

STRATEGI OPTIMALISASI KONTEN KREATOR PADA MEDIA: TIKTOK DAN INSTAGRAM PADA PERUSAHAAN DREAM.CO.ID

¹ Musafira Okta Ghina Tsabitah,²Nurjanti Takarini
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
¹21012010079@upnjatim.ac.id,²Yayannurjanti.em@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

Content creators in the era of digital marketing social media platforms such as Tiktok and Instagram play an important role, especially for online media companies such as Dreamco.id. TikTok and Instagram are used to attract the attention of the audience through the use of trends, hashtags, and popular music, to the main container as a massive information distribution by utilizing very prominent visuals and narratives using qualitative research methods to understand the dynamics and preferences of optimization of Dream.co.id marketing strategies. Excellence Understanding the dynamics and preferences of using social media platforms is very effective for companies to achieve strategic goals in increasing visibility, user engagement, and up to, success in digital marketing

Keywords: *Tiktok, Instagram, Strategy Marketing*

ABSTRAK

Konten kreator dalam era pemasaran digital platform media sosial seperti Tiktok dan Instagram sangat berperan penting terutama bagi perusahaan media daring seperti Dreamco.id . TikTok dan Instagram digunakan untuk menarik perhatian audiens melalui penggunaan tren, hashtag, dan musik populer, hingga wadah utama sebagai penyaluran informasi masif dengan memanfaatkan visual dan narasi yang sangat menonjol menggunakan metode penelitian kualitatif untuk memahami dinamika dan preferensi optimalisasi strategi pemasaran Dream.co.id. Keunggulan Memahami dinamika dan preferensi penggunaan platform media sosial sangat efektif bagi perusahaan untuk mencapai tujuan strategis dalam meningkatkan visibilitas, keterlibatan pengguna, dan hingga, kesuksesan dalam pemasaran digital.

Kata kunci: *Tiktok, Instagram, Strategi Pemasaran.*

PENDAHULUAN

Konten kreator adalah kegiatan menyebarkan informasi yang ditransformasikan ke dalam sebuah gambar, video dan tulisan atau disebut sebagai sebuah konten. Seiring berjalannya waktu dalam era digital yang terus berkembang, peran konten kreator menjadi semakin penting sebagai penghasil materi yang tidak hanya edukatif namun juga menghibur, disesuaikan dengan preferensi audiens yang dituju. Konten yang diciptakan dapat berupa beragam format seperti foto, video, podcast, tulisan, dan karya seni digital, yang dapat disebarkan melalui berbagai platform media sosial seperti YouTube, Twitter (sekarang X), TikTok, Instagram, Facebook, maupun blog. (Devi Lianovanda, 2023)

Konten kreator di platform media sosial tidak hanya berperan dalam pemasaran dan *branding* perusahaan, tetapi juga dalam menyampaikan informasi yang relevan dan menarik. Sehingga menjadi konten kreator harus dapat mengoptimalkan strategi konten melalui TikTok dan Instagram memerlukan kemampuan dalam menulis, merevisi, mengedit, dan memperbarui konten untuk berbagai platform sebelum publikasi.

Pengaruh optimalisasi strategi dalam konten kreator ini sangat berperan penting dalam pemasaran digital diantaranya:

1. Meningkatkan *Brand Awareness*
2. Meningkatkan SEO dan Visibilitas
3. Menyesuaikan Perubahan Tren Pasar
4. Menganalisis Target Audiens

Secara keseluruhan, pengaruh optimalisasi strategi konten kreator tidak hanya berdampak pada keterlibatan dan interaksi audiens, tetapi juga memainkan peranan kunci dalam membangun brand awareness, meningkatkan konversi serta memperkuat hubungan jangka Panjang dengan audiens.

Tujuan penelitian ini dibahas adalah untuk membahas bagaimana strategi optimalisasi yang melibatkan konten kreator dalam mempromosikan video melalui platform media sosial seperti Tiktok dan Instagram.

LANDASAN TEORI

Creative Thinking

Secara garis besar, *creative thinking* adalah kemampuan berpikir secara luas dan dapat memecahkan masalah dari berbagai sudut pandang. sedangkan menurut para ahli oleh mengemukakan bahwa kreativitas sering juga disebut berpikir kreatif (*creative thinking*), yaitu aktivitas kognitif atau proses berpikir untuk menghasilkan gagasan-gagasan yang baru dan berguna atau *new ideas and useful*. (Suharman, 2008) *Creative thinking* penting dalam banyak bidang kehidupan, termasuk seni, ilmu pengetahuan, teknologi, bisnis, dan pendidikan, karena dapat menghasilkan inovasi dan perubahan positif. pentingnya menerapkan *creative thinking* ini dalam perusahaan Dream.co.id guna menyampaikan ide-ide yang kreatif dan menciptakan sebuah konten yang menarik.

