Schedule Content Facebook Creator Studio

Pada gambar 7 bisa dilihat bahwa digunakanlah fitur tersebut untuk menjadwalkan konten yang telah dibuat, postingan yang telah di schedule atau dijadwalkan bisa kita lihat hasil penjadwalan postingan yang telah dilakukan, fitur ini dirasa sangat efektif karena dapat mempermudah pekerjaan.

G. Reminder Jadwal Les

Selama magang di Aku Bisa Musik, diberikan tugas untuk mengingatkan jadwal les murid kepada guru-guru yang bersangkutan melalui *Whatsapp*, terkadang namanya manusia, bisa saja kelupaan atau terlewat, oleh sebab itu, ada upaya yang dilakukan seperti untuk mengontak guru-guru yang pada hari tersebut ada jadwal mengajar murid, tidak lupa juga mengingatkan agar guru menstorkan kegiatan belajar mengajar murid sebagai tanda bukti kehadiran mengajar guru.

Updated For							
No	Time	Student	Mentor	Class	Type	Desc	Status
1	18:00	Ksenia	Faisal	Aku Mahir	Online		V
2	17:15	Shelton	Marissa Wiguna	Drum	Offline		V
3	16:00	Wesley	Marissa Wiguna	Drum	Offline		V
4	14:30	Keith William Triyasa	Marissa Wiguna	Drum	Offline (LBS)		V
4	13:30	Keniesha Lukiman	Mr. Erick	Vocal	Offline (LBS)		V
5	15:30	Florencia Calista	Mr. Erick	Vocal	Offline (LBS)	mulai les tanggal 14 oktober	V
6	15:00	Clara Cheryl	Nikodemus	Piano	Offline (LBS)	2x les (selasa & jumat)	V
7	15:00	Keira	Widiyanto Sutanto	Piano	Offline (LBS)		V
8	16:00	Jose	Mr. Chris	Drum	Offline (The House - Paskal 23)		V
9	10:30	Shannon	Widiyanto Sutanto	Plano	Offline		V

Gambar 8 Jadwal Les Murid Aku Bisa Musik

Bisa dilihat pada gambar 8 tersebut merupakan *sheet* jadwal les anak Aku Bisa Musik, ini yang menjadi patokan atau acuan dalam mengingatkan jadwal para guru agar tidak terlewat satu pun, dari jadwal tersebut juga, bisa dilihat anak yang libur atau aktif sesuai jadwal yang telah disepakati bersama. Selain itu juga, dilakukanlah pengingat jadwal guru dengan mengontak melalui *Whatsapp* untuk mengingatkan guru. Bisa dilihat pada gambar 9 dibawah ini.



Gambar 9 Bukti Reminder Jadwal Les Murid

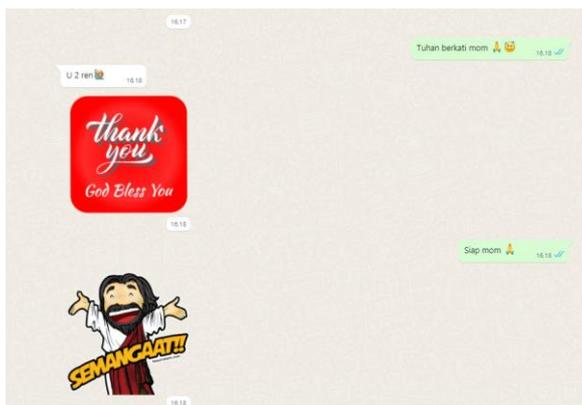
H. Follow Up Follower Lama

Salah satu upaya untuk memfollow up *follower* lama ialah *Follow up* ke orang tua murid, misalnya menanyakan perkembangan anak selama anaknya belajar di Aku Bisa Musik, lalu juga menawarkan promosi atau penawaran menarik.



Gambar 10 Bukti Chat Follow Up Orang Tua Murid

Bisa dilihat pada gambar 10, dikontak lah satu dari beberapa orang tua yang sudah dikontak, dimulai dengan memperkenalkan diri, seperti mengucapkan shallom atau selamat pagi, menanyakan kabar, memperkenalkan nama dan bagian pekerjaan di Aku Bisa Musik, hal itu dilakukan agar bisa mengakrabkan diri kepada klien, juga harus disadari, bahwa segala perkataan yang diucapkan melalui chat harus sopan, tidak menyinggung, serta menjadi berkat. Ini juga termasuk strategi yang dilakukan agar orang tua pun merasa aman dan nyaman menyekolahkan anak-anak mereka di Aku Bisa Musik, karena disini bukan *skill* atau sekedar jago atau handal menguasai alat musik, tetapi juga bisa menguasai diri sendiri dalam arti *attitude* juga harus baik, sehingga anak memiliki *plus value* selama belajar di Aku Bisa Musik, sehingga orang tua juga senang hati menitipkan anak-anaknya di Aku Bisa Musik. Sebagai penutup obrolan atau diskusi baik itu ke guru maupun orang tua murid, ditutup dengan kata *God Bless You*, atau Tuhan memberkati, maksudnya agar kita saling menguatkan dan memberkati satu dengan yang lain, tentunya disesuaikan dengan situasi guru maupun orang tua yang di chat.

