

## MENINGKATKAN SELF-BRANDING SOSIAL MEDIA MELALUI MICRO CONTENT VIDEO

Ketut Agus Seputra<sup>1</sup>, I Ketut Purnamawan<sup>2</sup>, Kadek Yota Ernanda<sup>3</sup>, Luh Joni Erawati Dewi<sup>4</sup>, Ni  
Luh Dewi Sintiar<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Jurusan Teknik Informatika FTK UNDIKSHA

Email:agus.seputra@undiksha.ac.id

### ABSTRACT

*Branding is a crucial aspect for companies or organizations in building a positive image in the eyes of consumers. Digital branding aims to create a positive impression and establish a good perception of the brand among online consumers. Its goal is to enhance user engagement with the brand, improve the brand's position among competitors, and ultimately increase the company's sales and revenue. The digital economy's growth also provides opportunities for talented and creative young generations. Social media is no longer just a communication tool but has also become an online business platform. One popular type of content among young generations is micro video content. This content includes short videos like short video clips, reels, and stories. However, it's important to remember that developing content requires creative ideas and a solid concept to ensure that the resulting videos attract users and achieve their predefined goals. The basic Augmented Reality (AR) training offered to students at Bali Mandara State Vocational School has the theme of "Enhancing Social Media Branding through Micro Video Content." This theme was chosen so that students can understand the basic concept of self-branding, design promotional concepts through micro video content, and leverage the opportunities offered by social media. The training takes place over a single day and includes the delivery of materials and the development of content in three different sessions. These sessions cover the basic understanding of self-branding, the development of micro video content for soft-selling strategies, and the content publication phase. The participants' enthusiasm for the training is very high, mainly attributed to the novelty of the training materials for the students and the relevance of the content to their competencies. Furthermore, the students are highly enthusiastic about participating in practical exercises, such as creating micro video content using the CapCut application and designing landing pages.*

**Keywords:** *Soft Selling Sosial Media, Micro Content Video, Landing Page*

### ABSTRAK

Branding adalah aspek yang sangat penting bagi perusahaan atau organisasi dalam upaya membangun citra positif di mata konsumen. Branding digital bertujuan menciptakan kesan positif dan membangun persepsi yang baik terhadap merek di kalangan konsumen online. Ini bertujuan untuk meningkatkan interaksi pengguna dengan merek, meningkatkan posisi merek di antara pesaing, dan pada akhirnya, meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan. Pertumbuhan ekonomi di dunia digital juga menciptakan peluang bagi generasi muda yang berbakat dan kreatif. Media sosial bukan lagi hanya alat untuk berkomunikasi, tetapi juga menjadi platform bisnis online. Salah satu jenis konten yang sangat populer di kalangan generasi muda adalah micro video. Jenis konten ini mencakup video pendek seperti short video, reels, dan story, yang semuanya memiliki daya tarik unik dan seringkali mendapat banyak perhatian. Namun, penting untuk diingat bahwa pengembangan konten memerlukan gagasan kreatif dan konsep yang matang agar video yang dihasilkan dapat menarik pengguna dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Pelatihan dasar Augmented Reality (AR) yang ditawarkan kepada siswa SMK Negeri Bali Mandara memiliki tema "Meningkatkan Branding di Media Sosial melalui Konten Micro Video." Tema ini dipilih agar siswa dapat memahami konsep dasar self-branding, mampu merancang konsep promosi melalui konten micro video, dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh media sosial. Pelatihan berlangsung selama satu hari dan mencakup penyampaian materi serta pengembangan konten dalam tiga sesi yang berbeda. Sesi ini mencakup pemahaman dasar tentang self-branding, pengembangan konten micro video untuk strategi soft selling, dan tahap publikasi konten. Antusiasme peserta pelatihan sangat tinggi dalam mengikuti kegiatan tersebut. Ini dapat diatribusikan sebagian besar kepada materi pelatihan yang baru bagi siswa dan relevansi materi dengan kompetensi yang dimiliki siswa. Hal ini menciptakan kesan awal yang sangat menarik bagi siswa. Tidak hanya itu, siswa juga sangat antusias dalam mengikuti latihan praktik pembuatan video konten micro menggunakan aplikasi CapCut dan pembuatan landing page.

**Kata kunci:** *Soft Selling Sosial Media, Micro Content Video, Landing Page*

## **PENDAHULUAN**

Branding menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan atau organisasi dalam membangun citra positif di mata konsumen. Terlebih lagi kemajuan pesat dalam teknologi yang menyebabkan banyak perubahan terhadap perilaku manusia dan lingkungan operasi, termasuk bagaimana teknologi tersebut dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan citra individu maupun organisasi. Branding secara digital dipandang menjadi salah satu solusi efektif untuk meningkatkan interaksi dengan calon audiences. Branding digital adalah cara membangun citra positif dan kesadaran merek suatu perusahaan atau organisasi melalui penggunaan media digital dan teknologi internet. Branding digital melibatkan penggunaan berbagai platform online seperti situs web, media sosial, email, iklan digital, dan konten online lainnya untuk mengembangkan identitas merek dan mempromosikan produk atau layanan yang ditawarkan.

