

## **Perancangan Road To Idcloudhost 8th Anniversary Campaign Sebagai Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital**

**Sofia Turrifda<sup>1</sup>, Indria Angga Dianita<sup>2</sup>,**

*<sup>1,2</sup> Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia*

### **Abstrak**

Perkembangan internet yang tidak terpisahkan dari tatanan kehidupan masyarakat modern. Sektor ekonomi merupakan salah satu sektor yang terkena dampak perkembangan internet dan memberikan efek pada strategi komunikasi pemasaran yang mengalami peralihan dari sebelumnya yang hanya berbentuk konvensional saat ini sudah memasuki bentuk digital. IDCloudHost merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan cloud provider dan hosting milik lokal yang sejak berdiri dari tahun 2015 sudah berusaha memaksimalkan strategi komunikasi pemasaran secara digital, akan tetapi masih belum secara maksimal karena terdapat masalah dan kendala yang dialami dalam pelaksanaan campaign secara digital. Maka dari itu, perancangan karya ini berjudul "Perancangan IDCloudHost 8th Anniversary Campaign Sebagai Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital" yang diharapkan dapat menjadi solusi dari permasalahan komunikasi pemasaran IDCloudHost secara digital pada tahun 2023. Teori yang menjadi acuan dalam perancangan campaign ini adalah strategi komunikasi pemasaran digital, komunikasi pemasaran terpadu, strategi pesan, tipe saluran media dan saluran media digital. Penulis melakukan metode wawancara dan observasi untuk merancang campaign ini. Setelah itu penulis akan mengolah data tersebut untuk dijadikan perancangan IDCloudHost 8th Anniversary Campaign.

**Kata Kunci :** *Kinerja Karyawan, Lingkungan Kerja, Motivasi Intrinsik*

### **Abstract**

*The development of the internet is inseparable from the order of modern society's life. The economic sector is one of the sectors affected by the development of the internet and has an effect on the marketing communication strategy which has undergone a transition from the previous only conventional form which has now entered digital form. IDCloudHost is a local-owned cloud service provider and hosting company which since its establishment in 2015 has been trying to maximize digital marketing communication strategies, but still not optimally because there are problems and obstacles experienced in the implementation of digital campaigns. Therefore, the design of this work is entitled "Designing IDCloudHost 8th Anniversary Campaign as a Digital Marketing Communication Strategy Implementation" which is expected to be a solution to the digital marketing communication problem of IDCloudHost in 2023. The theory that becomes the reference in designing this campaign is a digital marketing communication strategy, integrated marketing communications, message strategies, media channel types and digital media channels. The author uses interview and observation methods to design this campaign. After that the author will process the data to be used as a design for IDCloudHost 8th Anniversary Campaign.*

**Keywords:** Digital Marketing Communication Strategy, Integrated Marketing Communication, IDCloudHost, Campaign

Copyright (c) 2022 Sofia Turrifda

✉ Corresponding author :

Email Address : [sofiaturrifda@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:sofiaturrifda@student.telkomuniversity.ac.id)

## PENDAHULUAN

Penggunaan internet yang sangat lazim digunakan oleh masyarakat dunia saat ini menyebabkan perkembangan dibidang teknologi internet semakin pesat seperti website dan aplikasi yang digunakan sebagai media untuk mengakses internet itu sendiri hingga saat dapat kita temukan semakin berkembang dari segi jumlah dan ragam yang banyak. Menurut Kurniawan dalam (Susanti & Putri, 2020) teknologi cloud computing merupakan salah satu dapat teknologi yang dapat menyediakan layanan tanpa batas bagi pengguna komputer untuk mengakses aplikasi tanpa batas waktu, tempat dan jarak, seperti halnya mengakses aplikasi dan website dalam kehidupan sehari-hari.

PT Cloud Hosting Indonesia (IDCloudHost) merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan cloud provider dan hosting milik lokal yang menyediakan produk seperti Cloud VPS, Cloud Hosting, Bare Metal, Wordpress Hosting, Domain serta kebutuhan server dan hosting lainnya. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang teknologi, IDCloudHost pastinya juga memiliki segmentasi target market dan strategi komunikasi pemasaran yang berbeda dari perusahaan jenis lainnya.

