

Penerapan *Digital Marketing Multichannel* untuk Pemasaran Program Studi Sistem Informasi

<http://dx.doi.org/10.28932/jutisi.v8i1.4248>

Riwayat Artikel

Received: 8 Desember 2021 | Final Revision: 12 Maret 2022 | Accepted: 14 Maret 2022

Vania Valentina Pandora^{#1}, Yenni Merlin Djajalaksana^{✉#2}

[#]Program studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Maranatha
Jln. Prof. Drg. Surya Sumantri No. 65, Sukawarna, Bandung, Indonesia

¹vaniavalentinapandora@gmail.com

²yenni.md@it.maranatha.edu

Abstract — The digital era has driven the development of marketing efforts at light speed. Originally done by conventional marketing, nowadays similar attempts have been transformed to efforts through online marketing platforms or commonly referred to as digital marketing. An Information System Study Program at a Bandung private university attempted to increase the intensity of soft selling efforts to potential new students by creating a landing page Belajarsisfo using components related to digital marketing. Belajarsisfo is a site for sharing knowledge and tips and tricks about the world of Information Technology. Belajarsisfo used soft selling techniques that were made with the main aim of getting leads for the Information Systems Study Program. These attempts were rounded by optimizing the digital marketing efforts through multichannel digital marketing using several platforms of Social Media, Website, Blog Site, and Email. The results of this research were evaluated using Google Analytics, Instagram Insight, Facebook Insight, Facebook Pixel, and Email Campaign Report to determine future adjustments to the target customers and to produce measurable and accurate data.

Keywords— Blog; Digital Marketing; Facebook Insight; Google Analytics, Instagram Insight.

I. PENDAHULUAN

Pada era *digital* ini, perkembangan pemasaran sangatlah pesat. Teknologi *internet* merupakan salah satu faktor dari kemajuan pemasaran. Teknologi merupakan sarana atau sistem yang berfungsi untuk mempermudah kehidupan manusia. Pada saat ini, dunia sedang memasuki gelombang revolusi industri 4.0. Program Studi Sistem Informasi harus dapat terus berkembang dalam menghadapi persaingan di industri pendidikan. Revolusi industri 4.0 merupakan penerapan teknologi di dalam bidang industri yang dipengaruhi oleh internet atau biasa disebut dengan digitalisasi di bidang industri [1].

Dengan adanya perkembangan teknologi, tren pemasaran konvensional mulai beralih menjadi pemasaran *digital* atau biasa disebut dengan *digital marketing* [2]. *Digital marketing* merupakan suatu kegiatan pemasaran yang dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial untuk menjangkau masyarakat lebih luas. Tujuan dari pemasaran *digital marketing* adalah untuk meningkatkan *brand awareness*, *traffic*, data, dan *customer* agar lebih optimal.

Perkembangan teknologi *digital* ini, membuat perhatian dari masyarakat untuk semua materi informasional dan promosional dalam upaya *digital marketing* bisa sangat berlebihan, dan itu berarti bahwa organisasi perlu bersaing merebut perhatian masyarakat. Oleh karena itu, terdapat konsep yang disebut *multichannel digital marketing* yaitu menggunakan berbagai jalur *digital marketing* sebelum calon *customers* akan melakukan konversi. Penggunaan *multichannel digital marketing* perlu dilakukan karena *customers* seringkali harus mengunjungi berbagai *channel* sebelum melakukan pembelian, misalnya *display ads*, *paid search*, *referral* atau *affiliates*, dan *e-mail*, sebelum mereka mengklik dan kemudian mengunjungi situs yang bisa memungkinkan terjadinya konversi [3].

Program Studi Sistem Informasi akan meningkatkan intensitas *soft selling* dengan membuat *landing page* dan *blog* Belajarsisfo menggunakan komponen yang berkaitan dengan *digital marketing*. Belajarsisfo merupakan sebuah situs untuk saling berbagi pengetahuan serta tips dan trik seputar dunia Teknologi Informasi. Permasalahan yang akan ditangani adalah bagaimana Belajarsisfo akan dimanfaatkan untuk memecahkan masalah upaya peningkatan *engagement rate* secara langsung, dan *brand awareness* secara tidak langsung dari Program Studi Sistem Informasi dan Universitas yang menaunginya. Tujuan penelitian adalah untuk pembuatan *landing page*, *blog*, konten Instagram dan *Facebook page*. Belajarsisfo menggunakan teknik penjualan *soft selling*. Untuk memperluas cakupan penjangkauan *leads*, maka untuk mendapatkan *leads* telah

dikumpulkan untuk Program Studi Sistem Informasi, dengan tetap meraih *leads* untuk program studi yang serumpun dalam universitas yaitu Teknik Informatika, *dual degree*, dan *fast track S2*. Rencana pemasaran untuk Program Studi Sistem Informasi yaitu dengan melakukan promosi *via* media sosial dan *email campaign*. Hasil dari penelitian ini akan dievaluasi menggunakan *Google Analytics*, *Instagram Insight*, *Facebook Insight*, *Facebook Pixel*, dan *Email Campaign Report* agar dapat disesuaikan dengan target konsumen serta dapat menghasilkan data yang terukur dan akurat. Diharapkan dengan peningkatan *engagement rate*, maka akan bertambah peminat untuk memilih Program Studi Sistem Informasi. *Engagement rate* didefinisikan sebagai tingkat interaksi dengan pengikut yang dihasilkan dari konten yang dibuat oleh pengguna [4]. Rumus perhitungan dari *engagement rate* yaitu, " $likes + comments + shares + saves$ dibagi dengan $total\ followers \times 100\%$ ".

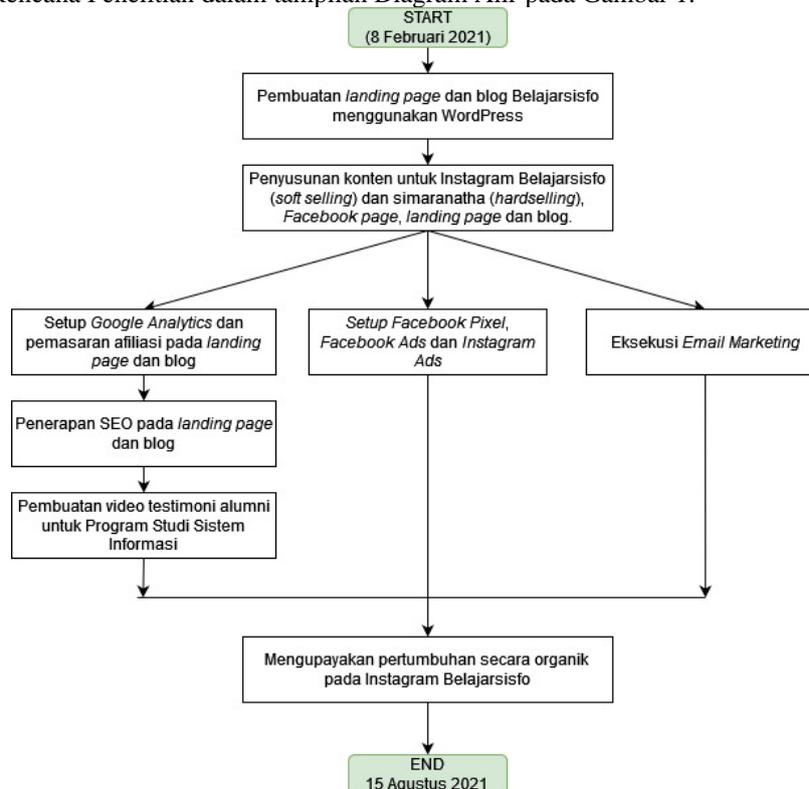
II. METODE PENELITIAN

A. Rencana

Rencana yang akan dilakukan dalam optimalisasi dan *multichannel digital marketing* yaitu:

1. Periode pelaksanaan dimulai dari tanggal 8 Februari 2021 sampai tanggal 15 Agustus 2021.
2. Membuat *landing page* dan blog Belajarsisfo menggunakan WordPress dengan tujuan utamanya untuk mendapatkan *leads* dari Program Studi Sistem Informasi, Teknik Informatika, *dual degree*, dan *fast track*.
3. Membuat konten untuk Instagram Belajarsisfo (*soft selling*) dan simaranatha (*hard selling*), *Facebook page*, *landing page* dan blog.
4. Memasang *Google Analytics* dan pemasaran afiliasi pada *landing page* dan blog.
5. Mengoptimalkan SEO pada *landing page* dan blog.
6. Memasang *Facebook Pixel*, *Facebook Ads* dan *Instagram Ads*.
7. Menggunakan *Email Marketing*.
8. Membuat video testimoni alumni untuk Program Studi Sistem Informasi.
9. Mengupayakan pertumbuhan secara organik di Instagram (pertumbuhan sendiri tanpa berbayar melalui iklan di media sosial Instagram [5])

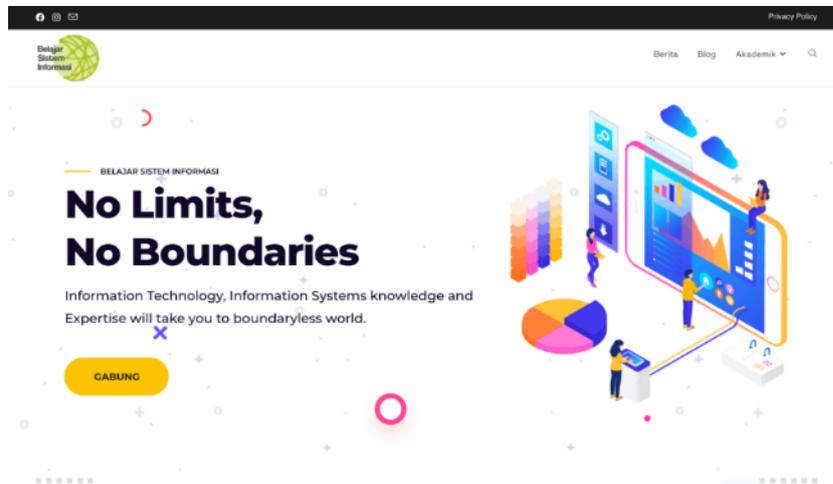
Berikut ini gambaran Rencana Penelitian dalam tampilan Diagram Alir pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

B. Tampilan Landing Page

Landing page merupakan halaman yang penting karena isi dari landing page harus mendapatkan antusiasme dari pengunjung dan mengubah pengunjung website menjadi pengunjung yang potensial [6]. Gambar 2 merupakan tampilan banner dari landing page Belajarsisfo. Pada tampilan banner ini terdapat button gabung yang akan terhubung dengan bagian form peminatan calon mahasiswa yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang Program Studi Sistem Informasi.

