

ANALISIS *CONTENT MARKETING* PADA *WEBSITE CV PUTRA NUGRAHA*

Via Kristi Andriani

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis *content marketing* pada *website CV Putra Nugraha*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Komunikasi pemasaran sarana yang digunakan untuk menginformasikan, mempersuasion, dan mengingatkan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk-produk dan merek yang dijual. *Content marketing* adalah sebuah pendekatan strategi *marketing* yang berfokus pada pembuatan dan penyebaran konten bernilai, relevan, konsisten untuk menarik dan memelihara *audiens*. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling*, dengan 56 responden. Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner sedangkan analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis uji validitas, uji reliabilitas dan mean arithmetic. Uji validitasnya dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel, sedangkan uji reliabilitasnya menggunakan *Cronbach Alpha*. Pada indikator *relevance* memperoleh nilai 3,43 yang artinya sangat setuju bahwa konten yang digunakan relevan dan sesuai kebutuhan sehingga mudah untuk dipahami. Pada indikator *informative* memperoleh nilai 3,60 yang artinya sangat setuju bahwa informasi yang disampaikan pada konten jelas, mudah dipahami dan lengkap. Pada indikator *reliability* memperoleh nilai 2,80 yang artinya setuju bahwa konten putranugraha.com menampilkan konten yang tepat. Pada indikator *value* memperoleh nilai 3,41 yang artinya sangat setuju bahwa konten putranugraha.com dapat menarik perhatian calon pembeli. Pada indikator *uniqueness* memperoleh nilai 3,25 yang artinya sangat setuju konten yang disajikan unik dan berbeda. Pada indikator *emotions* memperoleh nilai 3,27 yang artinya sangat setuju bahwa konten mendorong keinginan untuk membeli produk. Pada indikator *intelligence* memperoleh nilai 3,37 yang artinya sangat setuju bahwa *website putranugraha.com* dapat diakses oleh semua kalangan dan mudah dimengerti. Berdasarkan pada hasil akhir perhitungan *mean arithmetic* responden menilai *content marketing* pada CV Putra Nugraha meliputi 7 indikator memperoleh nilai sebesar 3,31 nilai tersebut termasuk dalam kriteria penilaian baik dari aktivitas dengan tujuan komunikasi pemasaran *content marketing* pada *website Putranugraha.com*

Kata Kunci: *Content Marketing, Relevance, Informative, Reliability, Value, Uniqueness, Emotions, Intelligence.*

K₂ 18/3 '21

CONTENT MARKETING ANALYSIS ON CV PUTRA NUGRAHA WEBSITE

Via Kristi Andriani

Abstract

This study aims to see the analysis of marketing content on the CV Putra Nugraha website. This study uses a quantitative approach. Marketing communication is the means used to convey, adjust, and remind consumers, either directly or indirectly, about the products and brands being sold. Content marketing is a strategic marketing approach that focuses on creating and disseminating valuable, relevant, consistent content to attract and report audiences. The method used in sampling is purposive sampling, with 56 respondents. The data were collected using a questionnaire while the data analysis was carried out using the analysis of the validity test, the reliability test and the arithmetic mean. The validity test is done by comparing the r table, while the reliability test uses Cronbach Alpha. The relevance indicator gets a value of 3.43 which means that it strongly agrees that the content used is relevant and according to needs so that it is easy to apply. On the informative indicator, it gets a score of 3.60, which means that it strongly agrees that the information presented is clear, easy to apply and complete. On the reliability indicator, it scores 2.80, which means that it agrees that putranugraha.com content displays the right content. The value indicator gets a value of 3.41 which means that it strongly agrees that putranugraha.com content can attract buyers' attention. On the indicator, uniqueness gets a value of 3.25 which strongly agrees that the content presented is unique and different. The emotional indicator scores 3.27, which means that it strongly agrees that content encourages buying products. The intelligence indicator scored 3.37 which means that it strongly agrees that the putranugraha.com website can be accessed by all groups and is easy to connect with. Based on the final results of the calculation of the average respondent's assessment of the content marketing on CV Putra Nugraha including 7 indicators, the value is 3.31, this value is included in the good criteria of activities with the aim of marketing content marketing communication on the Putranugraha.com website.

Keywords: *Content Marketing, Relevance, Informative, Reliability, Value, Uniqueness, Emotion, Intelligence.*