

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Produk Perusahaan

PT. Telkom Indonesia merupakan perusahaan bagian dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang jasa telekomunikasi. Berikut produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Telkom Indonesia:

2.1.1 Indihome Fiber

Indihome fiber merupakan layanan digital terdepan dengan menggunakan teknologi fiber optic yang menawarkan layanan *triple play* yang terdiri dari internet rumah (*fixed broadband internet*), telepon rumah (*fixed phone*) dan tv interaktif (UseeTV). Indihome fiber juga menawarkan layanan *dual play* yang terdiri dari internet fiber (internet cepat) dan TV interaktif (UseeTV).

2.1.2 Telepon Rumah

Telepon rumah adalah layanan komunikasi telepon dengan keunggulan biaya yang murah dan kualitas suara yang jernih. Paket Indihome fiber menawarkan gratis menelepon sampai 1000 menit (sesuai dengan paket yang dipilih) atau setara dengan 17 jam per bulan yang bisa digunakan baik untuk lokal maupun interlocal secara leluasa. Indihome fiber juga memiliki layanan telepon tambahan lainnya yaitu *Global call*. Tagihan telepon rumah meliputi abonemen, panggilan on net lokal-SLJJ, panggilan seluler serta panggilan internasional. Khusus untuk pelanggan Indihome mendapatkan kuota panggilan lokal dan SLJJ sesuai dengan paket Indihome pelanggan.

2.2 *Digital Marketing*

Digital marketing adalah suatu pemasaran dengan bentuk media *online* dimana saat ini sangat diminati oleh pengguna internet tanpa tatap muka. Adanya *digital marketing* dapat memudahkan seseorang dalam bertransaksi secara online. *Platform* yang digunakan sebuah *digital marketing* yaitu menggunakan *platform digital* yang ada di internet seperti website, sosial media, *digital tv*, dan lainnya dalam meningkatkan target konsumen [5].

Digital marketing sangat berpengaruh kepada para pebisnis karena pada setiap tahunnya jumlah pengguna alat elektronik terutama *smartphone* memiliki peningkatan yang cukup pesat. Marketing sendiri pada dasarnya merupakan upaya untuk melakukan kontak dengan para pengguna atau target pasar dan kita dengan mudah mengaksesnya pada internet [6].

2.3 *Content Marketing*

Content marketing merupakan suatu manajemen yang memastikan identifikasi secara pasti dengan analisa yang kuat untuk dapat menarik perhatian pada calon pelanggan yang akan di distribusikan lewat media digital [7]. *Content marketing* biasanya disusun sesuai dengan target pasar secara spesifik dan diproduksi dengan teknik *story telling* sehingga dapat lebih mudah dalam diterimanya oleh target pasar.

Menurut *content marketing institute*, *content marketing* dapat di definisikan sebagai sebuah strategi marketing dimana berfokus dalam membuat dan mendistribusikan konten yang berharga, relevan dan konsisten untuk dapat menarik dan mendapatkan *audience* dengan ertujuan untuk menghasilkan keuntungan bagi sebuah bisnis [6].

Dalam *content marketing* perlu memiliki beberapa syarat yaitu berguna (*usability*) dan mudah diakses (*accessibility*). *Usability* yaitu suatu konten media digital yang dimana memiliki desain yang sederhana, elegan, serta fungsi yang jelas. Tujuannya akan mendorong para *audiens* untuk melakukan apa yang diinginkan oleh pemilik konten secara efektif. Sedangkan

accessibility adalah suatu konten yang dimana dapat diakses oleh setiap orang secara tidak terdapat batasan dalam mengaksesnya. *Content marketing* dianggap dapat menciptakan kedekatan dengan *audiens* sehingga *marketer* lebih mudah mencapai pada tujuan kegiatan komunikasi pemasaran. *Content marketing* dapat menarik konsumen dengan cara menciptakan suatu *engagement* antara *customer* melalui *sharing content* dan kreatifitas suatu isi pada konten yang relevan, berarti dan mampu menjadi inspirasi calon *customer* pada suatu perusahaan.

2.4 Poster

Pengertian poster menurut Darajat pada tahun 2015 adalah sebuah media yang digunakan dalam iklan luar ruang yang berbahan kertas dan biasanya ditempelkan pada dinding atau tempat yang strategis seperti pada pusat keramaian [8].

2.5 Video

Video adalah suatu rangkaian dari beberapa file klip animasi, file audio dan file gambar yang dibuat secara animasi yang kemudian di edit, di sunting dan diberi efek [9]. Video juga dapat diartikan sebagai gambar hidup yang bergerak dimana pada pembuatan dan penayangannya melibatkan teknologi. Sebagai media audiovisual dengan memiliki unsur gerakan dan suara [10].

2.6 Adobe Illustrator

Adobe illustrator adalah software pengolah gambar dengan berbasis vektor. Menurut Tjiharddi dan Sanwill pada tahun 2006, gambar vektor merupakan gambar yang terbentuk bukan dari sekumpulan titik melainkan terbentuk dari sejumlah garis dan kurva. Vektor bukan terdiri dari titik, maka apabila tampilan pada gambar diperbesar tetap tidak akan kehilangan detailnya sehingga kualitasnya tetap baik [11].

2.7 Canva

Canva merupakan salah satu *platform* desain gratis yang dapat dengan mudah membantu pengguna untuk membuat desain dengan hasil yang

professional dengan terdapat beberapa template desain di dalamnya. Canva memberikan pilihan template yang cukup melimpah namun juga memberikan kesempatan pada pengguna untuk dapat mendesain sendiri dengan menggunakan gambar atau desain yang telah dibuat ke dalam Canva. Canva memiliki kelengkapan pada fitur dimana memudahkan seseorang dalam mendesain misalnya poster, kartu ucapan, brosur, infografis dan lainnya [12].

2.8 Wondershare Filmora

Wondershare Filmora adalah *software* yang dipakai untuk membuat suatu film rumahan dan memudahkan kita dalam membuat suatu video sendiri dengan memberikan berbagai *built-in template* dan dapat disesuaikan dengan fitur untuk mengatur adegan dan mengedit video [13].