Penulis sebagai peserta Magang Bersertifikat Kampus Merdeka di IDCloudHost diberi kesempatan untuk membuat perancangan *campaign* pada program – program IDCloudHost yang akan diimplementasikan pada tahun 2023. Berdasarkan hasil wawancara penulis bersama D.Athri Kasih yang merupakan Marketing Supervisor IDCloudHost penulis mendapati bahwa program – program IDCloudHost yang telah dilakukan sebelumnya sudah cukup bagus dan berhasil memberikan *impact* kepada audiens dan target audiens program tersebut, akan tetapi setelah ditinjau kembali didapati bahwa ada masalah yang terjadi di beberapa *campaign* pada program yang disebabkan oleh perencanaan *campaign* yang dipersiapkan tidak dilakukan secara detail dan kurang matang secara konsep serta tidak berdasarkan riset mendalam karena dibuat secara terburu-buru mendekati waktu pelaksanaan *campaign* pada program yang menyebabkan pelaksanaan program kurang maksimal. Disebabkan hal tersebut, ada beberapa masalah yang terjadi seperti program yang harus diundur waktu pelaksanaannya dari jadwal yang sudah direncanakan, terjadi kesalahan pada postingan sosial media terkait *campaign* pada program, hingga tidak tercapainya target program yang telah direncanakan sebelumnya. Berdasarkan rancangan *campaign* pada program – program IDCloudHost 2023 yang dirancang oleh penulis dan akan diimplementasikan oleh IDCloudHost pada tahun 2023 diharapkan dapat mengatasi hambatan dan masalah yang terjadi pada *campaign* IDCloudHost sebelumnya.

Penulis memutuskan untuk menjadikan rancangan *Road to IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary Campaign* sebagai rancangan *campaign* pada program – program IDCloudHost 2023 yang terdapat beberapa rangkaian program yaitu program beasiswa IDCloudHost 2023, program Lomba Blog IDCloudHost 2023, dan program *IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary*.

Tujuan penelitian ini adalah membahas bagaimana perancangan *Road to IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary Campaign* sebagai implementasi strategi komunikasi pemasaran digital di PT Cloud Hosting Indonesia 2023 dengan Fokus perancangan meliputi program – program IDCloudHost 2023 yang termasuk dalam rangkaian *Road to IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary Campaign*.

## KERANGKA TEORI

### Komunikasi

Komunikasi menurut Harold Lasswell dalam (Rezi, 2018) merupakan jawaban dari pertanyaan “*who says, what in, which channel, to whom, with what effect*” atau dapat diartikan “siapakah yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya”.

Kotler dan Keller dalam (Barreto, 2014) mengelompokkan daya tarik pesan ke dalam tiga kategori yaitu daya tarik rasional yang membangkitkan kepentingan diri audiens, daya tarik emosional yang bertujuan untuk membangkitkan emosi target audiens, serta daya tarik moral yang identik dengan hal - hal yang tidak bertentangan dengan norma.

### Komunikasi Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller dalam (Firmansyah, 2020) komunikasi pemasaran merupakan sarana yang berfungsi untuk memberikan informasi, mempersuasi, dan mengingatkan konsumen, baik secara langsung ataupun tidak langsung terkait produk dan merek yang dijual.

Dalam mengembangkan strategi komunikasi pemasaran untuk menjangkau dan mempengaruhi calon customer secara online, terdapat tiga tipe saluran media pemasaran digital menurut (Chaffey, 2014), yaitu *paid media* (media berbayar), *earned media* (*viral marketing* dan *word of mouth*) dan *owned media* (media pemasaran milik brand).

### Strategi Komunikasi Pemasaran Digital

Strategi komunikasi pemasaran merupakan formula pemasaran suatu perusahaan bertujuan untuk menciptakan customer value dan mencapai hubungan yang menguntungkan dengan customer. Sebelum membuat strategi komunikasi pemasaran sebuah perusahaan harus menentukan segmentasi pemasaran yang akan menjadi fokus pemasaran (difrensiasi dan positioning) dan hal ini dilakukan dengan cara mengenali serta menganalisis keseluruhan pasar sehingga dapat membentuk segmentasi pasar yang paling cocok dengan value perusahaan (Kotler & Gary, 2012).

