

PRODUKSI DAN PUBLIKASI KONTEN DIGITAL MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA PEMASARAN BRAND VISION+ TV

Dita Kurnia Rahayu Syaputri
Teknologi Rekayasa Multimedia
Telkom University
Bandung, Indonesia
ditakurniars@student.telkomuniversity.
ac.id

Ady Purna Kurniawan, S.T., M.T.
Teknologi Rekayasa Multimedia
Telkom University
Bandung, Indonesia
adypurnakurniawan@telkomuniversity.
ac.id

Desy Puspa Rahayu, S.Pd., M.T.
Teknologi Rekayasa Multimedia
Telkom University
Bandung, Indonesia
dspusparahayu@telkomuniversity.ac.id

PT. MNC OTT Network memerlukan konten media sosial yang efektif untuk brand Vision+ TV sebagai strategi pemasaran digital. Platform Instagram dipilih sebagai media utama karena fiturnya yang beragam, seperti reels video, single feeds image, carousel feeds image, dan instastory yang dapat mendukung promosi visual dan interaktif. Metode yang digunakan adalah metode design thinking dengan pekerjaan yang berulang dan tidak harus dilakukan secara berurutan. Instagram menjadi alat penting untuk meningkatkan pengenalan brand dan penjualan Vision+ TV. Konten yang diproduksi harus berdasarkan data perusahaan dan mengikuti trend media sosial agar relevan dan menarik bagi pengikut. Pengerjaan ini bertujuan untuk mengembangkan strategi konten yang menarik, meningkatkan kreativitas dalam produksi konten, dan mengevaluasi efektivitas konten yang dihasilkan. Konten yang dipublikasikan telah mencapai +309% akun yang dijangkau terhitung dari tanggal 01 Januari – 30 Maret 2024. Dengan jumlah konten sebanyak 160 konten yang terbagi dari 34 konten video reels dan 126 konten feeds images.

Kata Kunci : Konten, pemasaran *digital*, *brand awareness*

I. PENDAHULUAN

Perusahaan PT. MNC OTT Network membutuhkan konten media sosial untuk brand Vision+ TV sebagai media pemasaran pada *platform digital*. Media sosial yang digunakan adalah Instagram, dengan nama pengguna @visionplustvid. Alasan Vision+ TV menjadikan Instagram sebagai media pemasaran karena memiliki fitur konten yang lengkap sehingga dalam mempromosikan *brand* dalam bentuk *reels video*, *single feeds image*, *carousel feeds image*, ataupun *instastory*.

Metode yang digunakan adalah *desain thinking* yang dapat dilakukan secara berulang-ulang dan linier, yang dimana tahapan ini tidak harus dilakukan secara berurutan dan dapat kembali ke tahap sebelumnya.

Konten *digital* diproduksi berdasarkan data pada perusahaan yang divisualisasi menjadi gambar atau video dengan mengikuti *trend* Instagram untuk menghasilkan konten yang relevan dan diterima oleh para pengikut untuk meningkatkan pengenalan *brand* dan penjualan.

A. Rumusan Masalah

Yang menjadi sub bab terkait dari produksi dan publikasi konten media sosial Vision+ TV adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana konten yang diproduksi dapat menarik minat konsumen untuk membeli dan berlangganan.

2. Mengembangkan konten yang relevan dengan *trend* dan kebutuhan konsumen saat ini.

3. Sejauh mana kesadaran brand dapat diukur dan dievaluasi.

B. Tujuan

Tujuan dari produksi dan publikasi konten untuk brand Vision+ TV adalah :

1. Membuat konten menarik untuk menghasilkan daya tarik konsumen.
2. Memaksimalkan kreatifitas dalam menyampaikan pesan secara efektif.
3. Mengetahui keefektifan konten media sosial yang telah dibuat dalam bentuk video reels ataupun feeds images.

C. Batasan masalah

Batasan masalah pada publikasi dan produksi konten adalah sebagai berikut :

1. Pengembangan video reels dengan kreatifitas yang dapat diterima oleh para konsumen.
2. Pengembangan desain grafis yang menarik dan informatif sehingga pesan dapat tersalurkan.

D. Definisi Operasional

Berikut adalah penjelasan kata kunci yang dicantumkan di bagian abstrak :

1. Konten
Dibuat dan dibagikan di platform media sosial untuk tujuan komunikasi dan promosi.
2. Pemasaran Digital
Memanfaatkan media digital dan internet untuk mencapai tujuan pemasaran.
3. Brand Awareness
Tingkat kesadaran dan pengenalan konsumen terhadap suatu brand melalui konten yang dipublikasikan.