Tujuan dari branding digital adalah untuk menciptakan kesan positif dan menghasilkan persepsi yang baik tentang merek di antara konsumen online. Hal ini dapat membantu meningkatkan keterlibatan pengguna dengan merek, meningkatkan keterpilihan merek di antara pesaing, dan akhirnya meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan. Dalam era digital saat ini, branding digital sangat penting bagi bisnis dan organisasi. Dengan meningkatnya penggunaan internet dan media sosial, perusahaan perlu memastikan bahwa mereka memiliki kehadiran online yang kuat dan membangun citra merek yang positif di platform-platform tersebut. Hal ini dapat membantu memperkuat hubungan merek dengan pelanggan dan menciptakan kepercayaan yang diperlukan untuk meningkatkan kesetiaan pelanggan.

Pertumbuhan ekonomi di dunia maya juga memberikan peluang bagi munculnya generasi muda yang berbakat dan kreatif. Media sosial bukan lagi sekadar tempat untuk berinteraksi, tetapi juga telah menjadi platform untuk berbisnis secara online. Contohnya, TikTok telah memainkan peran penting dalam penjualan online. Kehadiran TikTok sebagai platform penjualan bisa dianggap sebagai tantangan dan peluang bagi para konten kreator. Peluang tersebut bisa berarti menciptakan ide-

ide konten untuk menambah jumlah pengikut dengan tujuan akhir menjadi seorang influencer yang berpengaruh. Dampak positif dari hal ini adalah influencer memiliki potensi untuk memulai bisnis yang sesuai dengan citra personal yang telah mereka bangun.

Micro video merupakan salah satu jenis konten yang saat ini sangat populer di kalangan generasi muda. Jenis konten ini mencakup video-video pendek, seperti short video, reels, dan story, yang semuanya memiliki daya tarik tersendiri dan seringkali mendapatkan banyak perhatian. Micro video content dapat dianggap sebagai format yang ringkas dan singkat, dirancang untuk disajikan dalam waktu yang singkat, tetapi mampu menyampaikan pesan atau hiburan dengan efektif. Biasanya, micro video content memiliki durasi yang pendek, biasanya kurang dari satu menit, sehingga cocok untuk dikonsumsi secara cepat di berbagai platform media sosial. Keunggulan dari micro video content adalah kemampuannya untuk menarik perhatian dengan cepat, membuat pengguna terlibat, dan menyampaikan pesan atau cerita dalam waktu singkat. Ini adalah alat yang efektif untuk meningkatkan kehadiran merek, berbagi informasi, atau hanya sekedar menghibur secara cepat di era media sosial yang cepat berubah. Diawali dari pengenalan brand, mengoptimalkan *engagement*, meningkatkan pengikut, hingga memperluas jangkauan pemasaran secara digital tentu akan sangat bermanfaat sekali bagi pelaku bisnis maupun penggiat sosial media. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kepedulian akan peluang yang hadir bagi generasi muda untuk menjadi lebih kreatif, salah satunya kepada siswa SMK Teknik Komputer Jaringan dan Telekomunikasi (TJKT).

## **METODE**

Micro Content memiliki peran yang sangat penting dalam strategi pemasaran konten yang diadopsi oleh perusahaan. Terlepas dari ini, perlu diingat bahwa penerapan konten mikro juga dapat memberikan manfaat signifikan bagi pengguna media sosial yang bukan pembuat konten profesional (Rose, 2022). Micro Content merujuk pada jenis penulisan singkat dalam bentuk fragmen teks atau frasa yang sering kali disajikan tanpa konteks tambahan yang mendukung. Fungsi utama konten mikro adalah

untuk mengkomunikasikan pesan inti suatu konten dalam format yang ringkas.

Namun perlu disadari, pengembangan konten memerlukan gagasan atau ide kreatif serta konsep yang matang agar video yang dihasilkan dapat menarik pengguna dan sesuai dengan tujuan pengembangan. Pelatihan dasar AR pada siswa SMK Negeri Bali Mandara mengusung tema “Meningkatkan Branding Sosial Media melalui Micro Video Content”. Tema ini diangkat agar siswa sejak dini dapat memahami dasar self branding, mampu merancang konsep promosi melalui Micro Content, serta memanfaatkan peluang dari hadirnya sosial media.