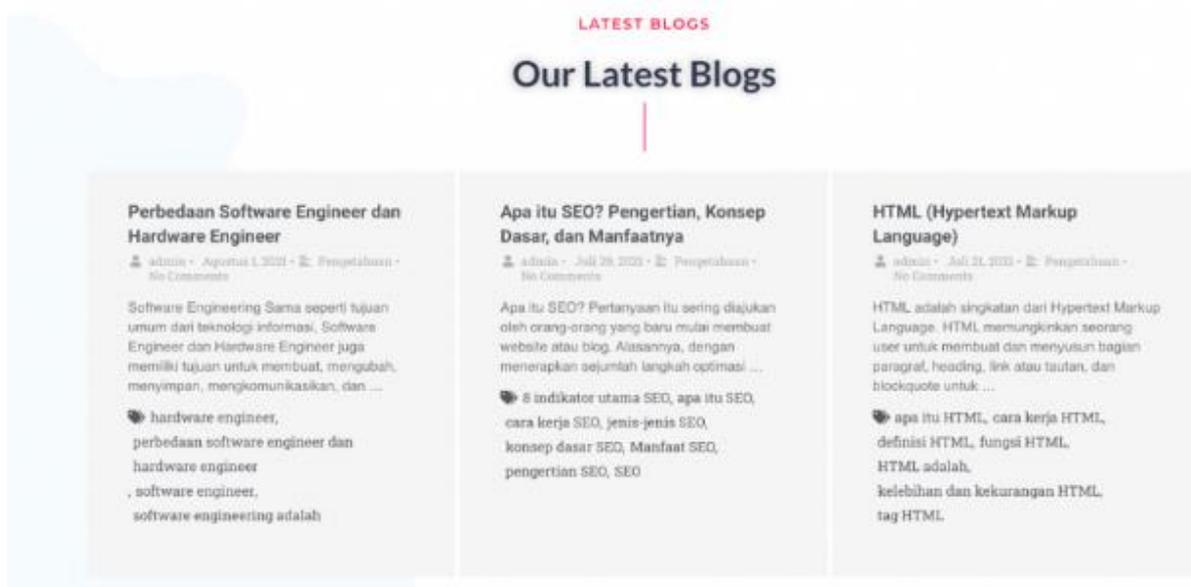


Gambar 2 Tampilan Banner

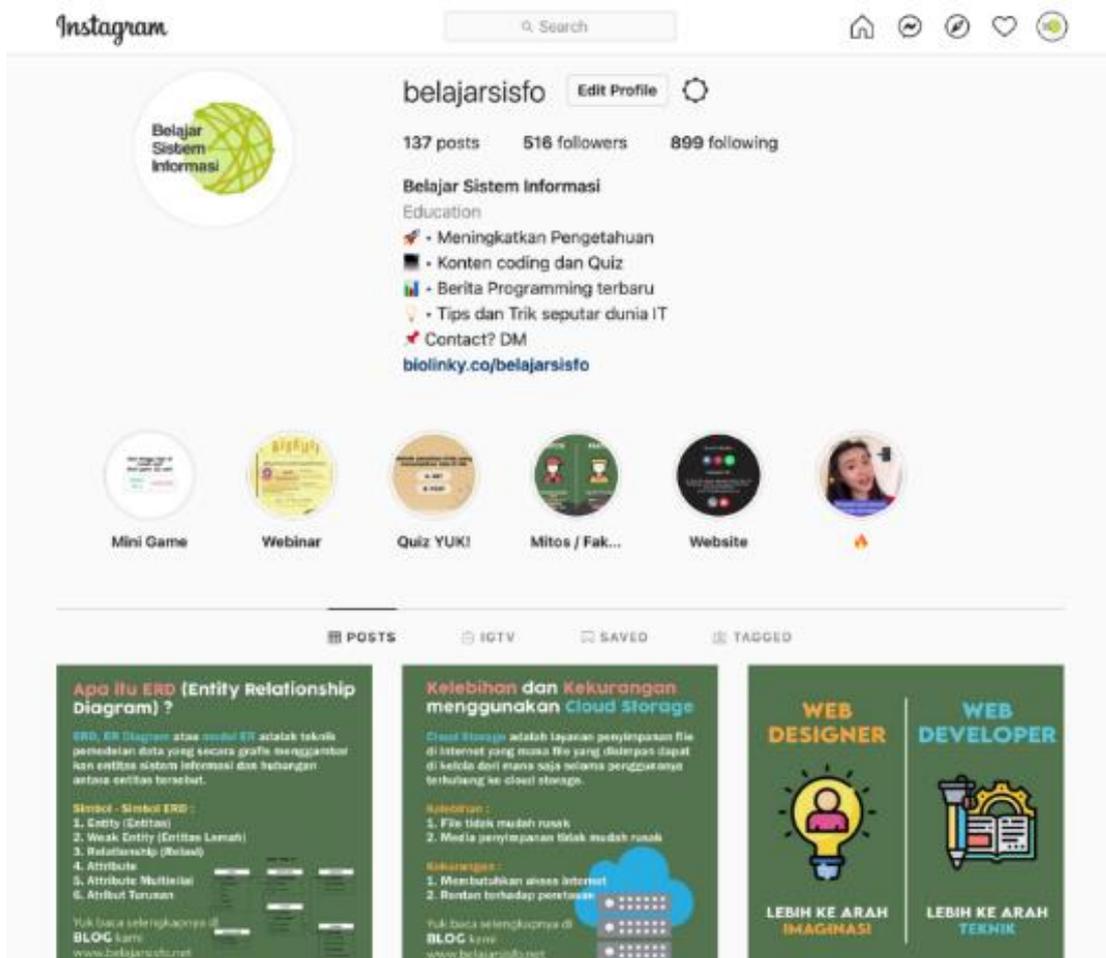
Pada Gambar 3 merupakan tampilan form peminatan calon mahasiswa. Tujuan dari form ini yaitu untuk mendapatkan data diri calon mahasiswa yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang Program Studi Sistem Informasi.

Gambar 3 Tampilan Form Peminatan Calon Mahasiswa

Blog atau disebut juga dengan weblog merupakan aplikasi web yang berisikan tulisan-tulisan pada halaman web [7]. Gambar 4 merupakan tampilan blog. Blog yang berada pada landing page Belajarsisfo berisikan artikel yang menjelaskan tentang pengetahuan, tips dan trik seputar dunia Teknologi Informasi.



Gambar 4 Tampilan Blog



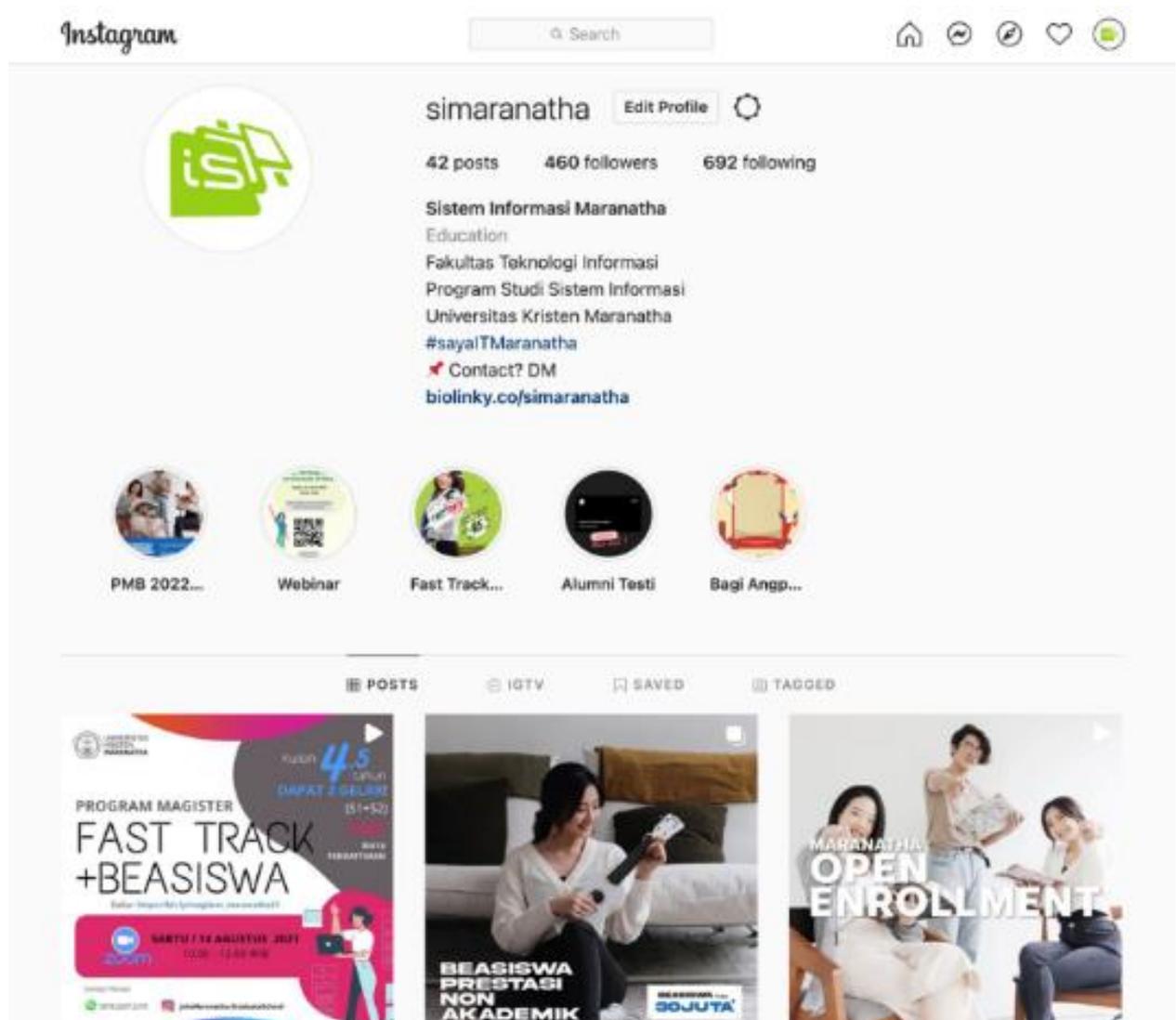
Gambar 5 Tampilan Akun Instagram Belajarsisfo

C. Tampilan Media Sosial

Social media marketing merupakan salah satu bentuk pemasaran yang menggunakan media sosial untuk membantu pemasaran suatu jasa, produk, dan *brand* dengan memanfaatkan partisipasi dari kalangan masyarakat. Tujuan utama dari *social media marketing* adalah menciptakan konten yang bervariasi sehingga membuat pembaca menjadi tertarik untuk berbagi dengan jaringan media sosial lainnya [8]. *Social media engagement* merupakan salah satu cara untuk membangun hubungan dengan *audiences* agar mendapatkan kepercayaan terhadap suatu *brand* [9]. Saat ini, media sosial yang banyak digunakan adalah Instagram dan Facebook. Kedua aplikasi tersebut banyak digunakan karena gratis dan mudah digunakan oleh semua kalangan [10].

