

## **LAPORAN KEGIATAN LAUNCHING PRODUK “PAZCAL CLOUD” PT. ERUDEYE INDONESIA (JABATAN PROGRAM MANAGER)**

### **Disusun Oleh :**

Ardini Koesfarmasiana      14030110120014

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

---

PT. ERUDEYE INDONESIA’S PAZCAL CLOUD LAUNCHING ACTIVITY  
REPORT (PROGRAM MANAGER)

### **ABSTRACT**

Cloud Computing is a technology that utilizes internet and central remote servers to govern or to manage the data and applications. The potential of cloud computing growth in Indonesia is widely open, however cloud computing market in Indonesia is still dominated by giant companies such as Microsoft and Telkom. Aware of its potential, PT. *erudeye* Indonesia develops cloud computing service called *Pazcal Cloud*, must undertake precise action as part of the major activities of marketing communication for *Pazcal Cloud* product, so that *Pazcal Cloud* gets attention and product position in the mind of market target.

Based on situation analysis, SWOT and theories consideration, several promotional actions are chosen as the way to introduce Pazcal Cloud to the target audience. The actions are *Search Engine Optimization (SEO)*, *IT-based article writing*, *Pazcal trial version testimony video*, *“PaaS for Quick Development, Collaboration & Deployment” webinar* and *“Rainbow Rendezvous: Boost Your Experience With Pazcal” seminar*. The main target comes from IT enterprises that are located in DKI Jakarta. The whole activities are divided into three stages, namely: 1) Positioning Stage, 2) Educating Stage, and 3) Strengthening Position Stage.

These promotional activities are an attempt to increase the awareness of the target audience of Pazcal Cloud and place it as an efficient and reliable cloud computing product. Therefore, Program Manager position is one of the most important components in the managerial team for this activity. This position is meant to manage the program plan as well as to execute the program. With the coordination, adequate creativity, as well as concise decision making ability, the tasks on this position can be done successfully.

Keyword : launching, SEO, article, testimony video, webinar, seminar, Pazcal Cloud.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.1 Latar Belakang**

*Cloud computing* adalah teknologi yang memanfaatkan internet dan server pusat yang jauh untuk menjaga atau mengelola data dan aplikasi. Potensi pertumbuhan *cloud computing* di Indonesia masih sangat terbuka lebar, tetapi pasar *cloud computing* di Indonesia baru dikuasai oleh perusahaan-perusahaan besar seperti Microsoft dan Telkom. Melihat potensi tersebut, PT. *erudeye* Indonesia juga mengembangkan layanan *cloud computing* yang bernama *Pazcal Cloud*, namun keberadaannya masih belum diketahui oleh pasar. Oleh karena itu PT. *erudeye* Indonesia harus melakukan kegiatan yang tepat sebagai bagian dari aktivitas besar komunikasi pemasaran bagi produk *Pazcal Cloud*, agar *Pazcal Cloud* mendapat perhatian dan memiliki posisi produk di dalam pikiran target market.

#### **I.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang tersebut, maka diperoleh rumusan masalah yaitu bagaimanakah taktik yang tepat untuk dilakukan agar *Pazcal Cloud* mendapat perhatian dan memiliki posisi produk di dalam pikiran target market.

#### **I.3 Tujuan**

Membangun *awareness* terhadap produk *Pazcal* dan memperkuat posisi *Pazcal Cloud* di dalam pikiran target market dengan melakukan serangkaian kegiatan yang merupakan bagian dari aktivitas besar komunikasi pemasaran bagi produk *Pazcal Cloud*.

#### **I.4 Teori dan Konsep**

*Persuasive Communications* bermaksud untuk menciptakan nilai tambah sebuah produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan di dalam benak konsumen, sehingga dapat mempengaruhi atau mengubah kepercayaan konsumen

dan konsumen akan bertindak sesuai dengan harapan produsen atau perusahaan. *Persuasive Communications* atau Komunikasi persuasif merupakan salah satu metode dalam penyampaian pesan ((Malik, Yosol, 1994: 1)

Untuk mempengaruhi pikiran target audiens tentang pengetahuan produk dan posisi *Pazcal Cloud*, maka dibutuhkan berbagai macam usaha. Selain itu, *Pazcal Cloud* juga merupakan produk kategori *high involvement*. *High Involvement product* adalah produk yang membutuhkan tingkat keterlibatan yang tinggi melalui pencarian informasi yang kompleks, mengedepankan jenis komunikasi yang berhubungan dengan pertimbangan ekonomi dan atau menekankan pada motivasi psikologikal dan emosional, karena pada produk dalam kategori ini konsumen lebih mengutamakan mendapatkan informasi yang lebih lengkap sebelum melakukan pembelian (*purchase action*) (Peter dan Olson, 2004, 131).