Pelatihan dilaksanakan dalam satu hari mulai dari penyampaian materi hingga pengembangan konten yang dikemas dalam tiga sesi seperti pada gambar 2. Yakni sesi pertama penyampaian materi dasar self branding dan menggali IDE, sesi kedua berkaitan dengan pengembangan micro content untuk strategi soft-selling, dan sesi ketiga tentang publikasi konten (Julio, 2020).



Gambar 2. Tahapan Pelatihan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Self Branding

Self-branding dalam digital marketing merujuk pada upaya individu atau profesional untuk membangun dan mempromosikan citra pribadi mereka sebagai merek di lingkungan digital (Ishihara and Oktavianti, 2021). Ini melibatkan penciptaan dan peningkatan citra profesional atau pribadi seseorang melalui berbagai platform online seperti media sosial, blog, situs web pribadi, dan lainnya. Micro Content merupakan salah satu konten yang saat ini marak digunakan untuk menguatkan branding.

Dalam praktiknya, proses self-branding dalam konteks micro video content memerlukan pemahaman yang mendalam tentang diri atau

merek yang akan dibangun. Hal ini mencakup identifikasi nilai-nilai yang akan diungkapkan dalam setiap video yang dihasilkan. Aspek-aspek seperti gaya berbicara, penampilan, dan pesan yang disampaikan harus dipertimbangkan dengan matang.



Gambar 3. Self Branding

Selain itu, menjaga konsistensi dalam penampilan dan pesan yang akan disampaikan di berbagai video adalah kunci dalam membangun citra merek yang kuat dan mudah dikenali di antara pengikut. Konsistensi ini menciptakan fondasi yang kokoh untuk identitas self-branding. Terakhir, menggunakan tagline atau hashtag yang secara khusus terkait dengan citra yang akan ditonjolkan adalah strategi yang efektif untuk membantu pengikut mengidentifikasi konten dan mengaitkannya dengan merek secara lebih mudah.

### 2. Soft Selling

Ketika self-branding telah berhasil dirancang dengan baik dan menciptakan citra yang kuat, perlu dijaga konsistensinya untuk memperkuat hubungan, kepercayaan, dan kredibilitas dengan audiens (Miguel, Clare, Ashworth, and Hoang, 2023). Terkadang, dapat mulai menawarkan produk-produk yang relevan dengan citra yang telah dibangun, karena audiens yang telah terhubung dengan merek atau individu tersebut lebih mungkin mempertimbangkan atau membeli produk atau layanan yang mereka rekomendasikan dalam video mereka. Pemilihan video dengan durasi pendek memiliki dampak yang lebih positif atas audiens karena beberapa alasan tertentu, antara lain:

- Video pendek lebih mudah untuk dikonsumsi oleh audiens yang seringkali memiliki perhatian singkat.
- Video pendek cenderung lebih menarik perhatian daripada konten yang lebih

panjang. Ini dapat menghasilkan tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dari audiens.

- c. Karena durasinya yang singkat, video-video pendek lebih mudah untuk dibagikan oleh audiens melalui berbagai platform media sosial, yang dapat memperluas jangkauan konten.
- d. Bagi audiens yang sibuk, video pendek memberikan informasi yang berguna dalam waktu singkat, tanpa memerlukan komitmen waktu yang besar.
- e. Dengan peningkatan penggunaan perangkat seluler, video pendek sangat cocok untuk ditonton di perangkat seluler.

Oleh karena itu, ini adalah salah satu alasan mengapa strategi pemasaran sering kali mencakup penggunaan micro content video, yang salah satunya dikenal dengan istilah Soft-Selling. Pendekatan Soft-Selling dalam pemasaran adalah cara persuasif yang lebih lembut, yang menekankan nilai, manfaat, dan solusi yang ditawarkan oleh produk atau jasa daripada memaksa pelanggan untuk melakukan pembelian. *Content-creator* dapat menggunakan aplikasi berbasis mobile seperti Tiktok, CapCut, maupun langsung melalui reels dan story sosial media masing-masing. Hal ini juga sejalan dengan Google Micro Moments Marketing.



Gambar 4. Google Micro Moments

Google Micro Moments Marketing adalah konsep pemasaran yang dikembangkan oleh Google. Ini mengacu pada momen-momen singkat dan kritis di mana konsumen mencari informasi, produk, atau layanan secara online, terutama melalui perangkat seluler (Elena and Cristian, 2017). Tujuan utamanya adalah untuk memahami perilaku konsumen dalam konteks momen-momen ini dan memberikan konten yang relevan dan bermanfaat saat dibutuhkan. Ini dapat membantu bisnis memenangkan hati konsumen dan memengaruhi keputusan pembelian (Shetty and Khadir, 2023).