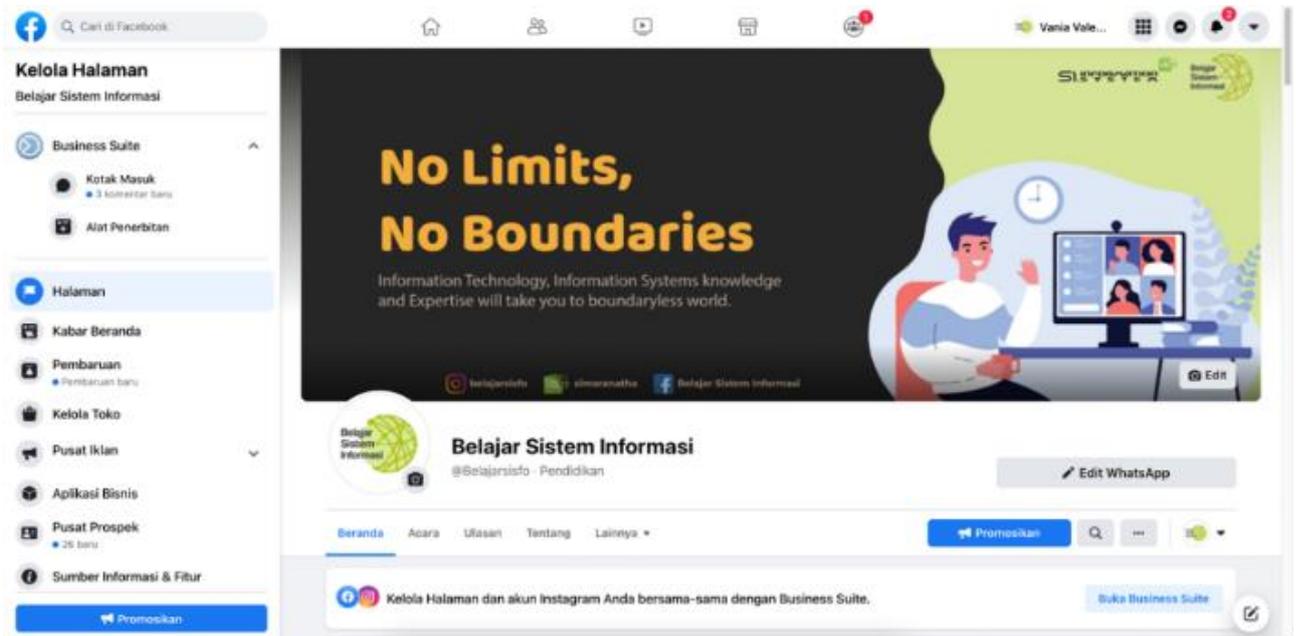
1) *Instagram Belajarsisfo* : Instagram merupakan media sosial yang sedang populer bagi kalangan milenial. Instagram banyak digunakan untuk mengunggah foto dan video, tetapi banyak juga orang yang menggunakan Instagram sebagai media promosi dan penjualan produk [11]. Gambar 5 merupakan akun Instagram Belajarsisfo yang telah memiliki 137 posts dan 519 followers.

2) *Instagram simaranatha* : Gambar 6 merupakan akun Instagram simaranatha yang telah memiliki 42 posts dan 260 followers. Instagram ini berisikan informasi – informasi dari Program Studi Sistem Informasi. Seluruh konten dari Instagram simaranatha bersifat formal (*hard selling*).



Gambar 6 Tampilan Akun Instagram simaranatha

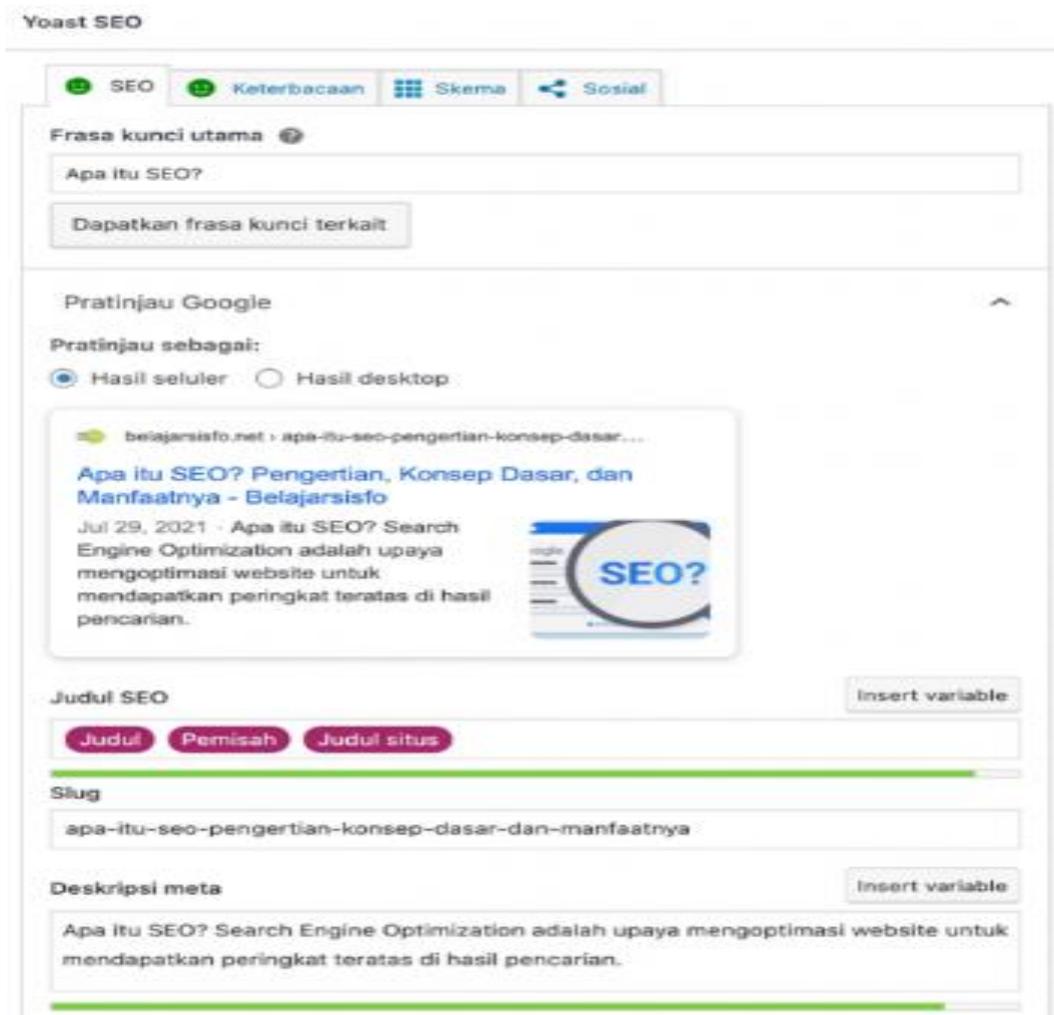
3) *Facebook Page Belajarsisfo* : Facebook merupakan media sosial yang memiliki fitur dimana pengguna dapat membuat halaman pribadi sendiri. Gambar 7 merupakan akun *Facebook Page* Belajarsisfo yang telah memiliki 216 *follow page* dan 211 *like page*. *Facebook page* ini telah terintegrasi dengan Instagram Belajarsisfo dan *Facebook Pixel*.



Gambar 7 Tampilan Akun *Facebook Page* Belajarsisfo

D. *Optimalisasi SEO*

Search Engine Optimization (SEO) merupakan teknik yang digunakan untuk mempromosikan sebuah halaman *website* dengan memanfaatkan mesin pencari [12]. Tujuan dari SEO yaitu untuk menempatkan sebuah *website* pada posisi peringkat teratas berdasarkan kata kunci yang ditargetkan dan untuk meningkatkan pengunjung *website*. Gambar 8 merupakan hasil analisis SEO pada halaman *blog* Belajarsisfo dengan menggunakan *plugin* Yoast SEO. Setiap halaman *blog* dioptimalisasi dengan cara memasukkan frasa kunci utama, judul SEO, *slug*, dan deskripsi meta yang berguna untuk memfokuskan kata kunci pencarian agar lebih efektif dan terlihat di halaman pencarian.



Gambar 8 Analisis SEO pada Halaman Blog Belajarsisfo

Pada Gambar 9 merupakan hasil optimalisasi SEO. Jika *icon* bulat berwarna hijau maka menandakan bahwa *blog* sudah masuk dalam kategori baik atau bagus, jika *icon* bulat berwarna kuning maka menandakan bahwa *blog* sudah masuk dalam kategori baik tetapi masih ada komponen yang harus diperbaiki, dan jika *icon* bulat berwarna merah maka komponen *blog* perlu diperbaiki.



Gambar 9 Optimalisasi SEO

E. Email Marketing

Salah satu contoh *platform email marketing* yang berbasis *website* adalah Mailchimp. Mailchimp merupakan *plugin* yang digunakan untuk membangun interaksi dengan *audiences*. Dengan menggunakan Mailchimp, suatu *brand* atau layanan dapat melakukan promosi melalui *email* yang akan dikirimkan kepada *audiences* secara otomatis [13]. Gambar 10 merupakan tampilan *email marketing* yang dibuat dengan menggunakan *website* Mailchimp. *Email* ini telah di-*publish* ke 1.529 *audiences*.



Bingung Pilih Prodi dan Beasiswa? IT Maranatha Pilihanmu!

Program Studi dalam rumpun keahlian Teknologi Informasi (IT) menjadi salah satu jurusan yang paling banyak dicari para siswa SMA untuk melanjutkan pendidikan, bukan hanya karena masa depan cerah, namun potensi bekerja bukan hanya di Indonesia melainkan juga di luar negeri. **TAHUKAH ANDA** bahwa Gaji tenaga IT sangat tinggi karena masih lebih tinggi permintaan daripada tenaga kerja yang ada? Untuk itu, IT seharusnya menjadi pilihan anda untuk masa depan yang cerah!

Lihat artikel berikut ([link yang pekerjaan list di luar negeri](#)).

