

## Proses Kegiatan Digital Marketing Communication Dalam Membuat Konten Wisata & Otomotif di VF Digital Indonesia

Siti Choeriyah Tauhid

Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Cirebon, Jl. Fatahiah, Watubelah, Kecamatan  
Sumber, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat 45611

Corresponding author's email: [sitichoeriyah09@gmail.com](mailto:sitichoeriyah09@gmail.com)

Submitted: 10 Februari 2021 | Accepted: 20 Maret 2021 | Published: 13 April 2021

P-ISSN 2686-0376 | E-ISSN 2714-6626 |

Website: <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/SWA/index>

---

### Abstract

Field Work Practice (PKL) is an alternative in implementing the national curriculum as a course that aims to produce graduates who are professional in their fields. With the development of technology and science, we are required to compete in the world of work by improving the quality of human resources who have good quality knowledge, good personality components and skills that can be used in the life of society and the state in the field of work they do. Therefore, human resources are currently an obligation for managers of both public and private organizations both leaders and members of the organization are required to know how humans as sources of power or energy have the ability to be used in building organizations and students have the opportunity to develop ways of thinking, provide useful ideas and can increase their knowledge. Digital marketing is an effort to promote a brand or brand and market it using digital media, such as the internet. Currently, digital marketing is very popular used by most marketers around the world. This is the impact of the increasing world of the internet and technology that makes the internet a very prospective market.

**Keywords:** *Digital Marketing Communication, Digital Tourism, Automotive content, Tourism Content.*

### Abstrak

Praktik Kerja Lapangan (PKL) merupakan sebuah alternatif dalam menerapkan kurikulum nasional sebagai mata kuliah yang bertujuan untuk menghasilkan lulusan yang profesional dalam bidangnya. Dengan berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan kita dituntut untuk bersaing dalam dunia kerja dengan cara meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang memiliki kualitas ilmu pengetahuan yang baik, komponen kepribadian baik serta keterampilan yang dapat digunakan dalam kehidupan bermasyarakat dan negara dalam bidang pekerjaan yang digelutinya. Oleh karena itu sumber daya manusia saat ini merupakan kewajiban bagi pengelola organisasi baik publik maupun privat. Baik pimpinan maupun anggota organisasi dituntut untuk mengetahui bagaimana manusia sebagai sumber yang mempunyai daya atau energi mempunyai kemampuan untuk dipergunakan dalam membangun organisasi. Serta mahasiswa berkesempatan untuk

mengembangkan cara berpikir, memberikan ide-ide yang berguna dan dapat menambah pengetahuannya. Digital marketing merupakan suatu usaha dalam mempromosikan sebuah merek atau brand serta memasarkannya dengan menggunakan media digital, seperti internet. Saat ini digital marketing sangat populer digunakan oleh hampir sebagian besar marketers di seluruh dunia. Hal ini merupakan dampak dari meningkatnya dunia internet dan teknologi sehingga membuat internet menjadi market yang sangat prospektif.

*Kata Kunci: Marketing komunikasi digital, pariwisata digital, Otomotif, konten pariwisata.*

## **A. Pendahuluan**

Praktik Kerja Lapangan (PKL) merupakan sebuah alternatif dalam menerapkan kurikulum nasional sebagai mata kuliah yang bertujuan untuk menghasilkan lulusan yang profesional dalam bidangnya. Dengan berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan kita dituntut untuk bersaing dalam dunia kerja dengan cara meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang memiliki kualitas ilmu pengetahuan yang baik, komponen kepribadian baik serta keterampilan yang dapat digunakan dalam kehidupan bermasyarakat dan negara dalam bidang pekerjaan yang digelutinya. Seperti halnya penulis yang melaksanakan program praktik kerja lapangan pada salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa digital, dimana penulis berkesempatan untuk menjalankan proses kegiatan sebagai Digital Marketing yang mengelola bagian pemasaran dan membuat strategi dalam mempromosikan jasa yang tersedia oleh perusahaan. Adapun dalam mempromosikan jasa perusahaan, penulis mengunggah konten yang menarik ke social media yang dimiliki oleh perusahaan serta membuat penawaran yang menarik agar mendapatkan konsumen yang maksimal. Seperti diketahui bersama bahwa perkembangan teknologi berkembang sangat pesat, hal ini menarik minat saya untuk mendalami proses kegiatan sebagai Digital Marketing.

## **B. Tinjauan Pustaka**

### **a. Digital Marketing**

Menurut (Meyliana, 2011) dalam jurnalnya yang berjudul “Analisa Strategi E-marketing dan Implementasinya pada Rental Company” mengatakan e-marketing merupakan bagian dari e-commerce yang merupakan sistem perdagangan melalui internet, dimana internet akan terus memberikan sifat yang up to date, maka perusahaan dapat memberikan layanan informasi produk yang ditawarkan secara jelas dan mudah. Hal ini akan memberikan dampak yang baik untuk kemajuan perusahaan jika sistem ini bisa dijalankan dengan baik.