### 3. Landing Page

Berdasarkan tahapan dalam konsep Google Micro Moments, pengembangan landing page merupakan salah satu langkah menuju tahap "Go." Tahap ini berperan penting dalam memberikan informasi lebih detail kepada audiens terkait profil, produk, atau pesan yang ingin disampaikan. Landing page harus menyajikan informasi yang lengkap, mudah diakses, dan menarik bagi audiens. Landing page adalah halaman web yang dirancang khusus untuk tujuan tertentu, seperti menginformasikan produk atau layanan, mengumpulkan informasi kontak, atau mendorong tindakan tertentu dari pengunjung, seperti pembelian atau pendaftaran.

Dalam pengembangan landing page, konsistensi sangat penting. Ini mencakup konsistensi dalam gaya merek, gaya komunikasi, dan kreativitas yang digunakan. Landing page harus mencerminkan identitas merek dan pesan yang ingin disampaikan. Selain itu, kreativitas juga penting dalam pengembangan landing page. Halaman tersebut harus dirancang agar menarik perhatian pengunjung dan menjadikan pengalaman mereka lebih menyenangkan. Penggunaan elemen visual, teks yang persuasif, dan tata letak yang baik dapat meningkatkan daya tarik landing page. Teknologi telah menghadirkan beberapa layanan website builder tanpa memerlukan pemahaman terkait *coding*, salah satunya dengan canva. Canva memiliki beragam fitur yang sangat membantu bagi *content creator* untuk mewujudkan ide-ide design, infografis, shor video, bahkan landing page.



Gambar 5. Landing Page Canva

Pengembangan landing page ini tentunya menjadi langkah strategis untuk menghadirkan informasi lebih detail kepada audiens dan mendorong mereka untuk bergerak

menuju tindakan yang diinginkan, seperti pembelian atau interaksi lebih lanjut.

#### 4. Publish

Tahap terakhir yang tidak kalah pentingnya adalah menjalankan publikasi konten secara konsisten. Pastikan konten diterbitkan secara teratur dan konsisten. Selalu pertimbangkan tren terkini yang sedang populer di kalangan audiens Anda. Membahas topik-topik yang relevan dengan tren dapat membantu konten tetap aktual dan menarik bagi audiens. Pilih waktu publikasi yang strategis. Usahakan untuk mempublikasikan konten ketika audiens kemungkinan sedang beristirahat atau bersantai, misalnya selama waktu luang di akhir pekan atau malam hari. Gunakan tagline atau hashtag yang relevan dengan konten. Ini membantu pengikut mengidentifikasi dan mengkategorikan konten, serta dapat meningkatkan visibilitas konten di platform media sosial.

### SIMPULAN

Seluruh rangkaian kegiatan pelatihan telah dilaksanakan dengan baik dengan sambutan dari guru dan peserta yang sangat antusias mengikuti kegiatan. Hal ini salah satunya disebabkan oleh materi pelatihan sesuai trend terkini, sesuai dengan minat dan kebiasaan siswa, sehingga memberikan kesan awal yang menarik bagi siswa. Tidak hanya itu, siswa pun antusias mengerjakan latihan pembuatan *micro-content video* dengan CapCut, dan Landing Page. Berdasarkan hasil survey diakhir kegiatan diperoleh tanggapan bahwa siswa senang mengikuti pelatihan karena materi yang disampaikan mudah dimengerti, serta siswa mampu mengerjakan latihan.

### DAFTAR RUJUKAN

- Elena, E., and Cristian, M. (2017). Micro Moments Marketing - Tendencies in the Brands Marketing. *Management Strategies Journal*, 35(1), 304–310.
- Ishihara, Y. Y. U., and Oktavianti, R. (2021). Personal Branding Influencer di Media Sosial TikTok. *Koneksi*, 5(1), 76–82. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10162>
- Julio, A. (2020). Tips Bikin Filter di Instagram Menggunakan Spark AR. Retrieved from

Dicoding website:  
<https://www.dicoding.com/blog/tips-bikin-filter-instagram-menggunakan-spark-ar/>

- Miguel, C., Clare, C., Ashworth, C. J., and Hoang, D. (2023). Self-branding and content creation strategies on Instagram: A case study of foodie influencers. *Information, Communication & Society*, 0(0), 1–21. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2023.2246524>
- Rose, E. (2022). How Micro Video Can Supercharge Your Social Media Strategy. Retrieved September 15, 2023, from IdeaRocket website: <https://idearocketanimation.com/17377-micro-video-content/>
- Shetty, P., and Khadir, F. (2023). Consumer Micro-moments: The Four Game Changing Moments and Consumer Online Buying Behavior. In A. Saini and V. Garg (Eds.), *Transformation for Sustainable Business and Management Practices: Exploring the Spectrum of Industry 5.0* (pp. 267–278). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-80262-277-520231019>