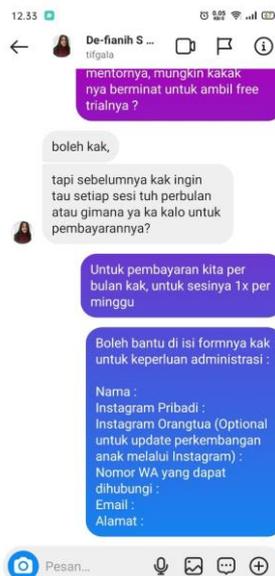


Gambar 11 Bukti Chat Follow Up Orang Tua Murid (2)

Pada gambar 11 tersebut, obrolan kepada orang tua sebagai *follower* lama ditutup dengan berkata terima kasih, Tuhan berkati. Ini juga salah satu bentuk menanamkan nilai positif pada Aku Bisa Musik.

I. Follow Up Follower Baru

Selain memfollow up *follower* lama atau *customer*, tentunya kita juga harus memfollow up *follower* baru yang sangat berpotensi menjadi *customer*. Berikut dibawah ini merupakan contoh obrolan atau percakapan yang berlangsung saat berhadapan dengan calon *customer* atau *follower baru*.

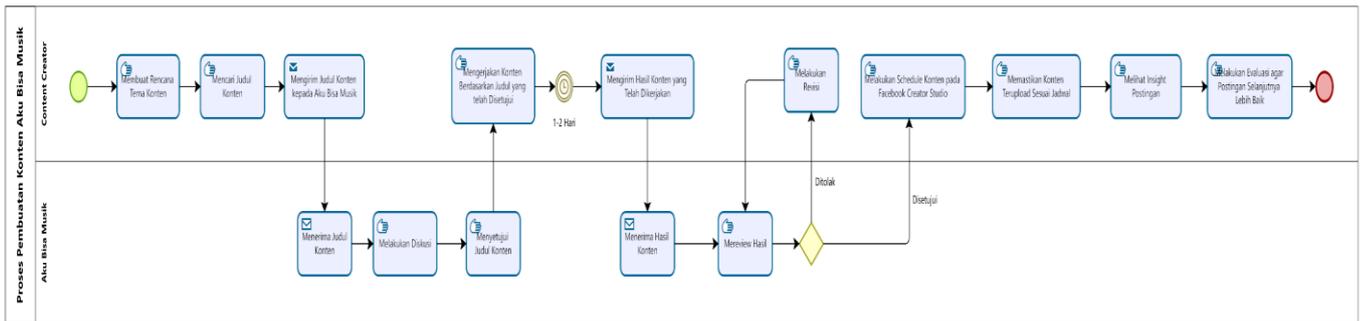


Gambar 12 Bukti Follow Up Calon Customer

Pada gambar 12 diatas merupakan bukti percakapan ketika berhadapan dengan calon *customer* atau *follower baru*, intinya harus cepat atau segera mungkin dibalas ketika ada chat atau percakapan yang masuk, jangan sampai membuat orang menunggu terlalu lama, kalau perlu secepat mungkin kita membalas, agar potensi tersebut tidak disia-siakan, siapa tahu berminat untuk menjadi *customer*, juga selalu diberikan *form* wajib diisi, walaupun mereka tidak mengisi, setidaknya kita sudah memberikan. Lalu, dilakukan *follow up* kembali setelah dua atau tiga hari untuk memastikan apakah mereka mau bergabung atau tidak di Aku Bisa Musik, seandainya tidak juga, kita harus tetap bersikap baik dan ramah, menutup pembicaraan dengan mengucapkan terima kasih dan salam sehat selalu, dengan demikian kita sedang memberikan tanda atau *label* tentang Aku Bisa Musik kepada banyak orang bahwa Aku Bisa Musik memiliki *positive value*.

J. Proses Bisnis Pembuatan Konten

Berikut ini merupakan proses bisnis pembuatan konten Aku Bisa Musik, sebagai berikut.



Gambar 13 Proses Bisnis Pembuatan Konten

Bisa dilihat pada gambar 13 merupakan proses bisnis atau alur pengerjaan konten, dimulai dari membuat rencana tema konten, mencari ide konten, lalu mengirim pada pihak Aku Bisa Musik untuk disetujui, sekiranya ada yang kurang, diperbaiki bersama, lalu dibuatlah konten tersebut yang diolah menjadi video untuk diupload pada Instagram, lalu setelah jadi videonya, dikirimkan kepada pihak Aku Bisa Musik untuk meminta penilaian serta evaluasi. Apabila masih ada yang kurang, dilakukanlah revisi, lalu mengirimkan kembali. Setelah semuanya sudah sesuai, kemudian dilakukan *schedule* konten tersebut pada Facebook Creator Studio untuk melakukan *setting* tanggal dan jam *upload*. Lalu setelah diunggah, kemudian dilakukan pengecekan *insight* agar mengetahui postingan tersebut telah menjangkau berapa banyak orang, apakah ada *follower* baru atau tidak. Lalu setelah itu dilakukan evaluasi postingan yang berfungsi sebagai perbaikan postingan selanjutnya agar lebih menarik serta menjangkau lebih banyak orang.