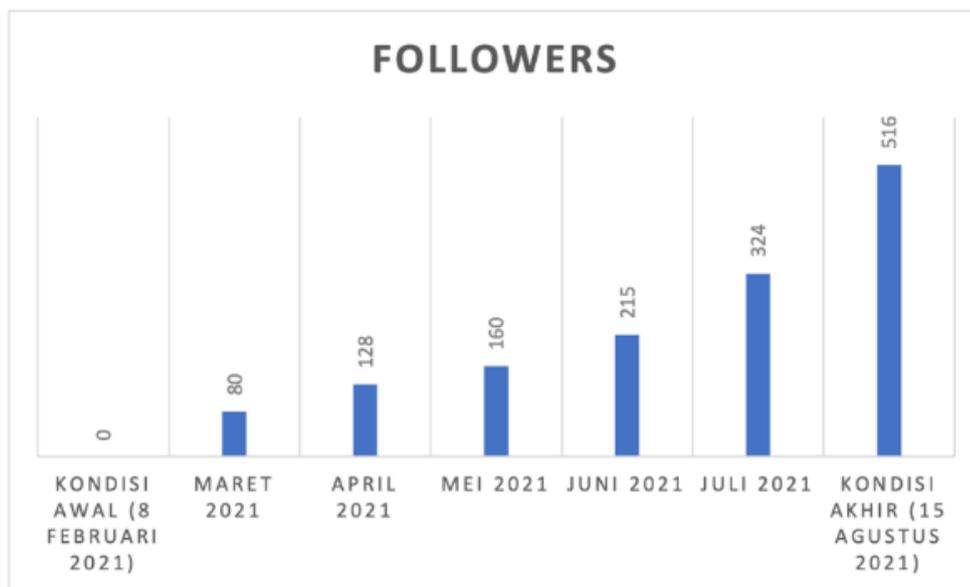


Gambar 10 Tampilan *Email Marketing*

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil dan Analisis Instagram Belajarsisfo

Pada Gambar 11 merupakan grafik yang menunjukkan pertumbuhan *followers* Instagram Belajarsisfo dari bulan Februari hingga Agustus 2021. Belajarsisfo kini telah memiliki 516 *followers*. Pada bulan Februari hingga Juni 2021, Instagram Belajarsisfo mengupayakan pertumbuhan *followers* secara organik. Pada bulan Juli hingga Agustus 2021, Instagram Belajarsisfo mengalami kenaikan *followers* dikarenakan sedang menerapkan *Instagram Ads* sehingga banyak orang yang mengikuti Instagram Belajarsisfo.



Gambar 11 Hasil Grafik *Followers* Instagram Belajarsisfo

Pada Gambar 12, merupakan grafik yang menunjukkan pertumbuhan *reach post* Instagram Belajarsisfo dari bulan Februari hingga Agustus 2021. Pada bulan Juli hingga Agustus 2021, *reach post* pada Instagram Belajarsisfo mengalami kenaikan yang besar karena pada bulan tersebut sedang menerapkan *Instagram Ads*.



Gambar 12 Hasil Grafik *Reach Post* Instagram Belajarsisfo

Pada Tabel 1, merupakan tabel perhitungan total *engagement rate* Instagram Belajarsisfo dari bulan Februari hingga Agustus 2021. Nilai dari *engagement rate* Instagram Belajarsisfo sebesar 1288,18%.

Rumus perhitungan

$$Engagement\ rate = \frac{Likes+Comments+Shares+Saves}{Followers} \times 100\% \quad (1)$$

Likes = jumlah pemirsa yang menyukai posting
Comments = jumlah komentar yang di post pada posting
Shares = jumlah *share* (berbagi) posting terkait
Saves = jumlah *save* (rekam) posting terkait
Followers = jumlah *follower* (pengikut) akun terkait

TABEL 1
HASIL *ENGAGEMENT RATE* INSTAGRAM BELAJARSISFO

Deskripsi	Total (8 Februari – 15 Agustus 2021)
Total <i>Followers</i>	516
Total <i>Likes</i>	5736
Total <i>Comments</i>	111
Total <i>Shares</i>	61
Total <i>Saves</i>	739
<i>Engagement Rate Post</i>	1288,18%

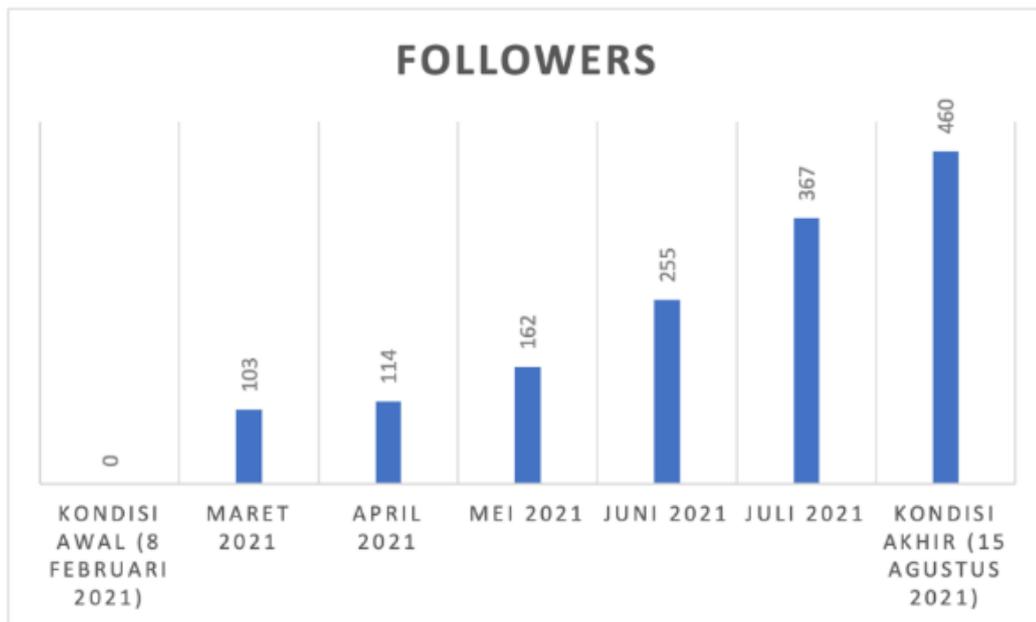
Pada Tabel 2, merupakan skala *engagement rate* Instagram dari terendah hingga sangat tinggi. Dapat disimpulkan bahwa *engagement rate* pada Instagram Belajarsisfo dari bulan Februari hingga Agustus 2021 yaitu sebesar 1288,18% yang menunjukkan skala *engagement rate* dari Instagram Belajarsisfo sangat tinggi yaitu lebih besar dari 6%.

TABEL 2
SKALA *ENGAGEMENT RATE* INSTAGRAM [13]

Persentase	Keterangan
< 1%	<i>Engagement Rate</i> Rendah
1% - 3.5%	<i>Engagement Rate</i> Sedang
3.5% - 6%	<i>Engagement Rate</i> Tinggi
> 6%	<i>Engagement Rate</i> Sangat Tinggi

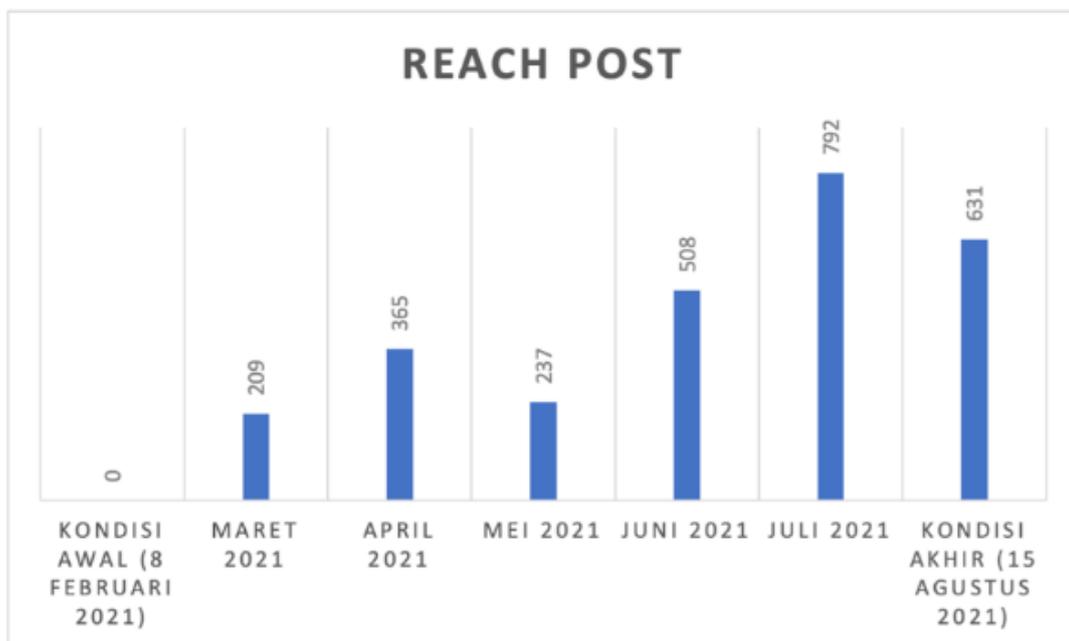
B. Hasil dan Analisis Instagram simaranatha

Pada Gambar 13 merupakan grafik yang menunjukkan pertumbuhan *followers* Instagram simaranatha dari bulan Februari hingga Agustus 2021. Simaranatha kini telah memiliki 460 *followers* yang bertumbuh secara organik.



Gambar 13 Hasil Grafik *Followers* Instagram simaranatha

Pada Gambar 14 merupakan grafik yang menunjukkan pertumbuhan *reach post* Instagram simaranatha dari bulan Februari hingga Agustus 2021. Pada bulan Juli 2021, *reach post* pada Instagram simaranatha mengalami kenaikan dalam jumlah *reach* yang paling tinggi dikarenakan adanya pengaruh dari Instagram Belajarsisfo yang sedang menerapkan *ads*.