II. KAJIAN TEORI

Melakukan evaluasi keterlibatan pengguna pada konten yang diunggah melalui fitur *story*, *feeds*, dan *reels* di Instagram. Dapat dilakukan dengan menganalisis jumlah *likes*, *comments*, dan *shares* menggunakan metode pengukuran yang relevan untuk mengevaluasi kesadaran *brand* dengan memonitor pertumbuhan jumlah pengikut pada akun Instagram.

Menyusun *staretegi* konten yang kreatif untuk meningkatkan interaksi penggunaan seperti konten visual yang menarik, penggunaan *hashtag* yang relevan, dan kolaborasi dengan *influencer/artis* yang bersangkutan.

Melakukan analisis kompetitor untuk memahami trend dan strategi yang efektif dalam industri pemasaran digital, serta melakukan penyesuaian strategi branding Vision+ TV berdasarkan temuan-temuan tersebut.

A. Notion

Digunakan sebagai alat produktivitas all-in-one untuk membuat catatan, mengelola tugas, membuat basis data, dan lainnya dalam satu lingkungan^[1].

B. Capcut

Aplikasi yang berfokus untuk mengedit video pendek yang akan dipublikasikan di media sosial dengan salah satu keunggulan edit video berbasis *template* siap pakai dan bisa dikustomisasi sendiri oleh pengguna^[2].

C. Canva

Website dan aplikasi dalam bidang desain grafis untuk keperluan media sosial, *branding*, *printing*, dan *personal use*. Fitur utama Canva untuk membuat desain yang menarik dan *eye catching* secara gratis dengan bermodalkan koneksi Internet^[3].

D. Adobe Photoshop

Software editing yang dapat menuangkan ide kreatif dalam wujud visual berupa *desain grafis*, *desain web*, dan *fotografi*^[4].

E. Facebook Business Manager

Digunakan untuk membuat Instagram Ads dengan akun Facebook, karena *platform* iklan Instagram dan Facebook disatukan di bawah Facebook *Ads Manager*. *Platform* yang paling efektif dan sederhana untuk membuat iklan dalam jumlah banyak dalam satu waktu^[5].

III. METODE

Content creator adalah pekerjaan yang cukup populer dalam beberapa tahun terakhir ini, seseorang yang membuat konten hiburan, edukasi, dan informasi untuk diekspresikan melalui media digital^[6].

Pekerjaan sebagai produksi dan publikasi konten media sosial Instagram Vision+ TV dengan menggunakan metode *design thinking*. Berperan langsung pada pekerjaan ini dengan menggunakan konsep *design thinking* untuk memproduksi konten *feeds images* dan *video reels* Instagram yang menarik sehingga dapat menarik *audience* dan konsumen.

A. Pengumpulan Data

Data untuk produksi konten media sosial Vision+ TV merupakan data yang paten pada perusahaan dan di olah

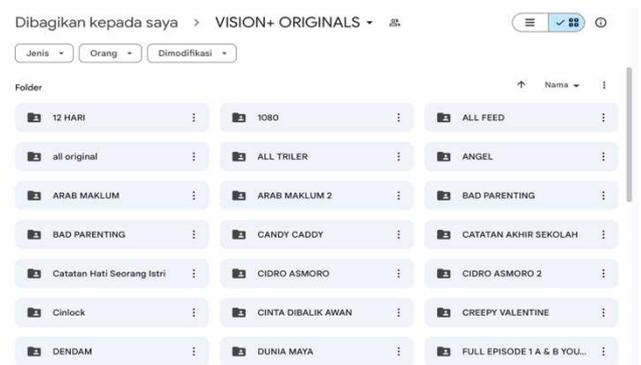
menjadi visual yang menarik. Mencari tahu berita terbaru yang berkaitan dengan Vision+ TV.