Menurut George E. Belch dalam (Morrison, 2015) berikut ini merupakan langkah - langkah perencanaan komunikasi pemasaran terpadu :

- a. Menganalisis Situasi, pada tahap ini terdapat 2 analisa yaitu analisa internal yang meliputi dan analisa eksternal yang meliputi segmentasi pasar, strategi komunikasi pesain, dan strategi positioning
- b. Analisa Proses komunikasi, dengan menentukan tujuan komunikasi, lalu dipertimbangkan dengan baik dalam analisis proses komunikasi ini adalah sumber yang akan digunakan serta bentuk dan saluran pesan karena dalam perencanaan komunikasi pemasaran perencana harus mengetahui berbagai efek dari media yang digunakan terhadap target audiens
- c. Penentuan Anggaran, Idealnya jumlah anggaran promosi yang digunakan harus ditentukan berdasarkan apa yang dilakukan untuk mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan. Namun, dalam realita secara praktiknya anggaran promosi sering kali ditentukan secara sederhana seperti berapa banyak dana yang tersedia atau berdasarkan presentasi dari hasil penjualan yang diperoleh oleh suatu perusahaan
- d. Merencanakan program IMC, Setiap elemen bauran promosi memiliki tujuan yang berbeda dan setiap tujuan tersebut memiliki strategi dan anggarannya masing-masing sehingga keputusan harus dibuat berdasarkan peran dan tingkat kepentingan atau prioritas.

## Komunikasi Pemasaran Terpadu

Menurut Kliatchko dalam (Belch et al., 2020) IMC merupakan proses bisnis mulai dari pengelolaan stakeholders, konten, channel, serta hasil program komunikasi brand secara strategis yang digerakkan oleh audiens.

Menurut (Firmansyah, 2020) dalam Komunikasi Pemasaran Terpadu atau *Integrated Marketing Communication* (IMC) terdapat beberapa *tools*, yaitu :

- a. *Direct Marketing*, merupakan salah satu fungsi IMC yang terdiri dari *front-end* dan *back-end operations*. *Front-end berfungsi untuk* memenuhi keinginan dari konsumen agar mencapai perilaku konsumen yang diinginkan oleh perusahaan, misalnya melakukan penawaran harga khusus, menggunakan database *customer* untuk melakukan penawaran lebih lanjut dan memberikan respon yang baik kepada *customer* melalui *customer service* sedangkan *back end* berusaha memenuhi harapan konsumen terhadap produk dengan cara yang cocok, efektif dan tepat waktu.
- b. *Sales Promotion*, merupakan rancangan penawaran nilai tambah yang dibuat untuk menggerakkan dan mempercepat respons dari *customer* agar termotivasi untuk membeli produk yang biasanya dipicu dengan penawaran produk dalam jangka waktu terbatas.
- c. *Public Relations*, yang secara konsep IMC tidak hanya bertanggung jawab dalam melacak opini publik saja, tetapi juga mengatur *brand* perusahaan serta menjaga reputasinya.
- d. *Personal Selling*, merupakan komunikasi dua arah diantara penjual dan pembeli yang mana penjual memberikan penjelasan terkait produk atau *brand* dalam bentuk *value* dan *problem solving* bagi *customer* sehingga *salesperson* harus memahami *customer* dengan sangat baik
- e. *Advertising*, merupakan suatu bentuk promosi dari suatu ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan secara berbayar
- f. *Word of Mouth Marketing*, merupakan komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa.
- g. *Event and Experience*, merupakan strategi promosi yang memiliki focus utama untuk mendapatkan perhatian dan melibatkan customer secara langsung dalam event.
- h. *Interactive Marketing*, merupakan kegiatan dan program bersifat online yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen secara langsung maupun tidak langsung serta untuk membangun citra atau menjual produk.

## Saluran Media Digital

Menurut Chaffey and Smith dalam (Chaffey, 2014) terdapat enam saluran utama media digital yang direkomendasikan untuk menjangkau audiens, yaitu :

- a. *Search Engine Marketing*, yang bertujuan untuk mendorong klik-tayang yang akan mengarahkan audiens ke situs web saat pengguna mengetikkan *keyword* tertentu.
- b. *Online PR*, yang memaksimalkan publikasi yang menguntungkan bagi brand melalui menggunakan pihak ketiga seperti blogger ataupun media sosial, menanggapi penyebutan negatif brand dan melakukan hubungan masyarakat melalui situs melalui pusat pers atau blog.
- c. *Online Partnership*, yang membuat dan mengelola pengaturan jangka panjang untuk melakukan promosi dengan kerjasama kemitraan dari pihak ketiga. Bentuk kerjasama online partnership adalah membangun tautan, pemasaran afiliasi, sponsor online, dan co-branding
- d. *Interactive Advertising*, yang menggunakan iklan online seperti spanduk dan iklan multimedia untuk mencapai brand awareness dan mendorong audiens klik CTA yang mengarah ke situs target.