Gambar 14 Hasil Grafik *Reach Post* Instagram simaranatha

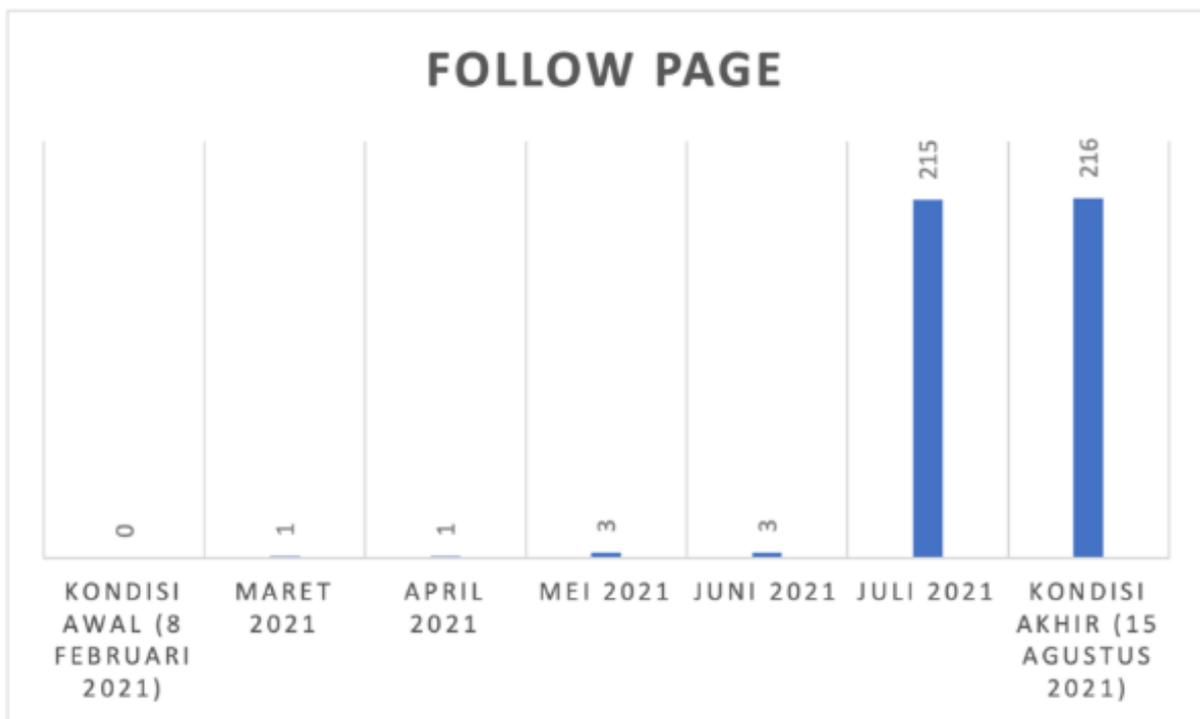
Pada Tabel 3, merupakan perhitungan total *engagement rate* Instagram simaranatha dari bulan Februari hingga Agustus 2021. Nilai dari *engagement rate* Instagram simaranatha sebesar 132,39%. Dapat disimpulkan dari Tabel 2, bahwa *engagement rate* pada Instagram simaranatha sangat tinggi yaitu lebih besar dari 6%.

TABEL 3
HASIL *ENGAGEMENT RATE* INSTAGRAM SIMARANATHA

Deskripsi	Total (8 Februari – 15 Agustus 2021)
Total <i>Followers</i>	460
Total <i>Likes</i>	568
Total <i>Comments</i>	2
Total <i>Shares</i>	22
Total <i>Saves</i>	17
<i>Engagement Rate Post</i>	132,39%

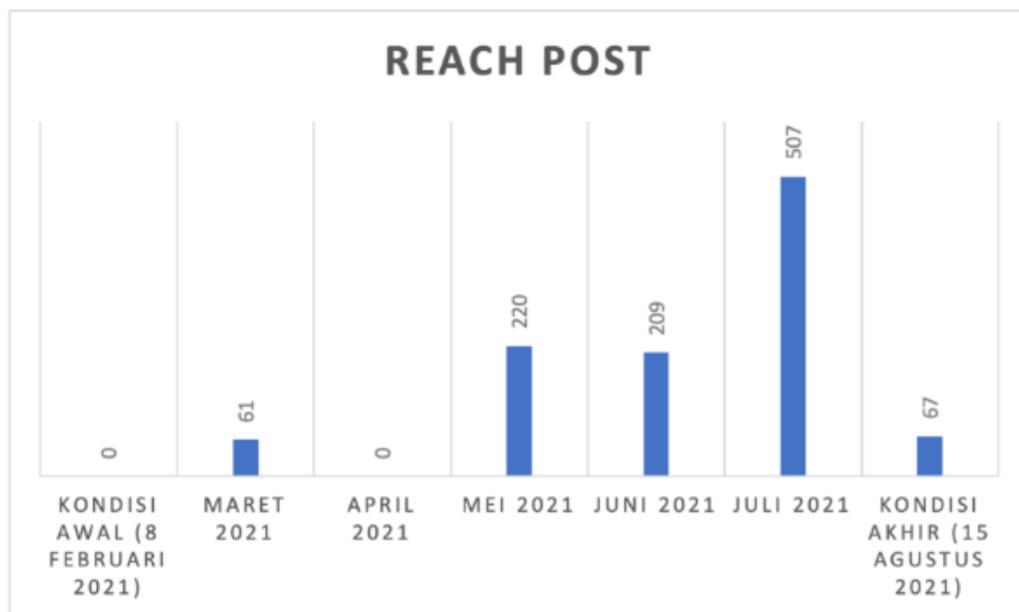
C. Hasil dan Analisis Facebook Page

Pada Gambar 15, merupakan grafik yang menunjukkan pertumbuhan *followers* pada Facebook Page Belajarsisfo yang kini memiliki 216 pengikut. Pada bulan Februari hingga Juni 2021, Facebook Page Belajarsisfo mengupayakan pertumbuhan *followers* secara organik. Pada bulan Juli hingga Agustus 2021, Facebook Page Belajarsisfo mengalami kenaikan *followers* dikarenakan sedang menerapkan Facebook Ads sehingga banyak orang yang mengikuti Facebook Page Belajarsisfo.



Gambar 15 Hasil Grafik *Follow Page* Facebook Belajarsisfo

Pada Gambar 16, merupakan grafik yang menunjukkan pertumbuhan *reach post* pada Facebook Page Belajarsisfo dari bulan Februari hingga Agustus 2021. Pada bulan Juli 2021, Facebook Page Belajarsisfo mengalami kenaikan *reach post* tertinggi sebesar 507 *reach* dikarenakan sedang menerapkan Facebook Ads.



Gambar 16 Hasil Grafik Reach Post Facebook Belajarsisfo

Pada Tabel 4, merupakan tabel perhitungan total *engagement rate Facebook Page* Belajarsisfo dari bulan Februari hingga Agustus 2021. Nilai dari *engagement rate Facebook Page* Belajarsisfo sebesar 10,65%.

TABEL 4
HASIL ENGAGEMENT RATE FACEBOOK PAGE

Deskripsi	Total (8 Februari – 15 Agustus 2021)
Total Follow Page	216
Total Likes, Comments, and Shares	23
Engagement Rate	10,65%

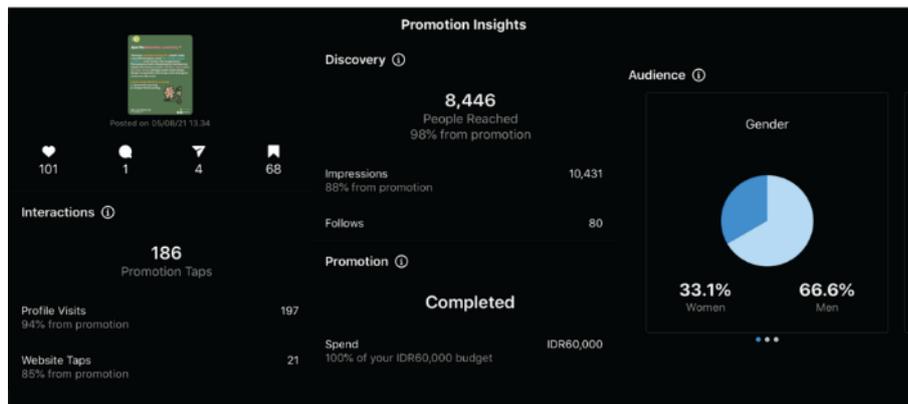
Pada Tabel 5, merupakan skala *engagement rate* Facebook dari terendah hingga sangat baik. Dapat disimpulkan bahwa *engagement rate* pada *Facebook Page* Belajarsisfo dari bulan Februari hingga Agustus 2021 yaitu sebesar 10,65% yang menunjukkan skala *engagement rate* dari *Facebook Page* Belajarsisfo sangat baik yaitu lebih besar dari 1%.

TABEL 5
SKALA ENGAGEMENT RATE FACEBOOK [14]

Persentase	Keterangan
< 0.5%	Rendah
0.5% - 0.99%	Rata - Rata
> 1%	Sangat Baik

D. Hasil Instagram dan Facebook Ads Belajarsisfo

Pada Gambar 17, merupakan hasil *Instagram Ads* Belajarsisfo yang dilakukan pada tanggal 5 Agustus 2021 berdasarkan *tools Promotion Insight*. Pada bulan Agustus, Instagram Belajarsisfo sedang menerapkan *ads* dan berhasil mengumpulkan 186 *promotion taps*, 197 *profile visits*, 21 *website taps*, 8.446 *reach*, 10.431 *impressions*, dan 80 *followers* baru. *Instagram Ads* ini mengeluarkan biaya Rp 60.000,-.



Gambar 17 Hasil *Promotion Insight* dari *Instagram Ads* Belajarsisfo

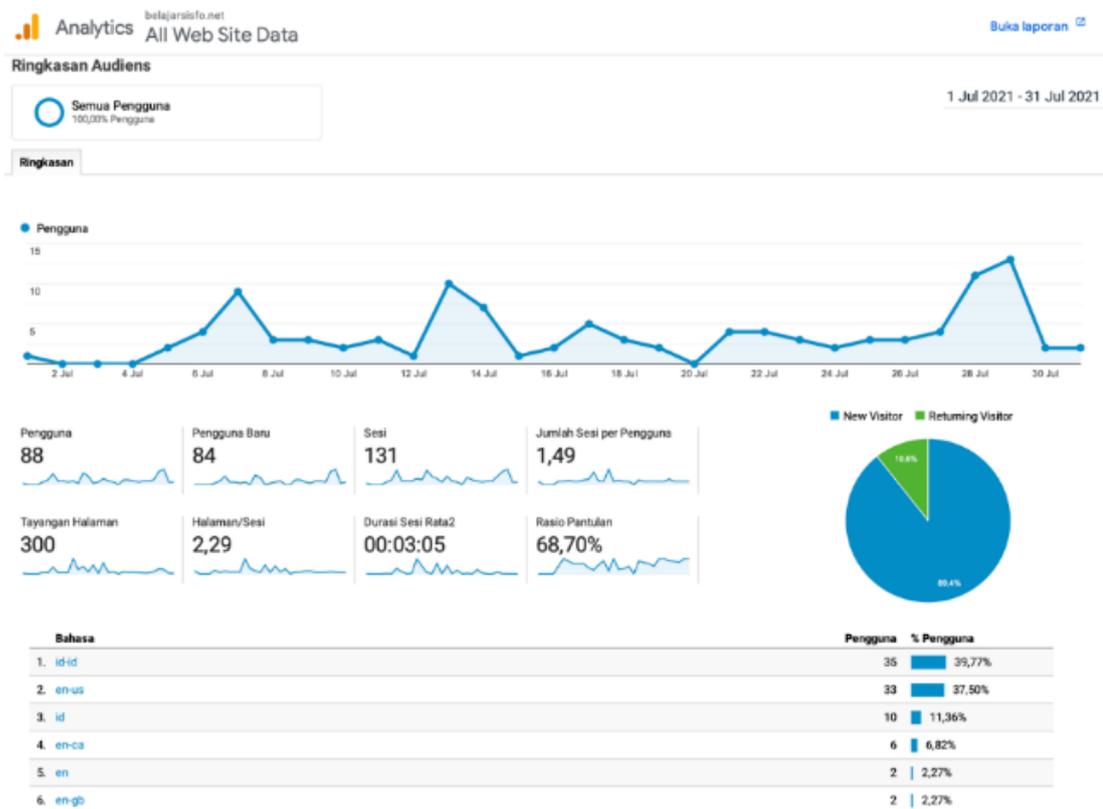
Pada Gambar 18, merupakan hasil *Facebook Ads* Belajarsisfo yang dilakukan pada bulan Juli 2021 berdasarkan *tools Facebook Ads Manager*. Pada bulan Juli, *Facebook Page* Belajarsisfo sedang menerapkan *ads* dan total dari 10 *campaigns* yang telah dibuat mendapatkan 43.015 *reach*, 51.130 *impressions*, dan *campaigns* ini mengeluarkan biaya sebesar Rp 412.651,-.