Guna memperkenalkan *Pazcal Cloud* juga merupakan produk yang dibuat dari kalangan bisnis yang ditujukan kepada kalangan bisnis pula (B2B). Berbeda dengan perilaku pembelian produk yang ditujukan untuk konsumen umum, pembelian produk B2B menyangkut banyak pihak sebelum sebuah keputusan terakhir diambil. Perilaku pembelian dari sebuah organisasi pada B2B adalah sebuah proses yang setiap langkahnya memerlukan banyak sekali informasi dan analisis sebelum dapat memutuskan hasil akhir yang akan diambil. Proses pembelian dimulai dengan perumusan masalah yang dihadapi sebuah perusahaan. (Hutt dan Spech dalam Riza,2010:8).

Dalam melaunching produk B2B, kehadiran internet telah mengubah segalanya. Sebagian besar transaksi B2B sekarang terjadi ketika pelanggan dapat menemukan pemasar dengan mudah. Terdapat 12 *Rules* Baru untuk *me-launching* produk B2B, dimana 2 diantaranya digunakan dalam kegiatan launching ini, yaitu: Menggunakan artikel *online* untuk meningkatkan "*findability*", dan Menggunakan *powerfull new online marketing tools* seperti *webinar* (Adams, 2012, 01).

## BAB II PEMBAHASAN

Demi kesuksesan dan kelancaran rangkaian Kegiatan Launching “Pazcal Cloud” PT. erudeye Indonesia, penulis sebagai Program Manager bertindak dalam kapasitas sebagai perencana dan pelaksana kegiatan yang tidak berhubungan dengan media, dengan melakukan taktik Search Engine Optimization (SEO) Artikel dan E-book, Video Testimony, Webinar, dan Event Seminar yang tergabung dalam 3 tahapan strategi, yaitu:

### 2.1. Tahap 1 Membangun Positioning : SEO dan Artikel

Pada tahap pertama pembangunan positioning ini, berfokus pada pengenalan *brand* dan website *erudeye.id*.

#### 2.1.1. SEO (Search Engine Optimization)

*Search Engine Optimization (SEO)* adalah suatu cara atau metode tidak berbayar yang digunakan untuk meningkatkan visibilitas *website* pada mesin pencarian (*Google, Yahoo, dll*), meningkatkan *volume* dan kualitas *traffic* kunjungan *website* dengan memanfaatkan algoritma dari mesin pencarian tersebut. . Tujuan dari *SEO* adalah menempatkan *website* pada posisi teratas atau setidaknya halaman pertama hasil pencarian berdasarkan *keyword* tertentu yang digunakan (Stein, 2012:4). Untuk menaikkan website *erudeye.id* ke halaman awal pencarian *Google*, penulis mengumpulkan 1000 *keyword*, yang kemudian *Keyword* tersebut dihitung menggunakan *Google AdWords*, dan yang memiliki nilai *search volume* diatas 100 dipilih menjadi tema artikel. Contoh *keyword*:

No.	Keyword	Search Volume
1	webmaster	18100
2	big data	1600
3	Cloud computing	2400

### 2.1.2. Artikel

Pada artikel tahap pertama, digunakan *keyword-keyword* yang berhubungan dengan memperkenalkan *cloud computing*, dan pengertian-pengertian dasar tentang layanan *cloud computing*. Pada tahap ini di-publish 2-3 artikel per hari pada di website *erudeye.id/blog*. Contoh artikelnya sebagai berikut:

Keyword	Judul Artikel
Cloud computing	Apa itu cloud computing perbedaan Paas, Saas, dan IaaS Deployment model cloud computing
cloud storage	Mengapa pilih cloud storage? Mengamankan data pada cloud storage
private cloud	Mengelola Private Cloud

## 2.2.TAHAP 2 MEMBERI EDUKASI : SEO, Artikel, Webinar dan Seminar

Tahap kedua merupakan tahap pemberian edukasi. Pada tahap ini berfokus pada pemberian informasi yang lebih mendalam tentang hal-hal teknis mengenai *cloud computing*, *web hosting*, dan informasi awal mengenai *Pascal Cloud*.

