

ABSTRAK

PERANCANGAN MODUL *DIGITAL MARKETING* APLIKASI JASA TITIP *ONLINE* PADA *STARTUP* TITIPMASA.ID MENGUNAKAN PENDEKATAN *SOCIAL MEDIA* *MARKETING*

Oleh

MUHAMMAD FIKRI MAKMUR

NIM : 1202164329

Digital marketing telah membuat kemajuan besar pada bisnis dan industri. Namun pelaku bisnis masih berjuang untuk menemukan cara untuk mengidentifikasi potensi, mengoptimalkan peluang dan mengimplementasikannya. Pelaku bisnis akhirnya menerapkan strategi *marketing* lama dan prinsip-prinsip usang pada program digital mereka, yang menghasilkan kegagalan dan rencana bisnis yang tak tercapai. Definisi luas transformasi strategi *digital marketing* dapat dilihat sebagai integrasi teknologi pemasaran digital dengan proses untuk meningkatkan kinerja atau jangkauan bisnis. Namun, pendekatan yang lebih progresif untuk transformasi *digital marketing* adalah dengan menggunakan teknologi.

Konsep dan penerapan *digital marketing* adalah hal yang dilakukan untuk mendongkrak penjualan produk dari suatu *brand*. Media sosial telah menjadi salah satu instrumen penting dalam pemasaran terkhusus *digital marketing*. Alasan utama adalah jumlah pengguna media sosial yang terus meningkat dan tiap pengguna bisa memiliki akun di lebih dari satu media sosial. Ditambah lagi, intensitas interaksi yang begitu tinggi di antara pengguna media sosial juga bisa menjadi salah satu alasan. Secara singkat, bisa disebut bahwa media sosial adalah *crowd* yang pelaku bisnis tidak perlu repot untuk menciptakannya. Cukup hadir disana dan menjadi bagian dari kehidupan sosial di media sosial tersebut.

Startup titipmasa.id merupakan perusahaan rintisan yang bergerak dibidang jasa titip *online*. Untuk bersaing dalam pasar *startup* jasa titip *online* titipmasa.id melakukan perancangan *digital marketing* dengan pendekatan *social media marketing*. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah *iterative incremental*, metode ini dipilih karena membantu dalam proses pengulangan pengembangan dan juga masalah porsi waktu yang lebih sedikit. Hasil dari penelitian ini adalah modul *digital marketing* dengan pendekatan *social media marketing* berupa *dashboard*.

Kata kunci : *digital marketing, social media marketing, startup*