Off/On	Campaign name	Delivery	Bid strategy	Budget	Attribution setting	Results	Reach	Impression	Cost per result	Amount spent	Ends
On	Website Traffic 29-07-2021	Completed	Lowest cost	Rp30,000 Daily	7-day click	105 Link Clicks	13,298	15,165	Rp492 Per Link Click	Rp31,692	31 Jul 2021
On	FB Engagement 28-07-2021 [2]	Completed	Lowest cost	Rp30,000 Daily	7-day click	191 Page Likes	5,010	6,156	Rp482 Per Page Like	Rp48,731	30 Jul 2021
On	IG Engagement 28-07-2021 [1]	Completed	Lowest cost	Rp30,000 Daily	7-day click	933 Post engagements	4,728	4,824	Rp51 Per Post Engagem...	Rp47,232	30 Jul 2021
On	IG Engagement 28-07-2021 [2]	Completed	Lowest cost	Rp30,000 Daily	7-day click	749 Post engagements	4,133	4,241	Rp53 Per Post Engagem...	Rp47,125	30 Jul 2021
On	FB Engagement 28-07-2021 [2]	Completed	Lowest cost	Rp30,000 Daily	7-day click	649 Post engagements	2,345	2,621	Rp73 Per Post Engagem...	Rp47,494	30 Jul 2021
On	Lead Generation 27-07-2021 [1]	Completed	Lowest cost	Rp30,000 Lifetime	7-day click	1 On-Facebook lead	1,204	1,335	Rp25,999 Per onFacebook l...	Rp25,999	30 Jul 2021
On	Lead Generation 24-07-2021 [2]	Completed	Lowest cost	Rp50,000 Lifetime	7-day click	6 On-Facebook leads	2,903	3,286	Rp8,333 Per onFacebook l...	Rp49,999	27 Jul 2021
On	FB Engagement 24-07-2021 [1]	Completed	Lowest cost	Rp30,000 Daily	7-day click	86 Page Likes	8,558	10,101	Rp378 Per Page Like	Rp32,489	26 Jul 2021
On	IG Engagement 22-07-2021 [1]	Completed	Using ad set bid...	Using ad set bu...	7-day click	71 Post engagements	1,012	1,637	Rp393 Per Post Engagem...	Rp27,891	24 Jul 2021
On	Lead Generation 13-07-2021 [1]	Completed	Lowest cost	Rp30,000 Lifetime	7-day click	19 On-Facebook leads	1,625	1,794	Rp1,579 Per onFacebook l...	Rp29,999	15 Jul 2021
Results from 10 campaigns						7-day click	43,015 People	51,130 Total	Multiple conversions	Rp412,651 Total Spent	

Gambar 18 Hasil *Facebook Ads Manager* Belajarsisfo pada bulan Juli 2021

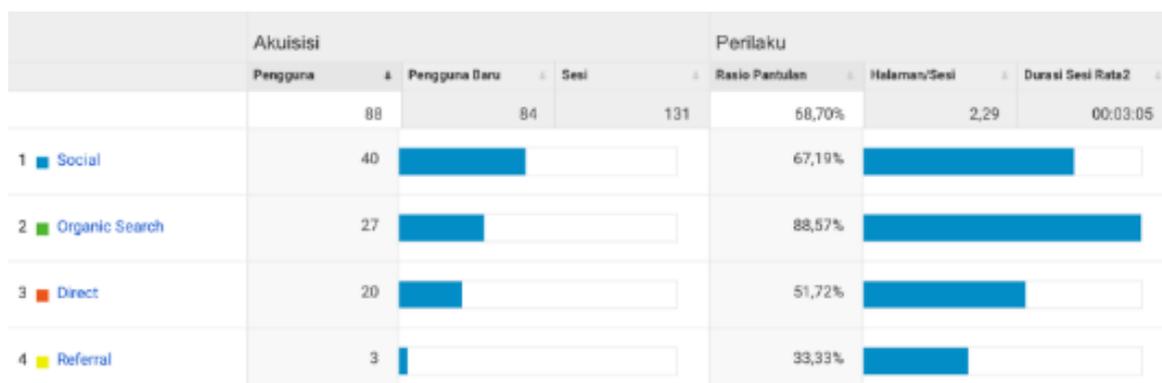
E. Hasil Analisis Landing Page Belajarsisfo menggunakan *Google Analytics*

Google Analytics merupakan sebuah alat yang disediakan oleh Google untuk menganalisis informasi yang berkaitan dengan pengunjung dari suatu *website* [15]. Gambar 19 merupakan ringkasan audiens pada bulan Juli 2021. Hasil dari *Google Analytics* menyimpulkan bahwa pada bulan Juli 2021 terdapat 88 pengguna yang mengunjungi *landing page* Belajarsisfo yaitu diantaranya, 84 pengguna tersebut adalah pengguna baru dan 4 pengguna lainnya adalah pengguna lama. Faktor yang mempengaruhi peningkatan pengunjung yaitu dikarenakan adanya unggahan blog baru dan *landing page* Belajarsisfo sedang menerapkan *Facebook Ads*. *Facebook Ads* yang dilakukan pada *landing page* bertujuan untuk meningkatkan *traffic* pada *landing page* dan blog Belajarsisfo.



Gambar 19 Ringkasan Audiens pada bulan Juli 2021

Pada Gambar 20, merupakan ringkasan akuisisi pada bulan Juli 2021. Dalam ringkasan akuisisi bulan Juli, terdapat 88 pengguna yang mengakses *landing page* Belajarsisfo yaitu diantaranya, 40 pengguna mengakses *landing page* melalui *social* atau pengunjung yang membuka *landing page* melalui media sosial, 27 pengguna mengakses *landing page* melalui *organic search* atau pengunjung yang membuka *landing page* dari hasil pencarian Google, 20 pengguna mengakses *landing page* melalui *direct* atau pengunjung yang langsung mengetik alamat *landing page* pada *browser*, dan 3 pengguna mengakses *landing page* melalui *referral* atau pengunjung yang membuka *landing page* melalui *link*.



Gambar 20 Ringkasan Akuisisi pada bulan Juli 2021

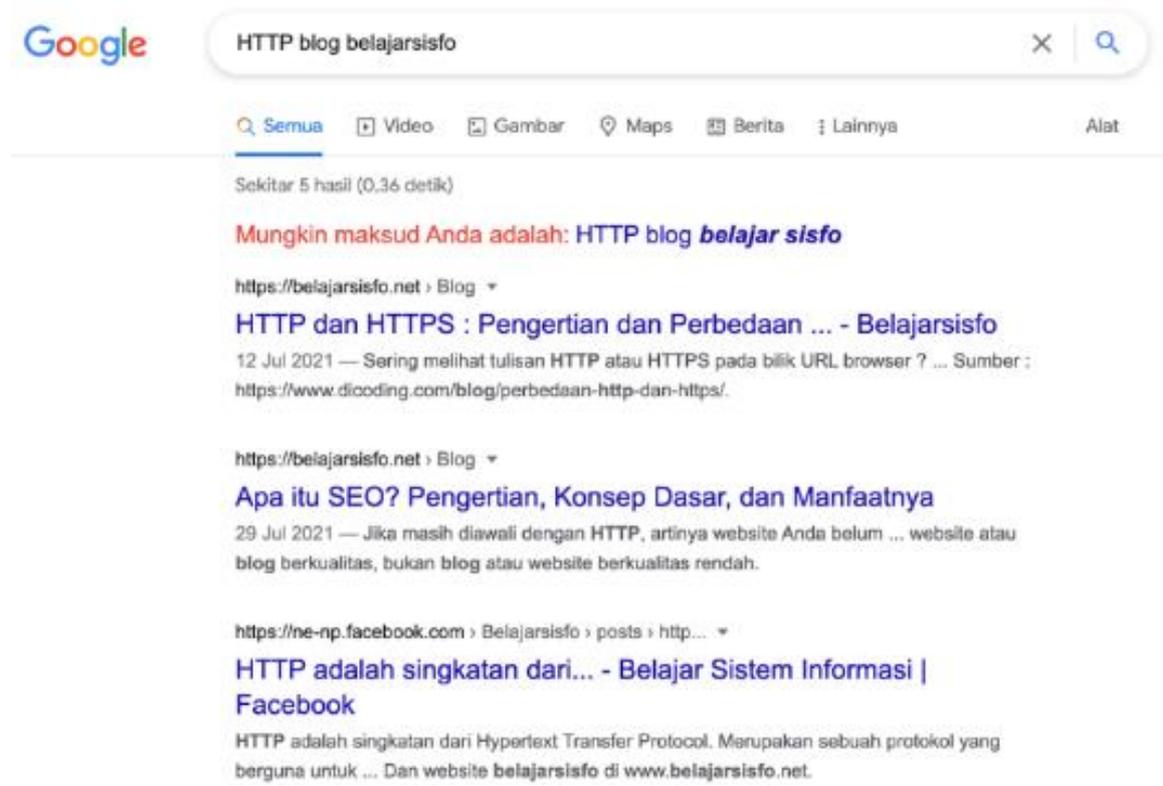
Pada Gambar 21, merupakan hasil ringkasan *landing page* yang sering dibuka oleh pengguna pada bulan Juli 2021.