IV. HASIL PENELITIAN

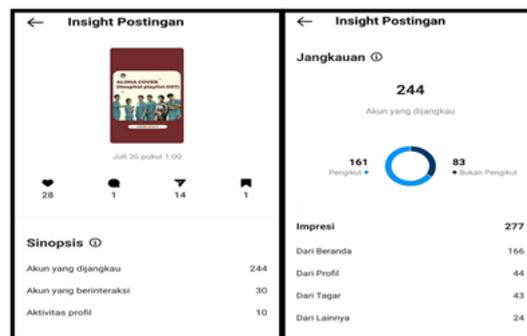
A. Hasil Analisis Pembuatan Video

Berikut merupakan beberapa video yang terbaik yang telah dibuat setiap hari mulai dari bulan Juli hingga Agustus 2022, video yang dibuat merupakan video untuk *reels* instagram Aku Bisa Musik sesuai dengan tema perharinya. Selama Tugas Akhir ini, telah dibuat sekitar 50 video untuk *reels* pada instagram.



Gambar 14 Reels Instagram Aloha

Gambar 14 diatas merupakan hasil video yang telah dibuat, yang berjudul “Aloha” merupakan salah satu soundtrack dari film Korea yang sedang viral. Oleh sebab itu, Aku Bisa Musik membuat cover lagu tersebut untuk meramaikan trend, yang videonya telah edit. Dimana video tersebut, penyanyi laki-laki merupakan orang Korea Asli yang telah lama tinggal di Indonesia serta sangat mencintai Indonesia yaitu Kang Daniel. Video tersebut merupakan video yang paling banyak menjangkau para penonton atau mempunyai *insight* terbanyak dari beberapa video yang telah di *upload*, berikut merupakan hasil analisisnya :



Gambar 15 Hasil Analisis Postingan Aloha

Pada Gambar 15, bisa dilihat bahwa *insight* video postingan tersebut yang di *upload* pada instagram Aku Bisa Musik, dengan hasil sebagai berikut :

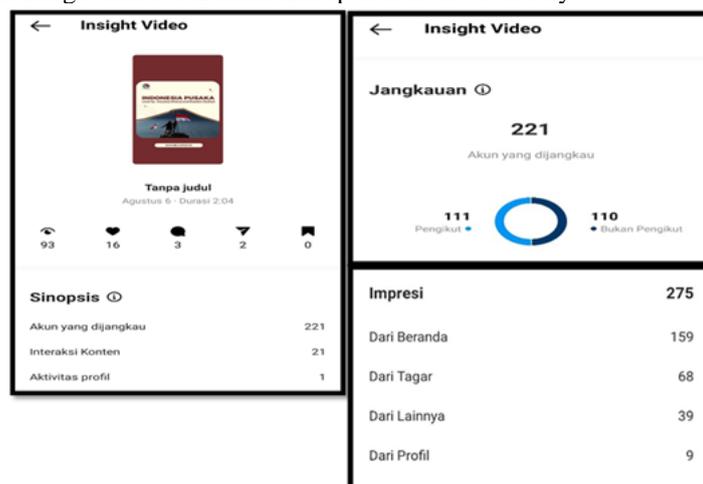
- Jumlah akun yang dijangkau dari postingan tersebut mencapai = 244 dengan perbandingan pengikut : bukan pengikut = 161 : 83.
- Interaksi konten = 30, yaitu jumlah like = 28, comments = 1, dibagikan = 14, dan disimpan = 1.
- Impresi konten = 277, berasal dari beranda = 166, dari profil = 44, dari tagar = 43, dan dari lainnya = 24.

Bisa dilihat dari hasil postingan tersebut, hasilnya cukup baik. Dimana dalam postingan tersebut khususnya dalam hal *follower* postingan tersebut telah mendapatkan 83 *non-follower* yang berhasil dijangkau atau sekitar 34%.



Gambar 16 Reels Instagram Indonesia Pusaka

Bisa dilihat pada Gambar 16 diatas. Dalam rangka menyambut hari kemerdekaan, Aku Bisa Musik mengcover lagu Indonesia Pusaka yang dimana penulis sendiri ikut berpartisipasi dalam video atau konten ini dengan bermain keyboard sekaligus yang mengaransemen lagu tersebut. Berikut merupakan hasil analisisnya :



Gambar 17 Insight Postingan Indonesia Pusaka

Pada Gambar 17, bisa dilihat bahwa *insight* video postingan tersebut yang di *upload* pada instagram Aku Bisa Musik, dengan hasil sebagai berikut :

- Jumlah akun yang dijangkau dari postingan tersebut mencapai = 221 dengan perbandingan pengikut : bukan pengikut = 111 : 110.
- Interaksi konten = 21, yaitu jumlah like = 16, comments = 3, dibagikan = 2, dan disimpan = 0.
- Impresi konten = 275, berasal dari beranda = 159, dari profil = 9, dari tagar = 68, dan dari lainnya = 39.