- e. *Opt-in email marketing*, yang menggunakan daftar email audiens yang telah bersedia akan mendapatkan email newsletter dari sebuah brand yang bertujuan untuk retensi atau mempertahankan customer dengan menempatkan iklan di buletin email marketing.
- f. *Social Media Marketing*, yang merupakan bagian yang penting dari pemasaran digital yang melibatkan dan mendorong komunikasi pelanggan di situs dan media sosial brand seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Tiktok atau di situs penerbit khusus, blog dan forum

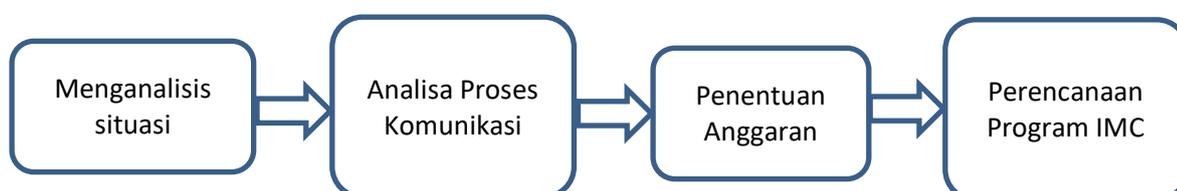
## METODE PENELITIAN

Pada rancangan *Road to Anniversary IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary Campaign* sebagai implementasi strategi komunikasi pemasaran digital ini yang menjadi subjek perancangan karya adalah PT Cloud Hosting Indonesia (IDCloudHost) yang merupakan *startup* penyedia layanan *cloud* dan infrastruktur terkemuka di indonesia yang dipimpin oleh Alfian Pamungkas Sakawiguna selaku CEO yang telah mendirikan IDCloudHost sejak tahun 2015. Sedangkan Objek dalam perancangan karya ini adalah *Road to Anniversary IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary Campaign* sebagai implementasi strategi komunikasi pemasaran digital yang dibuat dalam format proposal kreatif. Karya perancangan *campaign* yang dibuat oleh penulis memuat perencanaan *campaign* untuk beberapa program yang akan dilakukan oleh IDCloudHost pada 6 bulan pertama pada tahun 2023 yang didalamnya terdapat beberapa rangkaian program yang akan berjalan seperti program Beasiswa IDCloudHost 2023, program Lomba Blog IDCloudHost 2023, program *Ramadhan Edition* 2023, dan program IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary 2023.

Dalam proses perancangan *Road to Anniversary IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary Campaign* sebagai implementasi strategi komunikasi pemasaran digital, penulis menggunakan metode kualitatif dengan mengumpulkan sejumlah data yang akan mendukung keberhasilan rancangan *campaign* pada program - program tersebut. Menurut Bugin dalam (Rahmadi, 2011) terdapat 2 jenis data berdasarkan derajatnya yaitu data primer yang merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau pada objek penelitian dan data sekunder yang merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua dari data yang dibutuhkan.

Dalam proses pembuatan rancangan *campaign* IDCloudHost 2023 ini penulis menggunakan jenis data primer dengan melakukan teknik wawancara tidak terstruktur dan mendalam terhadap D. Athri Kasih yang merupakan *Marketing Supervisor* IDCloudHost dan juga menggunakan teknik observasi atau pengamatan partisipan dan non sistematis secara terlibat langsung di kantor marketing IDCloudHost yang terletak di Perumahan Widya Graha 2, Jl. Srikandi No.3, Delima, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau. Sedangkan penulis mendapatkan data sekunder melalui literasi buku terkait komunikasi pemasaran, literasi arkitel jurnal melalui penelusuran internet, dan konten terkait program - program serupa yang didapatkan dari penelusuran berbagai *platform* sosial media.

