

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
KERJA PRAKTIK DI DIVISI MARKETING APLIKASI HELO
INDONESIA- BYTEDANCE**

**ANALISIS RISET PASAR DAN REKOMENDASI STRATEGI
DIGITAL MARKETING PADA APLIKASI HELO INDONESIA**



SEVIRA WULANDARI

19103088

**PROGRAM STUDI S1 SISTEM INFORMASI
FAKULTAS INFORMATIKA
INSTITUT TEKNOLOGI TELKOM PURWOKERTO
2022**

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
KERJA PRAKTIK DI DIVISI MARKETING APLIKASI HELO
INDONESIA - BYTEDANCE**

**ANALISIS RISET PASAR DAN REKOMENDASI STRATEGI
DIGITAL MARKETING PADA APLIKASI HELO INDONESIA**



**Laporan Praktik Kerja Lapangan/Kerja Praktik disusun guna memenuhi
syarat kewajiban Praktik Kerja Lapangan**

SEVIRA WULANDARI

19103088

**PROGRAM STUDI S1 SISTEM INFORMASI
FAKULTAS INFORMATIKA
INSTITUT TEKNOLOGI TELKOM PURWOKERTO
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN/KERJA PRAKTIK DI HELO-BYTEDANCE

ANALISIS RISET PASAR DAN REKOMENDASI STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA APLIKASI HELO INDONESIA

Dipersiapkan dan Disusun Oleh

SEVIRA WULANDARI

19103088

Telah dipresentasikan pada hari Senin, 26 Desember 2022

Mengetahui
Ketua Program Studi,



(Dwi Mustika Kusumawardani, S.Kom., M.Kom.)
NIDN. 0617019102

Pembimbing PKL/KP,



(Shendy Fernandez, S.Kom., M.Kom.)
NIDN.02010992

ABSTRAK

ANALISIS RISET PASAR DAN REKOMENDASI STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA APLIKASI HELO INDONESIA

Oleh
Sevira Wulandari
19103088

Pennerapan digitalisasi saat ini ada dalam berbagai bidang. Tak terkecuali pada promosi dan pemasaran. Digital marketing menjadi salah satu cara dalam meningkatkan penjualan serta membangun brand awareness. Helo Indonesia adalah salah satu aplikasi sosial media yang berfokus pada hiburan dan informasi atau berita terkini. Maraknya beragam aplikasi membuat setiap startup berlomba-lomba untuk mempromosikan dan mengenalkan aplikasi yang dimilikinya kepada masyarakat. Tak terkecuali Helo. Namun, beberapa aplikasi lain yang serupa mulai bermunculan dan menggunakan lebih banyak channel atau platform untuk beriklan. Oleh karena itu, tentunya diperlukan adanya strategi digital marketing yang bisa ditambahkan dalam promosi dan branding aplikasi Helo. Selain itu juga diperlukan riset pasar sebagai awal yang dapat menentukan strataegi digital marketing apa saja yang bisa ditambahkan. Metode analisis data adalah dengan wawancara dan studi literatur. Riset pasar yang digunakan adalah dengan menggunakan Google Trends dan Google Form, kemudian terdapat analisis STP dan analisis pesaing. Berdasarkan hasil riset pasar, didapatkan segmentasi geografis, demografis, dan psikografis, targeting, dan positioning produk serta rekomendasi strategi digital marketing pada Aplikasi Helo.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, Riset Pasar, Strategi

ABSTRACT

MARKET RESEARCH ANALYSIS AND DIGITAL MARKETING STRATEGY RECOMMENDATIONS FOR THE HELO INDONESIA APPLICATION

by
Sevira Wulandari
19103088

. The current application of digitization is in various fields. No exception in promotion and marketing. Digital marketing is a way to increase sales and build brand awareness. Helo Indonesia is a social media application that focuses on entertainment and the latest information or news. The rise of various applications makes every startup compete to promote and introduce their applications to the public. Hi there is no exception. However, several other similar applications began to appear and use more channels or platforms for advertising. Therefore, of course, a digital marketing strategy is needed that can be added to the promotion and branding of the Helo application. Apart from that, market research is also needed as a start which can determine what digital marketing strategies can be added. Methods of data analysis are interviews and literature studies. The market research used is Google Trends and Google Forms, then there is STP analysis and competitor analysis. Based on the results of market research, geographic, demographic and psychographic segmentation, targeting and product positioning as well as recommendations for digital marketing strategies for the Helo application are obtained.

Keywords: *Digital Marketing, Market Research, Strategy*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Alloh swt yang telah melimpah kasih karunia dan bimbingannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan kegiatan kerja praktik dan penyusunan laporan kerja praktik dengan lancar. Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan di Helo -Bytedance pada tanggal 01 September sampai dengan 30 September 2022. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada ;

1. Alloh swt yang telah memberikan kekuatan dan memberikan kelancaran dalam pelaksanaan kerja praktik dan penyusunan laporan kerja praktik.
2. Bapak Dr. Arfianto Fahmi, S.T., M.T., IPM selaku Rektor Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
3. Ka Syifa Aulia yang telah memberikan izin dan mendampingi selama melaksanakan kerja praktik di Helo-Bytedance.
4. Bapak Shandy Fernandez, S.Kom., M.Kom. selaku dosen pembimbing Kerja Praktik yang telah memberikan bimbingan dan dukungan dalam penyusunan laporan kerja praktik.
5. Ayah, Ibu, adik, keluarga dan sahabat penulis yang selalu memberikan semangat, dukungan, perhatian, materi dan selalu mendoakan penulis selama pelaksanaan kerja praktik dan penyusunan laporan kerja praktik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan kerja praktik ini tidak luput dari kekurangan oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik untuk menjadi evaluasi bagi penulis. Akhir kata, penulis harap agar laporan ini dapat memberikan bermanfaat.

Purwokerto, 25 Desember 2022

Sevira Wulandari

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Jenis Segmentasi Pasar	10
Tabel 3 1 Daftar Kegiatan PKL.....	14
Tabel 3 2 Analisis Pesaing	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Google Trends Sub Region	18
Gambar 3. 2 Google Trends Related Topics.....	19
Gambar 3. 3 Google Trends Compare	19
Gambar 3. 4 Google Trends Graphic Compare.....	19
Gambar 3. 5 Google Trends Compare Sub Region	20
Gambar 3. 6 Google Trends Compare Keywords.....	20
Gambar 3. 7 Google Trends Compare Sub Region	21
Gambar 3. 8 Formulir Riset Pasar	22
Gambar 3. 9 Grafik Pekerjaan	23
Gambar 3. 10 Diagram Jenis Kelamin Kreator	23
Gambar 3. 11 Grafik Usia Kreator	24
Gambar 3. 12 Jawaban Kuisisioner	24
Gambar 3. 13 Jawaban Kuisisioner	25

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan	3
C. Ruang Lingkup	3
D. Aspek Umum dan Kelembagaan	3
E. Metode Penulisan Laporan	5
F. Sistematika Penulisan Laporan	5
BAB II	7
LANDASAN TEORI	7
A. Digital Marketing	7
B. Riset Pasar	8
C. STP (Segmentation, Targetting, Positioning)	9
3.1.1. Segmentation	9
3.1.2. Targetting	10
3.1.3. Positioning	12
BAB III	14
ANALISA DAN PEMBAHASAN	14
A. Pekerjaan/Kegiatan	14
B. Analisis dan Pembahasan Hasil Pekerjaan	18
BAB IV	28
PENUTUP	28
A. Kesimpulan	28

B. Saran	28
DAFTAR PUSTAKA.....	28