### **b. Jenis-jenis Digital Marketing**

#### **1. Push digital marketing**

Jenis digital marketing yang satu ini mengacu pada berbagai upaya mempromosikan produk atau jasa tanpa persetujuan awal dari calon konsumen. Beberapa strategi marketing yang masuk dalam kategori ini adalah pembuatan blog, website, beriklan di berbagai website,

pengiriman email promosi ke email konsumen dan juga pengiriman SMS berisi promosi produk ke nomor ponsel orang-orang.

## 2. Pull digital marketing

Tidak seperti jenis push digital marketing dimana calon konsumen berada pada sisi pasif atau hanya sebagai penerima, jenis pull digital marketing mengacu pada keaktifan calon konsumen dalam mencari informasi mengenai produk atau jasa yang mereka butuhkan para konsumen mencari informasi ini melalui website atau blog yang menyediakan informasi yang mereka cari. Aktivitas SEO atau Search Engine Optimization yang bertujuan untuk memaksimalkan penggunaan mesin pencari merupakan hal yang erat kaitannya dengan jenis marketing yang satu ini.

SEO memungkinkan website atau blog dari sebuah produk berada pada halaman pertama hasil pencarian mesin pencari, yang akan memperbesar kemungkinan untuk dikunjungi. Dengan menggunakan teknik SEO, para marketer akan bisa menjawab kebutuhan para konsumen dalam mencari apa yang mereka butuhkan di internet, dan secara tidak langsung menyukseskan strategi pull digital marketing.

## c. Strategi Digital Marketing

### 1. Content marketing

Konten marketing sekarang ini menjadi fokus utama oleh banyak merek mengingat peran penting dan cara kerjanya dalam sosial media, multimedia, search dan mobile. Banyak perusahaan yang masih belum memahami pentingnya trend dan bagaimana konten marketing melandasi hampir seluruh digital marketing. Konten merupakan dasar dari semua digital marketing dan sangat penting untuk menciptakan brand awareness serta merambah keramaian.

### 2. Mobile marketing

Terus meningkatnya para pengguna ponsel pintar dan juga tablet, menjadikan pesan pemasaran serta konten untuk platform mobile menjadi sebuah keharusan. Dari perangkat kecil tersebut banyak konsumen yang membaca konten, menerima email bahkan membeli produk. Oleh sebab itu, perusahaan dituntut untuk segera mendesain ulang website dan blog agar responsif dengan perangkat bergerak.

### 3. Integrated digital marketing

Media sosial dan konten memiliki peranan penting pada hasil pencarian. Google telah menciptakan Google+ dengan berbagai alasan termasuk salah satunya adalah untuk menangkap sinyal sosial. Untuk itu pastikan bahwa setiap pendekatan yang dilakukan

memberikan kemungkinan untuk mengikat mereka semua secara bersamaan demi mencapai suatu efektivitas yang maksimum.

#### 4. Continuous marketing

Seorang marketing harus menyadari bahwa strategi marketing yang kuat sedang marak dan disebut dengan *continuous marketing*. Namun, hal ini bukan berarti Anda tidak boleh melakukan pemasaran produk atau promosi secara offline. Kenyataannya adalah segala sesuatu yang ditemukan secara online melalui media sosial, twitter stream serta penelusuran melalui Google membutuhkan aktivitas SEO yang konstan, publishing, penciptaan konten dan marketing.

#### 5. Personalized marketing

Pendekatan marketing yang biasa terjadi di media tradisional dan televisi menjadi kurang efektif karena adanya kejenuhan media. Kita bisa melihat bagaimana adanya personalized marketing di situs e-commerce, email dan website yang menyesuaikan dengan iklan dan user interface demi kepentingan konsumen yang relevan. Ketika mengunjungi bisnis online sekali dan kemudian berkunjung lagi, website akan tahu siapa Anda. Email yang datang berikutnya juga telah dipersonalisasi dengan produk yang telah Anda kunjungi ketika berbelanja online. Web akan menangkap kebiasaan Anda seperti membaca data, menyajikan informasi yang relevan dan menerapkan intelegensi. Trend yang satu ini didorong oleh teknologi dengan menggunakan “big data” sehingga dapat meningkatkan efektivitas marketing.

#### 6. Visual marketing

Pertama kali kita melihat lanskap visual marketing adalah beberapa tahun yang lalu ketika YouTube hadir. Sejak saat itulah visual marketing terus bermunculan seperti Instagram, Pinteres dan juga Slideshare. Dalam waktu 6 bulan terakhir ini, visual marketing sudah berada ditingkat yang baru. Anda harus bisa memanfaatkan trend marketing ini sebagai salah satu cara untuk meningkatkan keterlibatan secara online.

### d. Metode Digital Marketing

#### 1. Search Engine Optimization (SEO)

Sebuah proses untuk mengoptimasi website Anda ke ‘ranking’ yang lebih tinggi di search engine result pages, hal ini dapat meningkatkan jumlah traffic yang akan diterima website anda.

