

INTISARI

Strategi digital marketing yang efektif menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha, terutama di era digital. Sanggar Busana Dharmo Yuwono sebagai penyedia jasa penyewaan kostum menghadapi tantangan dalam menjangkau audiens yang lebih luas akibat belum optimalnya pemanfaatan media sosial. Dengan pendekatan Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP) dan Value Proposition Canvas (VPC), pengembangan konten marketing dilakukan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi strategi digital marketing menggunakan Value Proposition Canvas (VPC) dalam meningkatkan customer engagement pada media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk melihat hasil penerapan Value Proposition Canvas (VPC) pada media sosial Instagram dalam meningkatkan customer engagement. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan customer engagement dan interaksi audiens melalui Instagram, dengan tayangan meningkat dari 19.160 menjadi 26.463, jangkauan akun dari 816 menjadi 4.859, serta engagement yang naik rata-rata sebesar 171%. Penerapan strategi ini berkontribusi dalam meningkatkan eksistensi daring dan memperkuat brand awareness Sanggar Busana Dharmo Yuwono sebagai tempat penyewaan kostum tradisional, serta membuka peluang untuk menjangkau calon penyewa yang lebih luas.

Kata kunci: Digital Marketing, Value Proposition Canvas (VPC), Media Sosial, Konten Marketing, Instagram

ABSTRACT

An effective digital marketing strategy is one of the keys to success in expanding market reach and increasing business competitiveness, especially in the digital era. Sanggar Busana Dharmo Yuwono, as a costume rental service provider, faces challenges in reaching a wider audience due to the suboptimal utilization of social media. Through the Segmenting, Targeting, and Positioning (STP) approach and the Value Proposition Canvas (VPC), marketing content development is carried out to align with customer needs and preferences. The research problem in this study is how to implement a digital marketing strategy using the Value Proposition Canvas (VPC) to enhance customer engagement on Instagram. This study employs a descriptive quantitative method aimed at examining the results of applying the Value Proposition Canvas (VPC) on Instagram in increasing customer engagement. The findings indicate an increase in customer engagement and audience interaction on Instagram, with impressions rising from 19,160 to 26,463, account reach increasing from 816 to 4,859, and engagement growing by an average of 171%. The implementation of this strategy has contributed to enhancing online presence and strengthening brand awareness of Sanggar Busana Dharmo Yuwono as a traditional costume rental service, while also creating opportunities to reach a broader potential customer base.

Keywords: Digital Marketing, Value Proposition Canvas (VPC), Social Media, Marketing Content, Instagram