AI	CHANNEL	A	B	C	D	E	F
989	SPORTS	14-Mar-24	21:45	00:00	Russia Saudi League 23/24 - Al Nassr vs Al Ittihad		AD INLINE SCHEDULE
990	SOCCER	1-Mar-24	00:00	00:00	Copa Del Rey 2024 - Athletic Club vs Atletico Madrid - Semifinal (L2) 2		
991	SOCCER	1-Mar-24	10:30	12:30	Copa Del Rey 2024 - Athletic Club vs Atletico Madrid - Semifinal (RERUN)		
992	SOCCER	1-Mar-24	12:25	14:30	A-League Women 23/24 - Western United FC vs Canberra United		ASSET DMIAS
993	SPOTV 2	1-Mar-24	23:45	00:00	Russia Saudi League 23/24 - Al Hilal vs Al Ittihad		AD INLINE SCHEDULE
994	SOCCER	2-Mar-24	17:30	20:00	Russia Saudi League - Al Nassr vs Al Ittihad		
995	SPORTSTARS	2-Mar-24	14:00	16:00	BWF German Open 2024 - Semifinal		
996	SPORTSTARS	2-Mar-24	22:00	22:30	Formula E - Fioravanti Ep.2		
997	SPORTSTARS 2	2-Mar-24	14:00	16:00	BWF German Open 2024 - Semifinal		
998	SPOTV	2-Mar-24	13:57	16:00	KOVO vs League Women 23/24 - Hyundai Hwaseong vs Fied Sparta		AD INLINE SCHEDULE
999	SPOTV	2-Mar-24	18:00	00:00	BWF German Open 2024 - Semifinal		
1000	SPOTV 2	2-Mar-24	23:45	00:00	Russia Saudi League 23/24 - Al Hilal vs Al Nassr		AD INLINE SCHEDULE
1001	SOCCER	2-Mar-24	17:30	20:00	Russia Saudi League - Al Nassr vs Al Ittihad		
1002	SPORTSTARS	3-Mar-24	14:00	16:00	BWF German Open 2024 - Final		
1003	SPORTSTARS 2	3-Mar-24	14:00	16:00	BWF German Open 2024 - Final		
1004	SPORTSTARS 2	3-Mar-24	14:00	16:00	BWF German Open 2024 - Final		
1005	SPOTV	3-Mar-24	13:57	16:00	KOVO vs League Women 23/24 - BK Aho vs Phok Sparta		AD INLINE SCHEDULE
1006	SPOTV	3-Mar-24	18:00	20:00	BWF German Open 2024 - Final		
1007	SPOTV 2	3-Mar-24	11:00	14:00	A-League Women 23/24 - Newcastle Jets vs Perth Glory FC CANCEL		ASSET DMIAS

Gambar 1 Jadwal pertandingan olahraga



Gambar 2 Jadwal tayang channel



Gambar 3 Bank konten series

B. Perencanaan Konten

Perencanaan konten melibatkan proses kreatif untuk menciptakan konten yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens^[7]. Perencanaan konten dibuat dalam tenggat waktu 1 minggu dengan berkoordinasi bersama tim terkait. Perencanaan konten dilakukan berdasarkan dengan :

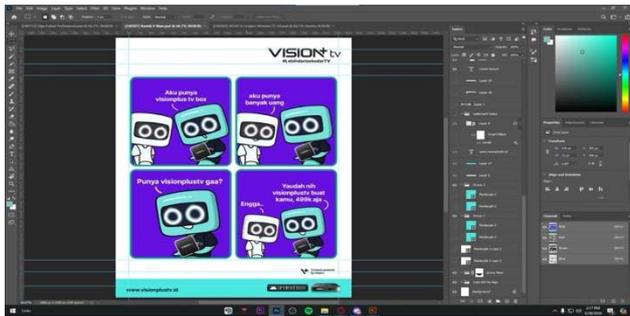
1. Target audiens
2. Konsistensi jadwal publikasi konten
3. Trending konten media sosial saat ini
4. Gaya penyampaian konten yang sesuai

January 21, 2024 3:30 PM	Feeds IG	AFC Asian Cup Qatar 2024	Cancelled	January 19, 2024 5:00 I	cheduled	Pela Asia Qatar 2024 masih be
January 20, 2024 12:30 PM	Feeds IG	film Hippocrates	Single Ins...	January 19, 2024 2:00 I	In Progress	Benjamin bericita-cita menjad
January 19, 2024 6:00 PM	Feeds	A-League Women 23/2	Single Ins...	January 18, 2024 6:00 I	Published	Sitakan kesenangan pertandingan
January 19, 2024 12:30 PM	Feeds Instagram	Liga Futsal Profesional	Single Ins...	January 18, 2024 5:00 I	Published	Jangan lewatkan pertandingan
January 19, 2024 10:00 AM	Story IG	Vietnam vs Indonesia	Single Ins...	January 18, 2024 4:00 I	Published	
January 18, 2024 6:00 PM	Feeds IG	Dubai Globe Soccer Awards 2023	Single Ins...	January 18, 2024 4:00 I	Published	Saksikan sebuah penghargaan
January 18, 2024 3:30 PM	Feeds IGT	Trailer Series The One	Book IG	January 18, 2024 3:00 I	Published	Ayo saksikan series Original Wis
January 17, 2024 6:30 PM	Feeds IG	Latin America Amateur Championship 2024	Single Ins...	January 16, 2024 6:00 I	Published	Jangan lewatkan pertandingan
January 17, 2024 9:30 AM	Feeds IG	BWF India Open 5750 2024	Cancelled	January 15, 2024 6:00 I	Published	Jadwal lengkap pertandingan b
January 16, 2024 12:30 PM	Feeds IG	BWF India Open 5750 2024	Feeds IG	January 15, 2024 4:00 I	Published	Menyaksikan kehebatan para p
January 16, 2024 10:30 AM	Feeds IG	Copa Del Rey	Cancelled	January 15, 2024 4:00 I	Published	Merasakan gebakan dan emos
January 15, 2024 2:00 PM	Story	Indonesia vs Iraq	Single Ins...	January 15, 2024 1:40 I	Published	