Communication Skills

Komunikasi adalah suatu proses atau aliran penyampaian informasi dan pesan secara dua arah yang berorientasi kepada pihak penerimanya, dalam artian dapat dilihat oleh penerimanya atau kemampuan seseorang untuk menyampaikan informasi, gagasan,

atau emosi kepada orang lain dengan jelas dan efektif. Ini mencakup berbagai aspek seperti kemampuan mendengarkan dengan baik, mengungkapkan diri secara tepat, menggunakan bahasa tubuh yang sesuai, serta kemampuan untuk memahami dan merespons dengan baik terhadap komunikasi orang lain. *Communication skill* sangat penting dalam berbagai konteks, baik dalam kehidupan sehari-hari, pekerjaan, maupun dalam hubungan interpersonal, karena dapat mempengaruhi interaksi dan keberhasilan seseorang dalam mencapai tujuan-tujuan mereka.

Hubungan antara *communication skill* (keterampilan komunikasi) dengan konten kreator sangat erat. Sebagai konten kreator, seseorang perlu mampu menyampaikan ide-ide mereka dengan jelas, menarik, dan efektif kepada audiens mereka. Berikut adalah beberapa cara di mana keterampilan komunikasi berperan dalam kesuksesan konten kreator:

1. Pengembangan Ide Konten
2. Penulisan dan penyuntingan
3. Pembuatan Video atau Audio
4. Berinteraksi dengan Audiens
5. Pemasaran dan Promosi

Keterampilan komunikasi yang baik dapat membantu konten kreator untuk membangun reputasi yang menonjol, meningkatkan *engagement* dengan audiens, dan memperluas jangkauan konten.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode analisis konten kualitatif. Metode kualitatif adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan optimalisasi strategi konten kreator secara mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi optimalisasi konten kreator dalam mempromosikan video melalui platform media sosial seperti TikTok dan Instagram.

Dari berbagai jenis teknik, penulis ini menggunakan teknik analisis konten, metode teknik ini digunakan untuk menganalisis materi atau komunikasi baik teks tertulis, audio atau visual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Cara Perusahaan Dream.co.id mengoptimalkan strategi dalam bersosial media.

Strategi optimalisasi konten kreator dalam media sosial adalah serangkaian pendekatan dan praktik untuk meningkatkan kualitas, visibilitas, dan dampak konten yang dibuat oleh kreator di platform seperti Instagram dan Tiktok. Strategi utama dalam konten

kreator adalah Memahami audiens adalah dasar dari konten media sosial yang sukses. Lakukan penelitian menyeluruh untuk mengidentifikasi preferensi, demografi, dan minat mereka. Sesuaikan konten agar sesuai dengan audiens target, ciptakan koneksi yang mendorong keterlibatan (Ilham Citra Mulyawan, 2024).

Perencanaan konten membantu memastikan bahwa konten yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dan relevan dengan target audiens. Dengan merencanakan topik, format, dan gaya penulisan konten, tim kreator dapat menghasilkan materi yang menarik dan berguna bagi audiens. Selain itu, dengan adanya perencanaan konten, tim pemasaran dapat lebih mudah mengukur performa konten yang sudah disajikan. Dengan alat analisis yang tepat, mereka dapat mengevaluasi apakah konten sudah mencapai tujuan yang ditetapkan dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. (Patria, 2023)

Dari penjelasan latar belakang kita mengetahui bahwasanya konten kreator memiliki peran penting dalam media sosial untuk dapat mengoptimalkan strategi konten. harus dapat memahami audiens platform media yang ditujukan. Faktor utama dari keberhasilan seorang konten kreator memahami dinamika platform penggunaan media sosial secara efektif.