Halaman Landing	Akumulasi		Perilaku				Konversi		
	Sevi	% Sevi Baru	Pengguna Baru	Rasio Pemula	Halaman/Sevi	Durasi Sevi Rata2	Rasio Konversi Sasaran	Pemantauan Sasaran	Nilai Sesama
	131 <small>100.00% (131)</small>	64,12% <small>Ris. untuk Tampilan 64,12% (0,00%)</small>	84 <small>100.00% (84)</small>	68,70% <small>Ris. untuk Tampilan 68,70% (0,00%)</small>	2,29 <small>Ris. untuk Tampilan 2,29 (0,00%)</small>	00:03:05 <small>Ris. untuk Tampilan 00:03:05 (0,00%)</small>	0,00% <small>Ris. untuk Tampilan 0,00% (0,00%)</small>	0 <small>% Total 0,00% (0)</small>	Rp 0,00 <small>% Total 0,00% (Rp 0,00)</small>
1. /	77 (58,78%)	44,16%	34 (44,16%)	51,95%	3,14	00:05:01	0,00%	0 (0,00%)	Rp 0,00 (0,00%)
2. /perbedaan-fasdisk-dan-flashdrive/	25 (19,08%)	88,00%	22 (88,00%)	88,00%	1,12	00:00:42	0,00%	0 (0,00%)	Rp 0,00 (0,00%)
3. /tutor-pengertian-kelebihan-dan-kekurangannya/	2 (1,53%)	100,00%	2 (100,00%)	100,00%	1,00	00:00:00	0,00%	0 (0,00%)	Rp 0,00 (0,00%)
4. /?fbclid=IwAR0iHQgfyCwwv_eCJHQVceITubpDdU4g9kReidBwCJ53qz79s5H4VY	1 (0,76%)	100,00%	1 (1,19%)	100,00%	1,00	00:00:00	0,00%	0 (0,00%)	Rp 0,00 (0,00%)
5. /?fbclid=IwAR0iUArgo3k2HG77iK3c-Nerdy9y-Hosk2UeF707uJACVfjRQJLud	1 (0,76%)	100,00%	1 (1,19%)	100,00%	1,00	00:00:00	0,00%	0 (0,00%)	Rp 0,00 (0,00%)
6. /?fbclid=IwAR0ur_kDT2wUCGmsotT_jk_K_H6wtkZ_ZML7w5S3eSE1ueOKaCk3g7aHQ	1 (0,76%)	100,00%	1 (1,19%)	100,00%	1,00	00:00:00	0,00%	0 (0,00%)	Rp 0,00 (0,00%)
7. /?fbclid=IwAR0eWkFCrNl-272A5N5a3hyRnCrDkR-bemHrSDR3DgD3XndQnMaP3lo	1 (0,76%)	100,00%	1 (1,19%)	100,00%	1,00	00:00:00	0,00%	0 (0,00%)	Rp 0,00 (0,00%)
8. /?fbclid=IwAR1-Ps2DQwEtlEwK6B-DKINZTj-LONymFvNygS30fyGpmXAGSM	1 (0,76%)	100,00%	1 (1,19%)	100,00%	1,00	00:00:00	0,00%	0 (0,00%)	Rp 0,00 (0,00%)
9. /?fbclid=IwAR12MbfQFpKANcdUeDaaZ50WdCrC1h0G6G5RdOUAp1AbMUYeCJ3y_Jd	1 (0,76%)	100,00%	1 (1,19%)	100,00%	1,00	00:00:00	0,00%	0 (0,00%)	Rp 0,00 (0,00%)
10. /?fbclid=IwAR1bFRKZZPMANPZu5dD-d30pOT-EacafTwaq8HfG6gD1h0G6gT0ytl	1 (0,76%)	100,00%	1 (1,19%)	0,00%	2,00	00:00:21	0,00%	0 (0,00%)	Rp 0,00 (0,00%)

Gambar 21 Ringkasan Halaman Landing pada bulan Juli 2021

F. Hasil SEO (Search Engine Optimization)

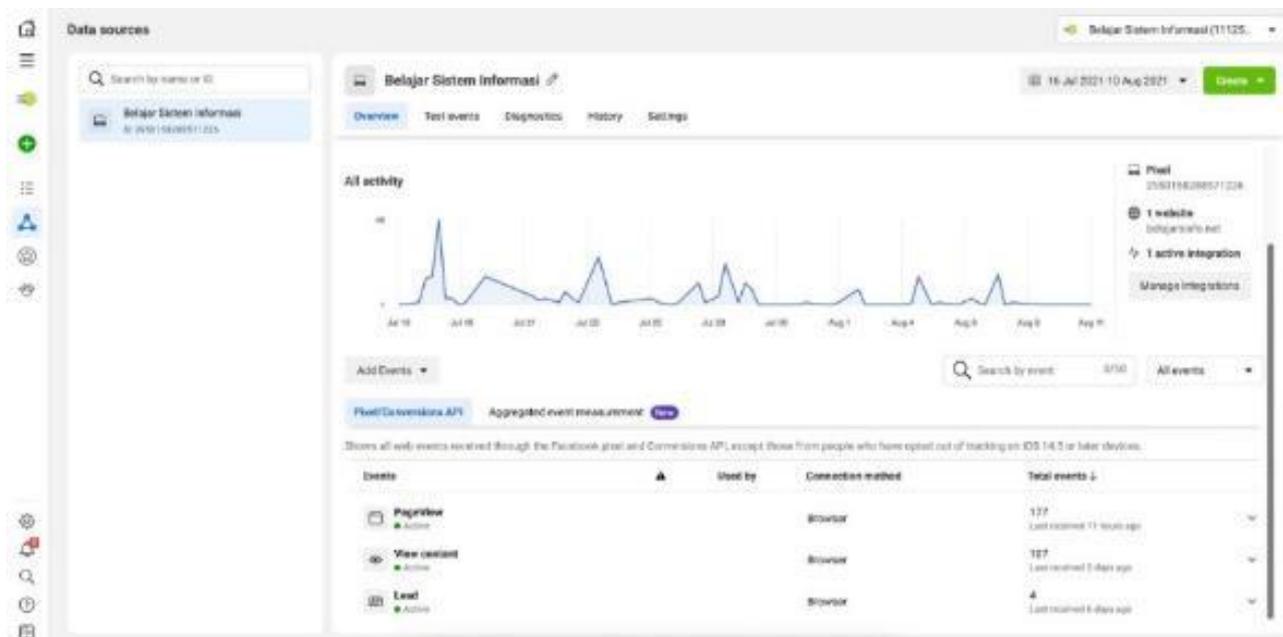
Pada Gambar 22, merupakan hasil dari optimalisasi SEO On Page. Saat memasukkan keyword “HTTP blog belajarsisfo” melalui pencarian di Google, halaman blog Belajarsisfo akan tertampil pada halaman pertama pencarian.



Gambar 22 Hasil Pencarian dengan Keyword “HTTP blog belajarsisfo” pada tanggal 31 Juli 2021

G. Hasil Analisis Landing Page Belajarsisfo menggunakan Facebook Pixel

Pada Gambar 23, merupakan hasil analisis landing page Belajarsisfo menggunakan Facebook Pixel. Facebook pixel dibuat pada bulan Juli 2021. Facebook Pixel terintegrasi dengan Facebook Page Belajarsisfo agar dapat mengukur efektivitas iklan dengan memahami tindakan yang dilakukan oleh audiences di landing page Belajarsisfo. Pada landing page Belajarsisfo terdapat beberapa pixel events seperti page view, view content, dan lead. Hasil dari Facebook Pixel menyimpulkan bahwa pada bulan Juli hingga Agustus 2021 terdapat 177 page views, 107 view contents, dan 4 leads.



Gambar 23 Hasil Grafik Analisis Landing Page Belajarsisfo menggunakan Facebook Pixel

H. Hasil Leads dari Landing Page dan Facebook Ads

Pada Gambar 24, merupakan hasil leads dari landing page Belajarsisfo dan Facebook Ads. Pengisian form peminatan calon mahasiswa ini berlangsung dari bulan Februari hingga Agustus 2021. Pada bulan Juli 2021, form peminatan calon mahasiswa ini berhasil mengumpulkan 26 leads dikarenakan pada bulan tersebut sedang menerapkan Facebook Ads.

Campaign Name	Submitted	Platform	Email	Full Name	Phone Number	Berminat untuk Program :	Azai Sekolah
Lead Generation 13-07-2021	Tuesday, 13 July 2021 16:18	ig	oldhrcahy977@gmail.com	Ikhwananda	08182144285990	-	-
Lead Generation 13-07-2021	Tuesday, 13 July 2021 16:46	fb	idalarossa@gmail.com	Idalarossa Hutabarat	08131316190628	-	-
Lead Generation 13-07-2021	Tuesday, 13 July 2021 17:11	ig	llyqrejm@gmail.com	-	08187824180398	-	-
Lead Generation 13-07-2021	Tuesday, 13 July 2021 17:45	ig	osvelinas@gmail.com	osvelina sinagar	0812640465090	-	-
Lead Generation 13-07-2021	Tuesday, 13 July 2021 18:44	fb	longanyfa3@gmail.com	long Anyfa	0813175231437	-	-
Lead Generation 13-07-2021	Tuesday, 13 July 2021 20:28	ig	kajuyano@gmail.com	Wyno jr	0812390200779	-	-
Lead Generation 13-07-2021	Tuesday, 13 July 2021 21:32	ig	muhammadsnu9@gmail.com	Muhammad Ismail Haq	08121139450745	-	-
Lead Generation 13-07-2021	Tuesday, 13 July 2021 22:44	fb	taslimustawir81777@gmail.com	Ta Sri Mustawir	08185643741354	-	-
Lead Generation 13-07-2021	Tuesday, 13 July 2021 23:34	fb	sarimartorontang@gmail.com	Sari M Torondang	0812365328252	-	-
Lead Generation 13-07-2021	Wednesday, 14 July 2021 00:10	fb	halhywex@gmail.com	Halhy	08182285981241	-	-
Lead Generation 13-07-2021	Wednesday, 14 July 2021 00:17	ig	slggh.hilman@gmail.com	Hilman Singgih Wilaksana	08181325073515	-	-
Lead Generation 13-07-2021	Wednesday, 14 July 2021 08:48	fb	nab.kalibrivandevision272@gmail.com	Nabila Heli Iqoni Valente	08181548885215	-	-
Lead Generation 13-07-2021	Wednesday, 14 July 2021 14:08	fb	wilma.acidher@gmail.com	Wilma Bayu Murti	08187855720696	-	-
Lead Generation 13-07-2021	Wednesday, 14 July 2021 17:50	fb	menembujaraklampubata@gmail.com	Triwastoro	08181274167950	-	-
Lead Generation 13-07-2021	Wednesday, 14 July 2021 17:53	ig	muhammadmufala1@gmail.com	Muhammad Mufala	0812290632042	-	-
Lead Generation 13-07-2021	Wednesday, 14 July 2021 17:55	fb	muhammed.abduln@unaputra.ac.id	Muhammad Usmanuln	08185941590598	-	-
Lead Generation 13-07-2021	Wednesday, 14 July 2021 18:20	fb	dezhaco@gmail.com	DE-076	08181271810298	-	-
Lead Generation 13-07-2021	Wednesday, 14 July 2021 19:51	fb	khofifahandesta@gmail.com	Khofifah Fah	0812223670190	-	-
Lead Generation 13-07-2021	Wednesday, 14 July 2021 21:01	fb	aryapriantia813@gmail.com	Muhammad Arya Priantia	08181254297889	-	-
Lead Generation 24-07-2021	Saturday, 24 July 2021 22:31	ig	fariedmar1@gmail.com	Faried H Faridy	08189904818018	Fatt' Track Sistem Informatika S1 + S2 Informatika	SMAN 1 CIBEON
Lead Generation 24-07-2021	Sunday, 25 July 2021 11:19	ig	ahmedforididani@iqwim@gmail.com	Ahmad Farid Alhoeni Taqwiim	08109677854978	S1 - Teknik Informatika	SMA NEGERI 1 PRAMBANAN
Lead Generation 24-07-2021	Sunday, 25 July 2021 23:10	fb	rahmah.nesita11@gmail.com	Rahma Rahmah	08182284081343	S1 - Teknik Informatika	SMA N 1 Luragung
Lead Generation 24-07-2021	Monday, 26 July 2021 11:57	fb	alfahsapuri29@gmail.com	Alfa Hal Sapuri	08182287949250	S1 - Teknik Informatika	MAS Umumudin
Lead Generation 24-07-2021	Monday, 26 July 2021 13:49	fb	ikawati13@gmail.com	Ikawati Nur	08185298851230	S1 - Sistem Informatika	SMAS Nurulhid Beauding School
Lead Generation 24-07-2021	Monday, 26 July 2021 20:05	fb	aymanib@gmail.com	Yuliana Ayenti Nabu	08181338852556	S1 - Teknik Informatika	SMAN 1 KEMODI
Lead Generation 27-07-2021	Thursday, 27 July 2021 13:06	fb	hajrisani@gmail.com	Hajri Rizwan	08181223607840	S1 - Teknik Informatika	SMA NEGERI 1 KOLONGPANG