Penulis menggunakan langkah - langkah perencanaan komunikasi pemasaran terpadu menurut George E. Belch dalam (Morrison, 2015) dalam tahapan pembuatan rancangan *campaign* pada program - program IDCloudHost 2023 sebagai berikut :



Gambar 1. Langkah Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu Menurut George E. Belch dalam (Morrison, 2015)  
(Sumber : Olahan Penulis)

## Pembahasan

Saat mengikuti kegiatan program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka (MBKM) di IDCloudHost sejak September 2021 – Februari 2022, penulis yang mendapatkan kesempatan langsung dari Marketing Supervisor IDCloudHost untuk membuat perancangan *campaign* pada program – program IDCloudHost pada 6 bulan pertama pada tahun 2023 sebagai final project dari kegiatan MBKM dan program – program yang termasuk dalam rangkaian *campaign* yang penulis rancang yaitu program Beasiswa IDCloudHost, Lomba Blog IDCloudHost, Ramadhan Edition dan 8<sup>th</sup> Anniversary IDCloudHost.

Sebelum membuat perencanaan *campaign* pada program – program tersebut penulis diberikan pedoman umum oleh Marketing Supervisor IDCloudHost terkait dengan *campaign* pada program – program yang akan dirancang, yaitu :

- a. Program Beasiswa IDCloudHost 2023 (Januari 2023 – Juni 2023)  
Program ini merupakan kerja sama antara IDCloudHost dan Universitas Telkom yang akan memberikan kesempatan bagi penerimanya yang lolos beberapa tahap tes mulai dari tes online, tes seleksi berkas, dan tes wawancara untuk berkuliah gratis hingga lulus di Universitas Telkom sesuai dengan jurusan yang diinginkannya.
- b. Program Lomba Blog IDCloudHost 2023 (Februari - April)  
Program ini merupakan kerja kompetisi lomba blog untuk para blogger yang diadakan oleh IDCloudHost dengan mengusung tema – tema atau trend terkait teknologi digital ataupun produk milik IDCloudHost dimana backlink ke website IDCloudHost merupakan salah satu syarat dari lomba ini. IDCloudHost akan memberikan hadiah menarik kepada pemenang lomba blog yang berupa uang tunai hingga produk gratis
- c. Program Ramadhan Edition IDCloudHost 2023 (Maret 2023 – April 2023)  
Program ini merupakan program khusus bulan Ramadhan yang akan ditujukan untuk brand awareness, konversi kunjungan traffic web hingga konversi penjualan. *Campaign* pada program ini akan menggunakan nuansa bulan Ramadhan dan penulis diberikan kebebasan dalam membuat konsep dan strategi pada program dan event yang akan dilakukan pada program Ramadhan Edition IDCloudHost 2023 ini.
- d. Program 8<sup>th</sup> Anniversary IDCloudHost 2023  
Program ini merupakan program khusus 8<sup>th</sup> Anniversary IDCloudHost yang akan ditujukan untuk brand awareness, konversi kunjungan traffic web hingga konversi penjualan. *Campaign* pada program ini akan menggunakan nuansa perayaan 8<sup>th</sup> anniversary IDCloudHost dan penulis diberikan kebebasan dalam membuat konsep dan strategi pada program dan event yang akan dilakukan pada program 8<sup>th</sup> anniversary IDCloudHost 2023 ini.

Setelah mendapatkan pedoman tersebut penulis mulai melakukan analisis dengan cara melakukan riset terkait dengan cara pembuatan rancangan *campaign* pada program dengan literasi melalui buku dan jurnal terkait komunikasi pemasaran serta riset dan analisis terkait program serupa yang pernah dilakukan IDCloudHost ataupun kompetitor dan lembaga lainnya melalui observasi di mesin pencarian google dan beberapa platform media sosial. Kemudian penulis juga melakukan wawancara tidak struktur dan mendalam melalui diskusi terkait dengan konsep dan strategi *campaign* pada program – program yang

sebelumnya pernah dilakukan IDCloudHost bersama D. Athri Kasih yang merupakan Marketing Supervisor IDCloudHost. Setelah mendapatkan hasil analisis dari kegiatan riset, wawancara dan observasi tersebut, penulis memutuskan akan merancang program – program tersebut dalam suatu project yang di sebut sebagai *Road to IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary* dan penulis merancang program – program tersebut menjadi satu tema campaign besar yaitu “*Our Journey is Nerver Ending*” yang terinspirasi dari program IDCloudHost 8<sup>th</sup> anniversary yang merupakan perayaan IDCloudHost yang ke delapan tahun sejak didirikan dan kebetulan angka delapan juga merupakan lambing infinity yang garisnya tidak terputus sehingga dapat dideskripsikan garis pada angka delapan tidak ada akhir atau ujungnya.