#### 2. Content Marketing

Membuat dan mempromosikan aset konten dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran terhadap brand Anda, penumbuhan traffic, lead generation, atau pelanggan.

#### 3. Inbound Marketing

Inbound marketing mengarah pada pendekatan ‘full-funnel’ untuk menarik, menukar, menutup, dan menyenangkan customer menggunakan konten online.

#### 4. Sosial Media Marketing

Praktik dari mempromosikan brand dan konten Anda di channel sosial media adalah untuk meningkatkan kesadaran brand, menambah traffic, dan menghasilkan leads untuk bisnis anda.

#### 5. Pay-Per-Click (PPC)

Salah satu metode untuk menaikkan traffic ke website Anda adalah dengan membayar penerbit setiap kali iklan yang Anda klik.PPC yang paling umum digunakan adalah Google AdWords.

#### 6. Affiliate Marketing

Sebuah tipe iklan performance-based dimana Anda menerima komisi setelah mempromosikan produk orang lain di website Anda.

#### 7. Native Advertising

Native advertising mengacu pada iklan yang umumnya ‘content-led’ dan memiliki fitur yang berdampingan, konten tak berbayar. Postingan yang disponsori BuzzFeed adalah contoh yang baik, tapi banyak orang yang mempertimbangkan bahwa iklan sosial media menjadi periklanan ‘asli’ seperti iklan di facebook dan iklan di instagram.

#### 8. Marketing Automation

Marketing automation mengacu pada software yang telah ada dengan tujuan agar aksi marketing menjadi otomatis. Banyak departemen marketing harus membuat beberapa task otomatis seperti email, media sosial, dan aksi-aksi website lain.

#### 9. Email Marketing

Perusahaan menggunakan email marketing sebagai jalan untuk berkomunikasi dengan audiens mereka. Email banyak digunakan untuk mempromosikan konten, diskon dan event, sama seperti untuk mengarahkan seseorang langsung ke website.Anda dapat menggunakan MailTarget sebagai penyedia layanan email marketing automation berbasis cloud computing

#### 10. Online PR

Online PR adalah praktek dari mengamankan cakupan online yang dihasilkan melalui publikasi digital, blogs, dan website content-based yang lain. Lebih seperti tradisional PR, tetapi pada ranah online.

### **C. Metode Penelitian**

Metode penyusunan laporan ini menggunakan teknik observasi dan wawancara terhadap pihak-pihak yang memiliki kompetensi berkaitan dengan program Digital Marketing.

### **D. Hasil dan Pembahasan**

Secara umum di VF Digital Indonesia penulis melakukan beberapa kegiatan seperti pertama kali penulis diminta untuk melakukan penawaran melalui social media lalu melakukan followup dengan calon client. Jika calon client setuju, penulis melakukan pertemuan dengan calon client dan melakukan negosiasi sampai deal.

Selain itu, penulis juga mencari konsep atau tema untuk artikel harian. Setelah itu penulis membuat naskah artikel dengan tema yang berbeda setiap harinya. Selain membuat naskah artikel, penulis juga membuat desain pamflet menggunakan Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator. Setelah semuanya siap, penulis mengunggah naskah artikel dan desain pamflet ke website menggunakan teknik Search Engine Optimiatiion (SEO).

Penulis juga mempelajari Microblog. Mengelola social media perusahaan seperti Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, dan Website. Meningkatkan like di akun Facebook perusahaan. Meningkatkan subscribe di YouTube. Membuat konten video untuk diunggah ke YouTube dan TikTok sebagai media promosi. Shooting sebagai media promosi mengenai dunia travelling. Dan evaluasi serta diskusi rutin setiap hari sabtu.

### **E. Kesimpulan**

Digital marketing merupakan suatu bentuk usaha mempromosikan dan memasarkan sebuah merek atau brand dengan menggunakan media digital, seperti internet. Digital marketing kini merupakan strategi yang sangat populer dan digunakan oleh hampir sebagian besar marketers di seluruh dunia. Hal ini merupakan dampak dari meningkatnya dunia internet dan teknologi sehingga membuat internet menjadi market yang sangay prospektif. Tujuan digital marketing adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Adapun jobdesk yang harus penulis kerjakan yaitu melakukan penawaran melalui media social, melakukan negosiasi dengan calon client, membuat naskah artikel, membuat pamflet, mempelajari microblog, mengunggah artikel ke website dengan menggunakan teknik Search Engine Optimization, mengelola social media, membuat konten video yang menarik sebagai media promosi dan selalu update tentang segala hal yang sedang viral di media. Seorang Digital Marketing tidak hanya harus jago dalam mencari konsumen saja, tetapi seorang Digital

Marketing juga harus menguasai banyak hal lainnya, seperti mampu mendesain, mampu menggunakan kamera, mengedit video, mampu copywriting, dan lain-lainnya.

### **Daftar Pustaka**

<https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>

<https://www.dosenpendidikan.co.id/digital-marketing-adalah/>