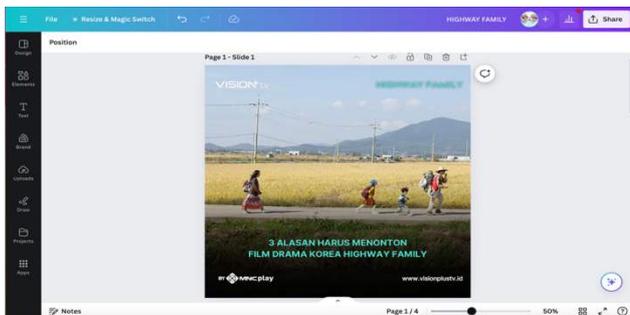
Gambar 4 Content planning

C. Produksi Konten

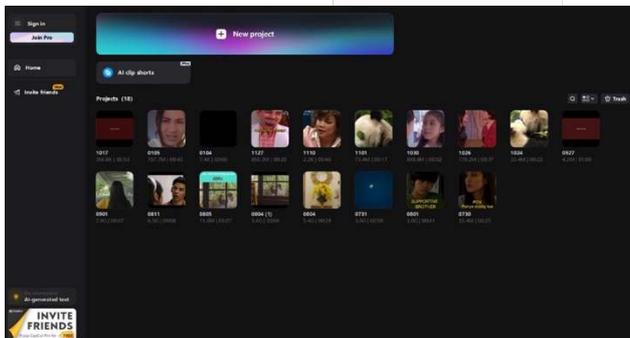
Proses produksi dalam bentuk video pendek menggunakan *smartphone* untuk proses editing menggunakan capcut. Pembuatan konten dilakukan 4 hari dengan mengaitkan sound atau gaya konten yang sedang trending. Untuk pembuatan feeds image di Instagram menggunakan Canva atau adobe photoshop dengan ilustrasi yang sesuai dengan target market Vision+ TV yang di proses 2 hari. Media sosial memiliki peran penting dalam membuat manusia dapat berinteraksi dengan manusia lainnya secara virtual^[8].



Gambar 5 Produksi konten photoshop



Gambar 6 Produksi konten canva



Gambar 7 Produksi konten capcut

D. Validasi

Setelah konten selesai di produksi, konten akan disampaikan kepada mentor untuk mem-validasi apakah konten ini lulus verifikasi perusahaan atau tidak. Standar dari isi konten ialah, konten harus berisi informasi yang tepat, tidak boleh mengandung unsur SARA, tidak mengaitkan politik yang terlalu condong dengan salah satu pihak, memberikan logo *brand* perusahaan pada setiap konten yang akan di *posting*. Jika konten masih belum disetujui karena belum memenuhi standar perusahaan atau faktor lainnya maka penulis akan melakukan revisi pada konten sesuai dengan arahan mentor.

E. Caption dan Hashtag

Pada setiap konten yang akan di *publish* berupa foto/video *reels* harus menggunakan *caption* dan *hashtag* yang relevan dengan konten. Dengan mengoptimalkan penggunaan *hashtag* yang dapat meningkatkan visibilitas dan mencapai target audiens yang lebih luas^[9]. Hal-hal yang perlu di perhatikan untuk mengoptimalkan penggunaan *hashtag* adalah :

1. Menggunakan *hashtag* yang relevan dengan tema konten yang akan di *publish*
2. Menyesuaikan *hashtag* yang sedang trending dan sering digunakan oleh target audiens
3. Membatasi jumlah *hashtag* yang digunakan dengan kualitas *hashtag* yang digunakan