### Menganalisis Situasi

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan analisis penulis berikut merupakan hasil analisis situasi IDCloudHost terhadap rancangan *Road to IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary Campaign* :

- a. Analisis internal, dari segi komponen SDM IDCloudHost khususnya Tim Business dan Marketing IDCloudHost cukup memadai karena memiliki beberapa divisi yang dapat mendukung keberlangsungan *campaign* pada program. Sedangkan dari segi properti dan aset yang dimiliki IDCloudHost untuk kegiatan *campaign* pada program – program IDCloudHost 2023 sangat memadai dari segi aset media *campaign* IDCloudHost memiliki website, akun sosial media diplatform instagram, tiktok, facebook, youtube, twitter dan linkedin serta email marketing. Dan dari segi dukungan finansial IDCloudHost dalam melakukan kegiatan promosi *campaign* pada program – program biasanya akan diajukan sesuai kebutuhan lalu akan dipertimbangkan dan diputuskan oleh CMO IDCloudHost.. Sedangkan dari segi analisis *campaign* pada program – program IDCloudHost tahun sebelumnya (2022) penulis melakukan wawancara, observasi dan berdiskusi bersama Marketing Supervisor IDCloudHost dan mendapati data terkait program – program yang dilakukan pada semester pertama tahun 2022, strategi pesan komunikasinya, IMC *tools* yang digunakan pada setiap program dan saluran komunikasi digital yang digunakan pada setiap program.
- b. Analisis eksternal atau analisis STP (Segmenting, Targeting, Postitioning) dimana penulis melakukan analisis terhadap target audiens pada setiap rangkaian program – program pada *Road to Anniversary IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary Campaign* berdasarkan segmentasi secara demografis, psikografis, geografis, dan Perilaku yang merupakan variabel pokok sebagai pembeda dalam segmentasi menurut (Putri, 2017). Lalu berdasarkan hasil analisis segmentasi audiens pada setiap program tersebut penulis menentukan dan mengembangkan strategi potitioning *campaign* pada program – program IDCloudHost 2023 secara spesifik yang disesuaikan dengan trend yang terjadi pada target audiens di setiap program – program pada *Road to Anniversary IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary Campaign*.
- c. Analisis SWOT (Strenghts, Weakness, Opportunities, Threads), dimana penulis melakukan analisis SWOT terhadap rangkaian program pada rancangan *Road to IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary Campaign* bedasarkan hasil wawancara bersama Marketing Supervisor IDCloudHost, dan hasil observasi penulis.
- d. Analisis strategi kompetitor, dimana penulis observasi di berbagai platform digital terhadap strategi *campaign* pada program kompetitor dengan cara observasi program – program yang serupa milik kompetitor IDCloudHost ataupun perusahaan atau lembaga lain yang memiliki program serupa dengan *campaign* pada program yang sedang dirancang oleh penulis dan penulis

melakukan analisis strategi *campaign* pada program Beasiswa Bank Indonesia 2022, program Lomba Blog Rumahweb, program Spesial Ramadhan Niagahoster 2022, dan program Niagahister *8<sup>th</sup> Anniversary* 2021.

### Anallisa Proses Komunikasi

Penulis melakukan 2 tahap analisa dalam proses komunikasi pada rancangan *Road to IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary Campaign* yaitu :

- a. Tujuan komunikasi, berdasarkan instruksi dari D. Athri Kasih yang merupakan Marketing Supervisor IDClousHost dan hasil diskusi penulis bersama beliau secara general tujuan komunikasi pemasaran melalui *campaign* pada program – program IDCloudHost 2023 ini adalah brand awareness dan meningkatkan konversi penjualan IDCloudHost dan secara khusus pada program Beasiswa IDCH 2023 adalah *brand awareness* dengan mengajak audiens unutm mendaftar program ini, lalu pada program Lomba Blog IDCH 2023 adalah brand awareness denan mengajak audiens untuk mendaftar dan ikut serta pada kegiatan lomba blog, lalu pada program Ramadhan Edition IDCH 2023 adalah *brand wareness* dan konversi penjualan dengan mengajak audiens unutm mendaftar *event bootcamp* Khatam Coding dan membuat audiens melakukan *action* (kunjungan web hingga transaksi) melalui berbagai event dan promo diskon spesial Ramadhan, sedangkan pada program IDCloudHost *8<sup>th</sup> Anniversary* adalah brand awareness dan konversi penjualan dengan membuat target audiens terlibat pada event terkait program dan membuat audiens melakukan *action* (kunjungan web hingga transaksi) melalui berbagai event dan promo diskon spesial IDCloudHost *8<sup>th</sup> Anniversary* 2023.
- b. Bentuk strategi pesan dan saluran komunikasi, penulis membuat strategi pesan dan saluran komunikasi digital yang cocok digunakan pada setiap program pada rancangan *Road to IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary Campaign*. Strategi pesan yang digunakan pada seluruh program adalah strategi pesan rasional dan emosional, dimana pada pesan rasional memuat pesan informasi general hingga detail terkait pesan yang dapat membangkitkan kepentingan diri dari audiens yang disesuaikan pada setiap program dan pesan emosional bentuk story telling yang membangkitkan emosi audiens yang disesuaikan pada setiap program.