Berdasarkan hasil *insight* tersebut, bisa dilihat pada jangkauan akun bukan pengikut atau pengikut baru yang berjumlah 110 akun atau setara dengan 45% yang telah dijangkau dari postingan tersebut.

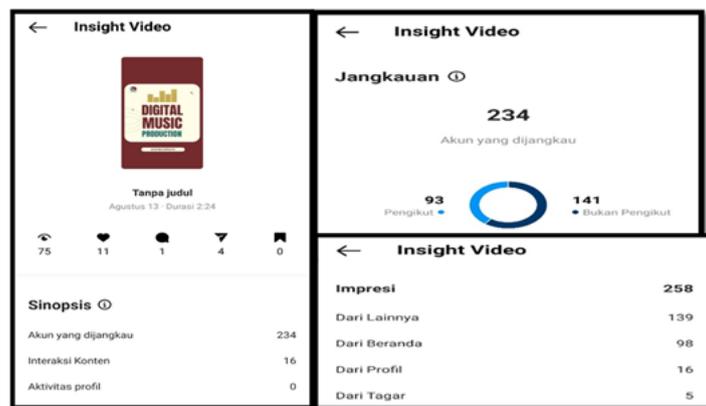
B. Hasil Analisis Pembuatan Aransemen Musik

Berdasarkan apa yang telah dilakukan selama magang di Aku Bisa Musik, mendapat tugas untuk membuat aransemen lagu, berikut ini merupakan tampilan aplikasi Ableton Live 10.



Gambar 16 Tampilan Ableton Live 10

Gambar 18 merupakan tampilan aplikasi Ableton Live 10, dengan tugas mengaransemen sebuah lagu. Pada kesempatan kali ini, lagu yang akan diaransemen atau dibuat ialah lagu yang berjudul “Beautiful Savior”. Dimana di dalam lagu tersebut terdapat sekitar 30 suara atau harmoni yang dibuat dan digunakan pada lagu tersebut, seperti Piano, Strings, Drum, Bass, Gitar Elektrik, Gitar Akustik, Synth Lead, serta Backing Vocal lalu terciptalah lagu tersebut.



Gambar 17 Insight Postingan Digital Music Production

Pada Gambar 19 merupakan *insight* dari postingan Digital Music Production yang telah di *upload* dengan hasil sebagai berikut.

- Jumlah akun yang dijangkau dari postingan tersebut mencapai = 234 dengan perbandingan pengikut : bukan pengikut = 93 : 141.
- Interaksi konten = 16, yaitu jumlah like = 11, comments = 1, dibagikan = 4, dan disimpan = 0.
- Impresi konten = 258, berasal dari beranda = 98, dari profil = 16, dari tagar = 68, dan dari lainnya = 139.

Berdasarkan hasil *insight* tersebut, bisa dilihat bahwa akun yang dijangkau ialah 234 akun, dimana pengikut berjumlah 93 dan bukan pengikut 141, dengan kata lain postingan tersebut telah berhasil menjangkau pengikut baru yang berjumlah 141 akun atau 60%.

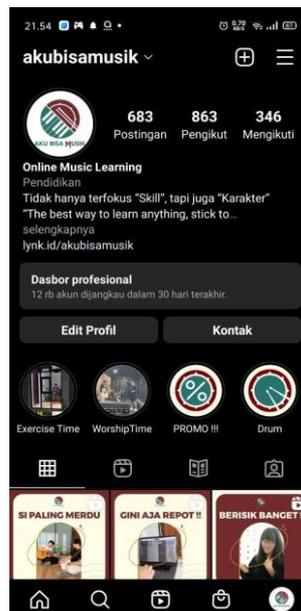
C. Hasil Analisis Akun

Berikut dibawah ini merupakan tampilan instagram sebelum dilakukannya pembuatan konten atau dilakukan optimalisasi akun instagram Aku Bisa Musik.



Gambar 18 Dashboard Instagram ABM Sebelum Optimalisasi

Pada Gambar 20 merupakan tampilan utama atau beranda instagram Aku Bisa Musik sebelum dilakukan optimalisasi, bisa dilihat *follower* Aku Bisa Musik sebelumnya berjumlah 372. Lalu setelah, melakukan tugasnya sebagai Content Creator di Aku Bisa Musik selama kurang lebih 1 semester atau 6 bulan, alhasil berhasil menjangkau sejumlah *follower* baru tentunya dengan postingan yang sudah diunggah.