Gambar 24 Hasil Leads dari Landing Page dan Facebook Ads

I. Hasil Email Marketing

Pada Gambar 25, merupakan hasil *report* dari *email campaign* yang dilakukan pada bulan Juli 2021. *Email campaign* ini telah di sebarakan ke 1.529 *audiences*. Terdapat 578 *audiences* yang telah membuka *email campaign* ini dan terdapat 25 *audiences* yang telah membuka konten berdasarkan URL yang ada di dalam *email campaign*.

Overall Stats		Email Campaign Report																																
Total Recipients:	1,529	Title:	Bingung Pilih Prodi dan Beasiswa? IT Maranatha Pilihanmu!																															
Successful Deliveries:	1,528	Subject Line:	Bingung Pilih Prodi dan Beasiswa? IT Maranatha Pilihanmu!																															
Bounces:	1 (0.1%)	Delivery Date/Time:	Sat, Jul 31, 2021 1:37 am																															
Times Forwarded:	0	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">Clicks by URL</th> </tr> <tr> <th>URL</th> <th>Total Clicks</th> <th>Unique Clicks</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>https://join.maranatha.edu/</td> <td>7</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>https://www.youtube.com/watch?v=PNweyMRnJh0</td> <td>6</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>https://instagram.com/joinmaranatha/</td> <td>3</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>https://www.cio.com/article/3235944/hiring-the-most-in-demand-tech-jobs-for-2021.html</td> <td>3</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>http://it.maranatha.edu/</td> <td>2</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>https://facebook.com/WECourses</td> <td>2</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>https://youtube.com/channel/UC0W1cMba3XrPon2zawDbD4g</td> <td>2</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>https://www.instagram.com/explore/tags/weareunstoppable/</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>			Clicks by URL			URL	Total Clicks	Unique Clicks	https://join.maranatha.edu/	7	4	https://www.youtube.com/watch?v=PNweyMRnJh0	6	5	https://instagram.com/joinmaranatha/	3	3	https://www.cio.com/article/3235944/hiring-the-most-in-demand-tech-jobs-for-2021.html	3	2	http://it.maranatha.edu/	2	2	https://facebook.com/WECourses	2	2	https://youtube.com/channel/UC0W1cMba3XrPon2zawDbD4g	2	2	https://www.instagram.com/explore/tags/weareunstoppable/	0	0
Clicks by URL																																		
URL	Total Clicks				Unique Clicks																													
https://join.maranatha.edu/	7				4																													
https://www.youtube.com/watch?v=PNweyMRnJh0	6				5																													
https://instagram.com/joinmaranatha/	3				3																													
https://www.cio.com/article/3235944/hiring-the-most-in-demand-tech-jobs-for-2021.html	3				2																													
http://it.maranatha.edu/	2				2																													
https://facebook.com/WECourses	2				2																													
https://youtube.com/channel/UC0W1cMba3XrPon2zawDbD4g	2				2																													
https://www.instagram.com/explore/tags/weareunstoppable/	0	0																																
Forwarded Opens:	0																																	
Recipients Who Opened:	450 (29.5%)																																	
Total Opens:	578																																	
Last Open Date:	8/29/21 8:47AM																																	
Recipients Who Clicked:	7 (0.5%)																																	
Total Clicks:	25																																	
Last Click Date:	8/2/21 11:04																																	
Total Unsubs:	8																																	
Total Abuse Complaints:	0																																	
Times Liked on Facebook:	0																																	

Gambar 25 Hasil Report Email Campaign

IV. SIMPULAN

Multichannel digital marketing telah diterapkan dengan menggunakan beberapa *channel* antara lain Instagram, Facebook, *Website* dengan *Landing Page*, dan *Email Marketing*. Penerapan *soft selling* pada Instagram Belajarsisfo lebih optimal dibandingkan dengan penerapan *hard selling* pada Instagram simaranatha, dikarenakan konten-konten pada Instagram Belajarsisfo lebih informatif dan berguna bagi banyak orang. Sedangkan pada Instagram simaranatha, informasi yang diberikan lebih bersifat *internal* atau seputar Program Studi Sistem Informasi. Setelah melakukan analisis pada beberapa media sosial, saat ini *platform* yang paling banyak digunakan yaitu Instagram dan Facebook. Belajarsisfo berfokus pada pembuatan konten-konten yang menarik di akun Instagram dan *Facebook page*. Sedangkan simaranatha, berfokus pada akun Instagram dan *form* peminatan calon mahasiswa. Faktor yang mempengaruhi kenaikan dan penurunan *engagement* pada media sosial Belajarsisfo dan simaranatha yaitu disebabkan oleh ada atau tidaknya konten yang diunggah pada hari tersebut. Instagram Belajarsisfo, Instagram simaranatha, *Facebook page* Belajarsisfo, *landing page*, blog dan *email marketing* adalah bentuk strategi pemasaran *multichannel*. Tujuannya adalah untuk mengetahui *platform* mana yang paling efektif untuk menarik calon mahasiswa baru yang berpotensi masuk ke dalam Program Studi Sistem Informasi. Hasil dari penelitian ini akan dievaluasi menggunakan *Google Analytics*, *Instagram Insight*, *Facebook Insight*, *Facebook Pixel*, dan *Email Campaign Report* agar dapat disesuaikan dengan target konsumen serta dapat menghasilkan data yang terukur dan akurat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik dan dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Ucapan terima kasih secara khusus kepada institusi terkait penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi perkembangan pengetahuan di bidang *Digital Marketing*. Terima Kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Hamdan, "Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi," *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, vol. 3, no. 2, p. 1, Oct. 2018, doi: 10.29407/nusamba.v3i2.12142.
- [2] D. Purwana, R. Rahmi, and S. Aditya, "Pemanfaatan *Digital marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit," *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, vol. 1, no. 1, pp. 1–17, May 2017, doi: 10.21009/JPMM.001.1.01.
- [3] H. (Alice) Li and P. K. Kannan, "Attributing Conversions in a Multichannel Online Marketing Environment: An Empirical Model and a Field Experiment," *Journal of Marketing Research*, vol. 51, no. 1, pp. 40–56, Feb. 2014, doi: 10.1509/jmr.13.0050.
- [4] G. Yoon, C. Li, Y. (Grace) Ji, M. North, C. Hong, and J. Liu, "Attracting Comments: *Digital Engagement Metrics* on Facebook and Financial Performance," *Journal of Advertising*, vol. 47, no. 1, pp. 24–37, Jan. 2018, doi: 10.1080/00913367.2017.1405753.
- [5] N. Olson, "What is Organic Growth & Reach on Social Media?" <https://socialiser.eu/organic-growth-on-social-media/> (accessed Mar. 05, 2022).

- [6] M. A. Rakhman and E. H. Saputra, "Pembuatan Aplikasi Layanan Kustomisasi Landing Page Berbasis Web," in *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*, Feb. 2016, p. 43.
- [7] Sartono, "Pemanfaatan Blog Sebagai Media Pembelajaran Alternatif di Sekolah," *Transformatika*, vol. 12, no. 1, pp. 120–134, Mar. 2016.
- [8] A. R. Zulfikar and Mikhriani, "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Trust Pada Followers Instagram Dompot Dhuafa Cabang Yogyakarta," *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam*, vol. 1, no. 2, pp. 279–294, 2017.
- [9] K. C. Sugianto, " Analisis Pengaruh *Digital marketing* Terhadap Brand Advocacy Dengan Perceived Service Quality Dan *Customer Engagement* Sebagai Variabel Perantara Pada Virtual Hotel Operator: Oyo Hotel," *Jurnal Strategi Pemasaran*, vol. 7, no. 1, 2020.
- [10] A. Wahana, M. Suyanto, and A. Amborowati, "Analisis Penerapan Social Media Sebagai Strategi Bisnis Oleh Pelaku Bisnis Online," *Sisfotenika*, vol. 4, no. 2, pp. 85–94, 2014.
- [11] F. N. Arifah, "Analisis Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Dalam Bisnis Online," *Transformasi*, vol. 11, no. 2, pp. 143–149, 2015.
- [12] A. A. Hendriadi and Dedih, "Analisis Web Menggunakan Google Analytic Untuk Menyajikan Laporan Data Situs Dalam Proses Optimasi ," *Jurnal Ilmiah Solusi*, vol. 1, no. 4, pp. 20–26, Dec. 2014.
- [13] M. Geralda and J. Kasih, "Implementasi *Digital marketing* pada Sosial Media dan Website Bimbel Media Bandung ," *Strategi*, vol. 2, no. 1, pp. 27–38, May 2020.
- [14] K. Bora, "6 Important Instagram Metrics for Your Brand ," Dec. 07, 2018. <https://www.campaignmonitor.com/blog/how-to/6-important-instagram-metrics-for-your-brand-with-tips-to-track-them/> (accessed Dec. 08, 2021).
- [15] M. Leander, "Facebook Engagement Metrics." <https://www.klipfolio.com/resources/kpi-examples/social-media/facebook-engagement-metrics> (accessed Sep. 09, 2021).
- [16] E. Supriyadi, "Analisis Web untuk Memahami Perilaku Konsumen Online Studi Kasus 'Store Steam Powered,'" *Transparansi : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, vol. 7, no. 2, pp. 185–194, Sep. 2015, doi: 10.31334/transparansi.v7i2.849.