BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konten

Menurut Kamus Bahasa Indonesia konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik berupa gambar, teks, grafis, video maupun suara. Konten merupakan senjata utama dalam membentuk sebuah *branding* (Claudia et al., 2021) [4]. Penyampaian Konten dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti melalui media sosial tiktok, televisi, CD, maupun secara langsung [1].

B. Kreatif

Kreatif merupakan suatu kemampuan yang ada pada individu atau kelompok yang memungkinkan untuk melakukan terobosan atau pendekatan tertentu dalam memecahkan masalah yang dengan cara yang berbeda [5].

Menurut James R.Evans (1994), pengertian kreatif adalah kemampuan menemukan hubungan baru, melihat pokok dari sudut pandang berbeda, serta mengkombinasikan beberapa konsep yang sudah mindstream di masyarakat kemudian dirubah menjadi konsep yang berbeda [6].

C. Promosi

Promosi adalah hal-hal yang berkaitan dengan penjualan dan penyampaian informasi mengenai produk. Promosi merupakan pemasaran yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk prerusahaan. Promosi adalah seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa[7].

D. Teknologi Panda

Panda adalah produk unggulan dari Puskomedia yang terus dikembangkan untuk meberikan kemudahan layanan berbasis pemerintahan. Panda memberi solusi pelayanan masyarakat menggunakan cara akurat, cepat dan cerdas. Dikembangkan dengan teknologi paling mutakhir yang memberikan jaminan kemudahan pengelolaan, ketepatan, keamanan dan kevalidan data desa. Aplikasi panda memiliki standar pengelolaan administrasi pemerintahan yang udah teruji dengan baik. Untuk tingkat efisiensi sekarang Panda hadir dalam versi android dan sudah tersedia di google play store bernama Panda – Smart Society[3].

E. Instagram

Instagram adalah media yang memberi kemudahan cara berbagi secara online oleh foto, video, dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman mereka (Budiargo, 2015 : 48) [8]. Foto-foto yang diunggah di Instagram sebagai bentuk untuk mengekspresikan keadaan yang sedang terjadi.

Adapun fitur-fitur yang terdapat pada Instagram antara lain :

a. Followers, fitur ini memungkinkan seseorang dapat berkomunikasi sesama pengguna instagram.
b. Kamera, foto yang telah diambil melalui istagram dapat diolah dengan pengaturan yang tersedia. Terdapat beberapa efek yang digunakan untuk mempercantik foto.
c. Judul foto, berfungsi untuk memberikan judul, menambahkan lokasi foto dan memberikan narasi pada foto tersebut.
d. Arroba (@), digunakan untuk menautkan pengguna lain dan memastikan nama akun instgram orang lain.
e. Hastag (#) adalah sebuah kode untuk memudahkan pengguna dalam mencari foto dengan kata kunci tertentu. Biasanya label hastag banyak digunakan untuk melakukan publikasi dan promosi agar cepat ditemukan dan semakin populer.

f. Tanda suka (love), merupakan tanda bahwa pengguna lain menyukai sebuah postingan yang diunggah.
g. Populer adalah halaman tempat kumpulan dari foto-foto dari seluruh dunia.

F. Figma

Figma adalah salah satu aplikasi yang bisa digunakan untuk membuat desain dan memudahkan designer untuk berkolaborasi dan bekerjasama dengan tim secara bersama dalam dokumen yang sama serta dapat memberikan komentar, saran, bahkan mengubah rancangan desain yang ada dalam waktu yang bersamaan. Selain itu figma juga bersifat real time dimana setiap perubahan akan tersimpan secara otimatis (Suryaningsih et al., 2021) [9].

G. Google Docs

Google Docs adalah salah satu aplikasi yang layanan pengolah kata yang disediakan oleh google secara gratis, yang memungkinkan seseorang untuk melihat seluruh dokumen setiap saat. Google Docs dapat digunakan untuk membuat berbagai macam dokumen penting, seperti catatan meeting, cover letter, proposal, dan masih banyak lagi. Google Docs memungkinkan seseorang untuk tetap berkolaborasi dan bekerja sama bersama tim [10].