Gambar 19 Dashboard Instagram ABM Setelah Optimalisasi

Bisa dilihat pada Gambar 21, setelah melakukan optimalisasi dengan tugas spesifik yaitu membuat video untuk *reels* instagram, berhasil menaikkan jangkauan *follower* instagram Aku Bisa Musik yang awalnya hanya memiliki 372 *follower*, sekarang Aku Bisa Musik mempunyai *follower* sebanyak 863, berarti bertambah sebanyak 491 *follower* baru atau sekitar 48%, kenaikan yang sangat drastis. Selanjutnya, akan ditampilkan *insight* akun sebelum dilakukannya pembuatan video serta analisisnya.



Gambar 20 Insight Instagram ABM Sebelum Optimalisasi

Berdasarkan Gambar 22, bisa dilihat *insight* instagram Aku Bisa Musik sebelum dilakukannya optimalisasi, yang dimana jumlah akun yang dijangkau sebesar 1.056 atau berkurang 6.9% dari sebelumnya. Setelah dilakukannya optimalisasi instagram, yang kini instagram Aku Bisa Musik mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat signifikan, berikut dibawah ini ialah *insight* instagram Aku Bisa Musik setelah dilakukannya optimalisasi.



Gambar 21 Insight Instagram ABM Setelah Optimalisasi

Bisa dilihat pada Gambar 23, instagram Aku Bisa Musik mengalami kenaikan *insight* yang sangat-sangat signifikan dalam arti mengalami kenaikan yang sangat drastis, bisa dilihat bahwa akun yang dijangkau mencapai 12,3 rb akun atau mengalami kenaikan sebesar 508% dari jangkauan sebelumnya.



Gambar 22 Insight Pengikut dan Bukan Pengikut

Berdasarkan Gambar 24, bisa dilihat bahwa selama dilakukannya analisis pada instagram Aku Bisa Musik, Aku Bisa Musik berhasil menambah jangkauan pengikut dan non-pengikut sebesar 603% yang dimana 551 pengikut atau *follower* dan 11,7rb bukan follower yang bisa berpotensi besar menjadi *follower*.

D. *Postingan Reels Instagram*

Berikut ini adalah postingan dari *Reels* instagram Aku Bisa Musik yang diposting pada periode 18 Juli – 31 Agustus 2022, antara lain :

TABEL I
JADWAL POSTING REELS INSTAGRAM

No	Judul	Deskripsi	Tanggal
1	PITCH BENT (MINE)	Membahas <i>Pitch Bend</i> dengan mengcover lagu menggunakan <i>Pitch Bend</i> pada <i>keyboard</i> .	19/07/2022
2	Aloha Cover	Mengcover lagu korea berjudul “Aloha” <i>soundtrack</i> film “Hospital”	20/07/2022
3	Vlog Pascal 23	Membahas tempat kursus baru ABM.	21/07/2022
4	Engagement Gitar Student	Membahas tentang kegiatan kelas gitar.	21/07/2022
5	Apa itu <i>Triplet</i> Drum?	Membahas dan menjelaskan apa itu <i>triplet</i> pada drum.	22/07/2022
6	Manfaat Musik <i>Classic</i>	Membahas tentang beberapa manfaat musik <i>classic</i> bagi kesehatan.	23/07/2022
7	Ceritaku - Vincent Matthew	Membahas kisah salah satu murid ABM yaitu Vincent perjuangan belajar drum	24/07/2022
8	Up Feed Manfaat <i>Classic</i>	Memposting kembali manfaat musik <i>classic</i> ke <i>feed</i> .	25/07/2022
9	Mixing Class	Membahas tentang kelas baru yang akan dibuka yaitu kelas <i>mixing</i> .	25/07/2022
10	Chord Dominant 7	Membahas tentang kunci dominan 7.	26/07/2022
11	Engagement Piano Student	Membahas tentang kegiatan kelas piano.	26/07/2022
12	Alip Ba Ta Reaction	Membahas tentang reaksi beberapa musisi dunia.	27/07/2022
No	Judul	Deskripsi	Tanggal