### Penentuan Anggaran

Berdasarkan hasil wawancara dan diskusi penulis bersama Marketing Supervisor IDCloudHost terkaut dengan penentuan anggaran terkait program *campaign* IDCloudHOst 2023 yang dirancang oleh penulis belum bisa dipastikan anggaran pastinya dan dapat dipastikan pada Desember 2022 saat pembukuan terkait dana perusahaan pada tahun 2022 diselesaikan dan jikapun sudah dapat diketahui anggaran pasti dari *campaign* pada program – program IDCloudHost 2023 ini, data terkait anggaran tersebut tidak dapat dipublikasikan karena termasuk salah satu data rahasia milik perusahaan.

### Perencanaan IMC

Penulis menentukan perencanaan IMC *Road to IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary Campaign* yang akan disesuaikan pada setiap program setelah melakukan beberapa tahapan sebelumnya. Penulis menggunakan *tools* IMC dari konsep dasar komunikasi pemasaran terpadu menurut (Firmansyah, 2020) yang meliputi *Direct Marketing, Sales Promotion, Public Relation, Personal Selling, Advertising, Word of Mouth Marketing, Events and Experience, dan Interactive Marketing*

Berikut ini merupakan gambaran general terkait Rancangan *Road to IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary Campaign* sebagai implementasi komunikasi pemasaran digital yang dirancang oleh penulis berdasarkan rangkaian proses sebelum pembuatan dan proses pembuatan rancangan *Road to IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary Campaign*.

**Tabel 1.** Strategi Komunikasi Pemasaran pada Rancangan *Road to IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary*

<b>Nama Program</b>	<b>Potitioning</b>	<b>IMC Tools</b>	<b>Strategi Pesan Komunikasi</b>	<b>Tipe Saluran Media</b>	<b>Saluran Media Digital</b>
Beasiswa IDCloud Host 2023 (Januari - Juni)	Program kolaborasi antara IDCloudHost dan Telkom University yang membantu para calon penerima beasiswa untuk dapat berkuliah secara gratis hingga lulus di Telkom University. tema campaign adalah "Raih Mimpi Bersama IDCloudHost" yang merupakan pengembangan dari campaign utama dari rangkaian campaign pada program ini yaitu "Our Journey is Never Ending"	Adver tising, Direct Marke ting, Social Media Marke ting,	Rasional dan Emosional	Paid Media, Owned Media, Earned Media	1. Engine Marketing (landing page dan artikel program) 2. Online PR (KOL, portal berita) 3. Online Partnership (media partner program) 4. Opt in Email Marketing (EM newsletter) 5. Social Media Marketing (Instagram, tiktok, youtube, twitter) 6. Interactive Advertising : Social media Ads dan Google Ads

Program Lomba Blog IDCloud Host 2023 (Februari - April)	program kompetisi rutin untuk para blogger dantema yang digunakan adalah “memaksimalkan penggunaan website / landing page pada era digital” yang merupakan pengembangan dari campaign utama dari rangkaian campaign pada program ini yaitu “Our Journey is Never Ending” yang disesuaikan dengan konsep program lomba blog.	Advertising, Direct Marketing, Social Media Marketing,	Rasional dan Emosional	Paid Media, Owned Media, Earned Media	1. Engine Marketing (landing page dan artikel program) 2. Opt in Email Marketing (EM newsletter) 3. Social Media Marketing (Instagram, tiktok, youtube, twitter)
Program Ramadhan Edition IDCloud Host 2023 (April - Mei)	program bertujuan untuk brand awareness dan konversi traffic kunjungan website hingga konversi penjualan IDCloudHost pada momentum bulan ramadhan, tema “Ramadhan Produktif, Tingkatkan Kualitas Diri” yang merupakan pengembangan dari campaign utama. Ada beberapa hal yang dilakukan dalam campaign	Advertising, Sales Promotion, Direct Marketing, Social Media Marketing,	Rasional dan Emosional	Paid Media, Owned Media, Earned Media	1. Engine Marketing (landing page dan artikel program) 2. Online PR (KOL, portal berita) 3. Opt in Email Marketing (EM newsletter) 4. Social Media Marketing (Instagram, tiktok, youtube, twitter) 5. Interactive Advertising : Social media Ads dan Google Ads