F. Posting Konten

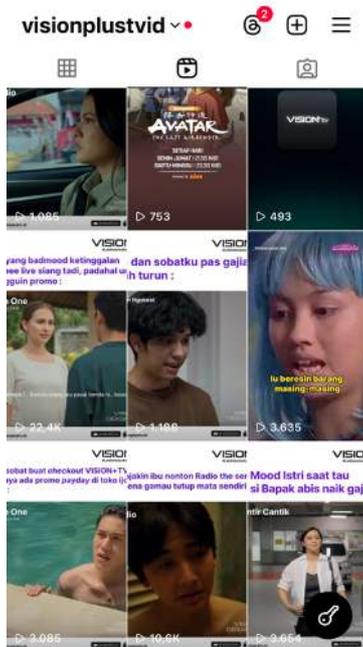
Setelah konten, *caption* dan *hashtag* sudah mendapatkan *approved* mentor untuk di *posting*, penulis akan memposting konten di Instagram Vision+ TV. Pemilihan waktu *posting* ini telah melalui riset dengan uji coba *posting* konten di jam-jam tertentu untuk mendapatkan feedback di jam unggahan tersebut^[10]. Pada jam 10.00 , 12.30 , 15.30 , dan 18.30. Sehingga waktu tersebut menjadi jadwal pasti penulis untuk memposting konten yang sesuai dengan jadwal

IV. — HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil konten yang di produksi dan dipublikasikan pada media sosial Vision+ TV berjumlah 160 konten yang terdiri dari 126 konten *feeds images* dan 34 konten *reels*. Produksi konten dibuat berdasarkan data dari Perusahaan seperti jadwal tayang, cuplikan series, dan informasi mengenai keunggulan Vision+ TV.



Gambar 8 Konten feeds images



Gambar 9 Konten reels

Akun yang menjangkau konten Vision+ TV diluar dari pengikut tetap Vision+ TV adalah 185ribu akun dari total 109ribu pengikut. Sedangkan akun pengikut yang menjangkau konten Vision+ TV adalah 4.714 akun dari total pengikut. Yang dimana dapat membuktikan produksi konten yang dilakukan oleh penulis berhasil dalam mengenalkan brand Vision+ TV lebih luas lagi.

Overview

You reached +309% more accounts compared to Jan 1 - Mar 30

Accounts reached	185K	>
	+309%	
Accounts engaged	4,714	>
	+479%	
Total followers	109K	>
	-0.2%	

Gambar 10 Insights akun Vision+ TV

V. KESIMPULAN

Produksi dan publikasi konten digital untuk media sosial pada Vision+ TV memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas dan daya tarik konten multimedia yang disajikan. Produksi konten digital yang kreatif dan inovatif dapat meningkatkan *brand awareness* dan penjualan Vision+ TV dengan cara menggabungkan elemen multimedia seperti gambar, video, suara, dan teks untuk membuat konten menjadi lebih menarik dan informatif. Produksi konten media sosial yang telah dilakukan penulis mendapatkan *insights* yang bagus karena dapat menjangkau 185ribu akun diluar dari pengikut Vision+ TV dengan jumlah pengikut 109ribu. Dari total konten yang di produksi dan di publikasikan sebanyak 160 konten *feeds images* dan *reels video* dengan masing-masing berjumlah, 126 konten *feeds images*, 34

konten *reels video*. Kreativitas dalam produksi konten digital Vision+ TV telah meningkatkan kesadaran *brand* dan penjualan pada pasar *OTT Network*.

REFERENSI

- [1]. Ghodang, Hironymus dan Ghodang, Fidela. Kepemimpinan Virtual. Bogor: Halaman Moeka Publishing. 2023
- [2]. Suryana, Dayat. CapCut: Cara Menggunakan Capcut. Bandung: Dayat Suryana. 2023
- [3]. Enterprise, Jubilee. Desain Grafis dengan Canva. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2021
- [4]. Yoga. Desain Kreatif dengan Adobe Photoshop CS. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2004
- [5]. Chandra, Fabian. Social Media Marketing, Strategi Memaksimalkan Media Sosial. Surabaya: Diva Press. 2021
- [6]. Helianthusonfri, Jefferly. Jadi Content Creator? Siapa Takut!. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2023
- [7]. Afandi, Ahmad. Digital Marketing: Strategi Unggul Di Era Digital. Medan: Umsu Press. 2024
- [8]. Wahyuti, Tri. Produksi Konten Digital. Jakarta: Proxy Media. 2023
- [9]. Ferdiansah, Rudi. Dakwah Era 4.0 Strategi Optimalisasi Instagram Menjadi Media Dakwah Yang Inovatif & Inspiratif. Cirebon: CV. Green Publisher Indonesia. 2023
- [10]. Arifin, Zainal *et al.* Bisnis Digital Marketing Saat Ini (Kemampuan Digital Marketing dengan Menguasai Digital Konten Specialist pada Masa Society 5.0). Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia. 2023