Dream.co.id adalah situs muslim *lifestyle* yang pertama di Indonesia yang fokus pada selebritas, kuliner, gaya hidup, kecantikan, kesehatan, *parenting*, travel, ekonomi dan komunitas para hijabers. Selain itu, dalam media Dream.co.id sendiri memiliki program baru yaitu Noted Kak dan Bungkus. Program ini berfokus pada pembuatan konten aktivitas kantor (Noted Kak) dan review makanan, tebak makanan dan lain-lain (Bungkus). (Huda, 2024)

Strategi Optimalisasi yang dilakukan oleh Dream.co.id adalah sebagai berikut:

1. Mengenali target audiens, dengan riset dan analisis target audiens akan lebih mudah untuk menarik perhatian audiens.
2. Mengikuti tren, sekarang dengan mengikuti tren yang ada di media sosial seperti Tiktok dan Instagram ini dapat meningkatkan
3. Membuat perencanaan, konten kreator Dream.co.id sebelum membuat video langkah pertama yang dilakukan adalah membuat perencanaan konten akan tersusun rapi dan memudahkan dalam pembuatan konten.

Penulis melakukan penelitian ini untuk menghasilkan pemahaman mendalam tentang strategi optimalisasi konten kreator dalam mempromosikan video melalui platform media sosial seperti TikTok dan Instagram.

Peran Konten Kreator dalam Pemasaran Digital

Konten kreator memainkan peran krusial dalam membangun brand awareness dan meningkatkan keterlibatan audiens melalui penggunaan berbagai format konten seperti gambar, video, dan tulisan. Konten kreator dapat menyesuaikan diri dengan perubahan tren pasar dan menciptakan konten yang relevan dan menarik untuk audiens mereka.

Strategi Optimalisasi Konten Kreator

Strategi utama dalam optimalisasi konten kreator meliputi pemahaman mendalam terhadap audiens target. Hal ini mencakup identifikasi preferensi, demografi, dan minat audiens untuk menyesuaikan konten secara efektif. Penggunaan *hashtag*, musik populer, dan elemen visual yang menonjol sangat penting dalam menarik perhatian dan meningkatkan visibilitas konten di platform TikTok dan Instagram.

Faktor-Faktor Keberhasilan

Kesuksesan strategi konten kreator juga bergantung pada kemampuan mereka dalam menulis, merevisi, mengedit, dan memperbarui konten untuk berbagai platform sebelum publikasi. Ini memastikan konten tetap relevan dan efektif.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan landasan yang kokoh bagi perusahaan seperti Dreamco.id untuk mengembangkan dan meningkatkan strategi pemasaran digital mereka melalui optimalisasi konten kreator di era media sosial saat ini.

PENUTUP

Dalam era pemasaran digital saat ini, peran konten kreator di platform media sosial seperti TikTok dan Instagram sangat vital bagi perusahaan media daring seperti Dreamco.id. Strategi pemasaran yang mengoptimalkan penggunaan tren, *hashtag*, dan musik populer menjadi kunci untuk menarik perhatian audiens secara efektif. Penelitian ini menyoroti pentingnya memahami dinamika dan preferensi pengguna dalam memaksimalkan strategi konten kreator, yang berperan penting dalam meningkatkan visibilitas, keterlibatan pengguna, dan membangun *brand awareness* yang kuat.

Dreamco.id telah mengimplementasikan strategi yang melibatkan identifikasi target audiens secara mendalam, mengikuti tren terkini, dan merencanakan konten dengan baik sebelum produksi. Hal ini adalah langkah-langkah krusial dalam memastikan konten yang dihasilkan relevan dan efektif di platform-platform media sosial. Kesuksesan dari strategi ini juga bergantung pada kemampuan konten kreator dalam mengelola konten mereka dengan baik, termasuk dalam hal penulisan, revisi, *editing*, dan pembaruan konten secara teratur. Dengan demikian, penelitian ini memberikan landasan yang kuat bagi Dreamco.id untuk terus mengembangkan dan meningkatkan kehadiran mereka dalam pemasaran digital melalui pendekatan yang terfokus pada optimalisasi konten kreator di platform TikTok dan Instagram. Mengadopsi pendekatan ini secara lebih dalam akan membantu Dreamco.id mempertahankan posisi mereka sebagai pemimpin di industri media daring yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Devi Lianovanda. (2023). *Definisi Content Creator*. <https://blog.skillacademy.com/apa-itu-content-creator>
- Huda, E. (2024). *Situs muslim lifestyle yang fokus pada dunia entertainment*. <https://www.dream.co.id>
- Ilham Citra Mulyawan. (2024). *Analisis Konten*. Analisis dan Strategi dalam Membuat Konten Media Sosial %7C kumparan.com
- Patria, R. (2023). *Ide Konten*. <https://www.domainesia.com/berita/content-plan/>
- Suharman. (2008). *psikologi kognitif*. <http://andragogi.com/>