13	Kode WL	Membahas tentang kode-kode yang diberikan WL atau <i>Worship Leader</i> .	28/07/2022
14	Tips Biar Cepet Bisa Nyanyi	Membahas tips-tips agar bisa cepat nyanyi.	29/07/2022
15	<i>Humming Technic</i>	Membahas salah satu teknik bernyanyi.	29/07/2022
16	<i>Engagement Vocal</i>	Membahas tentang kegiatan kelas vokal.	29/07/2022
17	Kompilasi <i>Praise and Worship</i>	Membahas video kompilasi pujian dan penyembahan.	30/07/2022
18	Orang Tua yang Sibuk	<i>Parenting tips</i> tentang orang tua yang sibuk.	31/07/2022
19	Kelas Online Perkembangan Anak	Membahas tentang kelas online ABM.	01/08/2022
20	<i>Chord On</i> Bagimu Negeri	Membahas tentang kunci pada lagu Bagimu Negeri.	02/08/2022
21	Reels Bagimu Negeri	Membahas tentang murid ABM yang mengcover lagu Bagimu Negeri.	02/08/2022
22	Kompilasi KBM ABM	Membahas tentang seluruh kegiatan kelas yang ada di ABM.	03/08/2022
23	<i>Quotes</i> Bung Karno + <i>Coming Soon</i> Konser	Membahas tentang kata-kata memabngun dari Ir. Soekarno dan diakhiri dengan mengingatkan bahwa ABM akan ada konser Sang Penerus Dunia.	04/08/2022
24	Cuplikan Ibadah GKJ Adat Jawa	Membahas tentang cara ibadah Gereja Kristen Jawa atau GKJ.	05/08/2022
25	Cover Indonesia Pusaka	Mengcover lagu Indonesia Pusaka oleh Clarence dan Brandon.	06/08/2022
26	Beautiful Savior Sequencer	Membahas sequencer Beautiful Savior.	07/08/2022
27	Video Kompilasi Tempat LBS Coming Soon	Membuat video kompilasi tempat les baru di Lentera Bangsa School.	08/08/2022
28	Joey Alexander (Pemain Jazz Indonesia Kancah Dunia)	Membahas tentang Joey Alexander seorang pianis <i>jazz</i> termuda dari Indonesia.	09/08/2022
No	Judul	Deskripsi	Tanggal
29	Abraham the Voice All Star	Membahas tentang Abraham The Voice Indonesia yang membawakan lagu rohani pada kompetisi tersebut.	10/08/2022
30	Kompilasi Konser (Info Prepare Konser Tgl 13), Tgl Launching	Membahas tentang kompilasi konser yang telah dilakukan oleh ABM dan mengingatkan bahwa konser Sang Penerus Dunia akan tiba.	11/08/2022
31	<i>Fingering</i> latihan, ingin bisa seperti ini? Join ABM	Membahas tentang latihan <i>fingering</i> pada piano.	12/08/2022
32	Belajar Bikin <i>Sequencer</i>	Membahas tentang cara membuat instrumen sederhana pada aplikasi.	13/08/2022
33	Pelayanan Keluarga (Melayani Keluarga terlebih dahulu)	Membahas tentang hubungan pelayanan dan keluarga.	14/08/2022
34	<i>Jingel</i> Borma sama Gepuk Nyonya Ong	Membahas tentang <i>jingle</i> Borma dan Nyonya Ong yang diaransemen oleh Ko Widi yang merupakan pemilik dari sekolah Aku Bisa Musik.	15/08/2022
35	Menaikan <i>reels</i> yang dibuat oleh rekan kerja ABM	Menaikan <i>reels</i> yang dibuat oleh rekan kerja ABM.	16/08/2022
36	Bahas Lagu Jadilah Terang Glenn F	Membahas lagu Glenn Fredly yang berjudul Jadilah Terang.	17/08/2022
37	Perkembangan Indonesia Timur Dulu dan Sekarang	Membahas tentang sejarah serta perkembangan Indonesia Timur dari masa ke masa.	18/08/2022

38	Alat musik Indonesia Timur (Sasando + Tifa)	Membahas alat musik Indonesia Timur.	19/08/2022
39	Lagu Andmesh Kamaleng "Senyumlah"	Membahas lagu Senyumlah dari Andmesh yang mempunyai arti yang sangat bermakna dan menguatkan.	20/08/2022
40	Video Thailand Gitar (Pengorbanan Ortu)	Parenting tips tentang pengorbanan orang tua bagi anaknya.	21/08/2022

No	Judul	Deskripsi	Tanggal
41	Meme	Memposting postingan lucu serta menghibur dalam musik.	22/08/2022
42	Musik Kolintang dan Angklung yang mengharumkan INA	Membahas tentang alat musik tradisional Indonesia yang diakui oleh dunia.	23/08/2022
43	Lestarkan Kearifan Lokal (Saung Udjo Angklung yg hampir end)	Membahas tentang kearifan lokal serta ajakan untuk mencintai produk dalam negeri.	24/08/2022
44	Meyakinkan Bahwa Kelas Online ABM Efektif	Membahas tentang kelas <i>online</i> serta meyakinkan khususnya orang tua bahwa kelas <i>online</i> juga efektif.	25/08/2022
45	Fun Fact Music	Membahas hal lucu dalam dunia musik.	26/08/2022
46	KBM ABM	Membahas kompilasi kegiatan belajar di ABM.	27/08/2022
47	Parenting Tips	Membahas tentang tips bagi orang tua dalam mendidik anak.	28/08/2022
48	Engagement Anak	Membahas tentang perkembangan anak.	29/08/2022
49	Bahas tentang ikon Bali (Bom Bali, Musik Bali)	Membahas tentang ikon musik Bali dan sedikit menceritakan sejarah Bali.	30/08/2022
50	Bahas tentang festival jazz Bali	Membahas tentang festival jazz Bali	31/08/2022



Gambar 23 Postingan Reels #1

Pada Gambar 25, merupakan tampilan postingan dengan jumlah akun yang telah dijangkau. Bisa dilihat bahwa beberapa postingan tersebut telah menjangkau beberapa akun dengan rata-rata sekitar 82 akun.