ramadhan  
edition  
IDCloudHost  
2023 yaitu  
Bootcampa  
online “Khatam  
Coding

ogram IDCloud Host 8th Annivers ary (Mei)	program perayaan <i>anniversary</i> ke 8 sejak berdirinya IDCloudHost dalam industri ini. Program 8 <sup>th</sup> <i>anniversary</i> IDCloudHost ini menjadi konsep <i>campaign</i> utama dalam rangkaian <i>campaign</i> pada program - program IDCloudHost 2023 yaitu dengan tema <i>campaign</i> “ <i>Our Journey is Never Ending</i> ”	Adver tising, Sales Promo tion, Direct Marke ting, Social Media Marke ting,	Rasional dan Emosional	Paid Media, Owned Media, Earned Media	1. Engine Marketing (landing page dan artikel program) 2. Online PR (KOL, portal berita) 3. Opt in Email Marketing (EM newsletter) 4. Social Media Marketing (Instagram, tiktok, youtube, twitter) 5. Interactive Advertising : Social media Ads dan Google Ads
---	--	--	------------------------------	--	---

(Sumber : Olahan Data Peneliti)

## SIMPULAN

Rancangan *Road to IDCloudHost 8<sup>th</sup> Anniversary Campaign 2023* sebagai implementasi strategi komunikasi pemasaran digital ini memuat proses pembuatan rancangan *campaign* pada program - program IDCloudHost 2023 hingga hasil rancangan *campaign* pada rangkaian program tersebut selesai. Penulis sekaligus perancang kamapnye program - program IDCloudHost 2023 menjadikan “*Our Journey is Never Ending*” sebagai *campaign* utama pada rangkaian *campaign* pada program - program IDCloudHost 2023 (*Road to 8<sup>th</sup> Anniversary IDCloudHost*) yang meliputi program Beasiswa IDCloudHost 2023, program Lomba Blog IDCloudHost 2023, Ramadhan Edition IDCloudHOst 2023, dan 8<sup>th</sup> Anniversary IDCloudHost. Dalam proses pembuatan rancangan *campaign* pada program - program IDCloudost 2023 menggunakan konsep langkah perencanaan komunikasi pemasaran terpadu menurut George

E. Belch yaitu menganalisis situasi, analisis proses komunikasi, penentuan anggaran dan perencanaan program IMC. Pada rancangan *campaign* pada program – program IDCloudHost 2023 ini setiap program menggunakan strategi pesan rasional dan emosional yang disebarakan dalam beberapa media saluran digital dan tipe saluran media yang disesuaikan dengan jenis dan tujuan masing – masing program.

### Referensi :

- Barreto, L. P. (2014). *AKSEPTANSI KONSUMEN MUDA TERHADAP IKLAN SMS (SMS ADVERTISING) DI TIMOR-LESTE*. <http://e-journal.uajy.ac.id/4802/3/2MM01776.pdf>
- Belch, G. E., Belch, M. B., Kerr, G., Powell, I., & Waller, D. (2020). Advertising. An Integrated Marketing Communication Perspective. In *McGraw-Hill*.
- Chaffey, D. (2014). Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice. In *Management and Marketing* (Vol. 9, Issue 3).
- Firmansyah, A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Kotler, P., & Gary, A. (2012). *Page 1 Prinsip-prinsip Pemasaran i Edisi kedua belas Jilid 1 PHILIP KOTLER Northwestern ... ( PDFDrive ).pdf* (pp. 1–367).
- Morrison. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pertama)*. PRENADAMEDIA GROUP.  
<https://books.google.co.id/books?id=U9xDDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Antasari Press*.
- Ramadhana, M. R. (2018). *PSIKOLOGI KOMUNIKASI*. Phoenix Publisher.