Gambar 24 Postingan Reels #2

Pada Gambar 26 merupakan hasil postingan *reels* yang telah di *upload*, dimana postingan tersebut telah menjangkau lumayan banyak akun dengan rata-rata jangkauan sebanyak 130 akun yang dijangkau dari tampilan postingan diatas.



Gambar 25 Postingan Reels #3

Pada Gambar 27 tersebut juga merupakan hasil postingan *reels* instagram yang telah di *upload*, bisa dilihat jumlah jangkauan akun bertambah dari sebelumnya yang dimana pada tampilan diatas tersebut rata-rata akun yang dijangkau sebesar 185 akun yang dijangkau.



Gambar 26 Postingan Reels #4

Pada Gambar 28 diatas merupakan hasil postingan yang telah diunggah dengan jumlah akun yang dijangkau, bisa dilihat bahwa jangkauan akun dari postingan yang terbesar dari gambar diatas adalah 1.320 akun yang dijangkau dengan rata-rata akun yang dijangkau sebesar 550 akun yang telah dijangkau berdasarkan gambar postingan *reels* diatas.

V. KESIMPULAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis selama menjalankan *digital marketing* di Aku Bisa Musik dengan melakukan pembuatan video serta melakukan *follow up* kepada guru dan orang tua murid yaitu sebagai berikut :

1) Kesimpulan akan Cara Membuat Video yang Menarik seputar Musik

1. Melihat terlebih dahulu tren musik yang zaman sekarang, karena musik pada zaman sekarang berkembang dengan sangat cepat dan signifikan. Oleh sebab itu, Aku Bisa Musik harus mampu untuk menyediakan itu semua misalnya seperti tenaga pengajar terus berlatih agar tidak ketinggalan perkembangan tentang musik.
2. Membuat video tentang musik yang sedang hangat-hangatnya di media sosial misalnya seperti lagu baru yang *views* nya banyak atau meledak, nah disitu kita bisa ikut berpartisipasi, misalnya dengan mengcover lagu tersebut, agar menaikkan *traffic* instagram Aku Bisa Musik.

2) Kesimpulan akan Cara Konten dapat Menjangkau Follower Baru

1. Membuat konten yang singkat, padat, jelas, serta menarik artinya video yang dibuat menggunakan transisi yang sederhana, sehingga nyaman dilihat orang, akan membuat videonya lebih disukai oleh *follower* baru akan merasa tertarik untuk memfollow akun tersebut.
2. Membalas *direct message* sesegera mungkin agar tidak membuat orang menunggu terlalu lama yang pada akhirnya menghilangkan kesempatan mereka untuk bergabung di Aku Bisa Musik sebagai *follower* yang baru. Oleh sebab itu, ketika ada *Direct Message* pada instagram masuk, harus cepat, tanggap, dan informatif dalam arti harus jelas membalas sesuai apa yang ditanyakan oleh *follower* baru sehingga suatu saat bisa menjadi *follower* yang *loyal* atau setia. Dengan demikian, mereka merasa yakin untuk bergabung di Aku Bisa Musik.

3) *Kesimpulan akan Cara Konten bisa Mempertahankan Follower Lama*

1. Memposting video pada waktu yang tepat, artinya kita tahu kapan pengguna instagram sedang aktif-aktifnya baik itu *follower* lama anggaplah semua itu pengguna yang bekerja dan juga sekolah, sebenarnya kalau dalam logika, akhir pekan yang banyak dilihat atau pengguna aktif dalam media sosial atau menggunakan instagram, padahal kenyataannya hari-hari terberat yang banyak orang aktif di media sosial seperti hari senin sampai jumat, terbukti bahwa jangkauan akun terbanyak seperti *views*, *like*, dan *comment* terbanyak bukanlah hari sabtu atau minggu tetapi malah hari senin hingga jumat.
2. Melibatkan *follower* lama dalam konten yang dibuat, sehingga membuat *follower* lama merasa diterima dan merasa bahwa dirinya menjadi bagian dari Aku Bisa Musik, lalu kita bisa mengontak *follower* lama untuk menanyakan apakah ada kritik atau saran baik itu tentang pelayanan, materi yang diberikan, maupun hal lainnya yang berhubungan dengan Aku Bisa Musik, dan pastinya *follower* lama tersebut menjadi *follower* yang setia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Institut Aku Bisa Musik karena telah diberik kesempatan untuk mengabdikan pada institut Aku Bisa Musik untuk memenuhi persyaratan akademik. Berharap Aku Bisa Musik kedepannya dapat lebih maju, tumbuh, serta berkembang untuk menghasilkan generasi-generasi muda yang memiliki talenta serta minat pada bidang musik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] BPMN Indonesia, "Macam dan Tipe Task dalam Notasi BPMN," *BPMN Indonesia*, 2020. <https://bpnm.id/notasi-bpmn/2020/05/16/macam-dan-tipe-task-dalam-notasi-bpmn/> (accessed Dec. 07, 2022).
- [2] komunikasipraktis, "Pengertian Konten dan Jenis-Jenisnya," *kommunikasipraktis*, 2019. <https://www.kommunikasipraktis.com/2019/05/pengertian-konten-dan-jenis-jenisnya.html> (accessed Oct. 26, 2021).
- [3] Y. Swan, "INTERNET MARKETING Konten: Pengertian, Jenis, dan 4 Strategi Konten Marketing," *tedas.id*, 2020. <https://tedas.id/bisnis/internet-marketing/konten/> (accessed Oct. 22, 2021).
- [4] Admin_Dotnext, "Manfaat Konten Marketing," *dotnextdigital*, 2020. <https://dotnextdigital.com/manfaat-konten-marketing/> (accessed Oct. 25, 2021).
- [5] M. Adieb, "Ikuti 6 Cara Ini agar Dapat Membuat Konten yang Berkualitas," *glints*, 2021. <https://glints.com/id/lowongan/cara-membuat-konten-berkualitas/#.YX6ZXmBBy00> (accessed Oct. 27, 2021).
- [6] F. Ferdinand, "Apa itu Digital Marketing dan Kegunaannya untuk Bisnis Anda?," *merchant.id*, 2021. <https://merchant.id/productivity/apa-itu-digital-marketing-2/> (accessed Oct. 20, 2021).
- [7] Septiano93, "Apa Itu Digital Marketing? Pengertian dan Konsep Dasarnya," *Red Tree Asia*, 2017. <http://redtreeasia.com/info/apa-itu-digital-marketing-pengertian-dan-konsep-dasarnya/> (accessed Oct. 31, 2021).
- [8] PT Sasana Solusi Digital, "Apa yang Dimaksud dengan Digital Marketing," *sasanadigital*, 2018. <https://sasanadigital.com/apa-yang-dimaksud-dengan-digital-marketing/#>.
- [9] Justaris.com, "Pengertian Digital Marketing Menurut Para Ahli, Strategi, dan Perkembangannya di Indonesia," *justaris.Com*, 2019. <https://www.justaris.com/pengertian-digital-marketing-menurut-para-ahli-strategi-dan-perkembangannya-di-indonesia/> (accessed Oct. 01, 2021).
- [10] Admin, "Pengertian Instagram, Fitur, Tujuan dan Manfaat Instagram," *lambeturah.id*, 2022. <https://lambeturah.id/pengertian-instagram/> (accessed Sep. 25, 2022).
- [11] H. Yudiono, "5 Jenis Blog yang Sebaiknya Anda Ketahui," *Blogodolar*, 2014. <https://www.blogodolar.com/5-jenis-blog-yang-sebaiknya-anda-ketahui/>.
- [12] Muhammad Robith Adani, "Ketahui Lebih dalam Mengenai Blog Beserta Fungsi, Jenis, dan Contohnya," *sekawanmedia*, 2021. <https://www.sekawanmedia.co.id/pengertian-blog/> (accessed Oct. 17, 2021).
- [13] I. Indra, "6+ Alasan Mengapa Blog Penting Untuk Bisnis," *niagahoster*, 2019. <https://www.niagahoster.co.id/blog/manfaat-blog-untuk-bisnis/> (accessed Oct. 17, 2021).
- [14] Ib. Academy, "Yuk Ketahui Apa itu Facebook Creator," *ibigacademy*, 2019. <https://www.ibigacademy.com/yuk-ketahui-apa-itu-facebook-creator/> (accessed Sep. 26, 2022).
- [15] Algonz D.B. Raharja, "6 Fitur dan Manfaat Creator Studio di Facebook untuk Social Media Management," *ekrut*, 2022. <https://www.ekrut.com/media/creator-studio> (accessed Sep. 26, 2022).
- [16] S. N. Wahyuni and D. Damayanti, "Digital Branding Menggunakan Instagram Follower," *INFOS J. - Inf. Syst. J.*, vol. 1, no. 4, pp. 31–35, 2019, [Online]. Available: <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/INFOSJournal/article/view/2372>.
- [17] R. Karelina and S. Nurfebriani, "Pengaruh Motif Terhadap Kepuasan Followers Akun Instagram @ Smbtelkom," *J. Komun. Dan Kaji. Media*, vol. 4, no. 2, pp. 131–141, 2020.
- [18] N. Anisah, M. Sartika, and H. Kurniawan, "Pergunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa," *J. Peurawi Media Kaji. Komun. Islam*, vol. 4, no. 2, p. 94, 2021, doi: 10.22373/jp.v4i2.11080.