### 2.2.1. SEO-2

Pada tahap ini, penulis menggunakan *keyword* yang sebelumnya telah disaring menggunakan *Google Adwords*, yaitu *keyword* yang belum digunakan pada SEO tahap-1. *Keyword* yang digunakan berkaitan tidak hanya dengan *cloud computing*, tapi juga berkaitan dengan layanan yang disediakan klien, hal-hal yang berkaitan dengan *web hosting*, *cloud hosting*, komputerisasi, dan dunia IT.

### 2.2.2. Artikel-2

Artikel-artikel yang dibuat pada tahap ini menggunakan *keyword-keyword* yang dari kumpulan *keyword* yang ada di tahap 1. Pada tahap ini di-publish 1-2

artikel per hari di website *erudeye.id/blog*. Contoh artikelnya adalah sebagai berikut:

Keyword	Judul Artikel
Cyber security	Menguji Keamanan Jaringan Memex, Deep Web untuk Mengungkap Kejahatan
ASP	Mengenal ASP.net
Aplikasi cloud computing	INTERMEZZO: Soundcloud Mobile Cloud

Selama masa kampanye, penulis telah menyelesaikan 64 buah artikel, yang kemudian dibuat menjadi sebuah e-book yang telah diserahkan kepada PT.*erudeye* Indonesia.

### 2.2.3. Webinar "**PaaS for Quick Development, Collaboration & Deployment**"

Webinar adalah seminar yang dilakukan langsung melalui *web* dan didesain interaktif. Konsep “webinar” diambil dari kalimat “*web-based seminar*”. Untuk mengikuti webinar, peserta dapat menghubungi via telepon atau mendengarkan secara langsung pembicara melalui komputer yang terhubung melalui akses internet.

Webinar dilaksanakan pada 23 April 2015, pukul 18.30 WIB dengan mengundang pembicara dari PT. *erudeye* Indonesia, yakni Rudy Setyo Purnomo, selaku CEO dari *erudeye*, dan Arief Iman Santoso, selaku CTO dari *erudeye*. Webinar yang bertemakan "**PaaS for Quick Development, Collaboration & Deployment**", diikuti oleh 14 orang peserta yang berasal dari kalangan IT enterprise, yang telah melakukan pendaftaran di <http://registrasiwebinar.pazcal.com>.

Webinar tersebut dilaksanakan di dalam forum diskusi <https://meet.lync.com/pazcal/erudeye/T0HGO22G>. Webinar ini berisi penjelasan awal mengenai Pazcal, dan layanan-layanan yang diberikan *erudeye* melalui Pazcal, yang disampaikan oleh Rudy. Pada webinar tersebut juga dipraktikkan

demo *development*, kolaborasi, dan *deployment Pazcal Cloud* dengan *cloud provider* lain, yang disampaikan oleh Arief.

#### **2.2.4. Event Seminar “Rainbow Rendezvous : Boost Your Experience with Pazcal”**

Sebagai puncak dari kegiatan *launching* dan promosi *Pazcal*, dan sebagai pengganti dari tulisan artikel tentang *Pazcal* dan webinar ke-2, serta pengganti dari strategi *Solution Day* dan *Buzzer Social Media* dari *Media Manager*, maka dibuat sebuah event seminar yang akan dilaksanakan pada minggu ke-9 masa kampanye, dengan target peserta 50 orang.

Seminar tersebut dilaksanakan dengan tema acara “***Rainbow Rendezvous : Boost Your Experience with Pazcal***”. Seminar ini diadakan di Aula Microsoft Indonesia yang beralamat di Gd. Bursa Efek Indonesia (IDX) Tower II Lt.18 SCBD Sudirman, Jakarta, pada tanggal 2 Mei 2015 pada pukul 8.30 pagi. Seminar ini dihadiri 50 peserta yang terdiri dari para *IT enterprise*, penggiat IT, dan rekan pers.

Dalam seminar ini, diisi oleh empat orang pembicara dari *erudeye* yaitu Rudy Setyo Purnomo, Hendra Pratama, Panji Prayoga, dan Toni Dermawan. Pada acara seminar ini juga dilakukan berbagai macam kegiatan lain seperti demonstrasi penggunaan *Rapsberry Pi2 IoT using Pazcal Backend* yang disampaikan oleh Rudy Setyo dan Tony Dermawan dengan melibatkan para peserta, demo ini dipraktekkan disela waktu istirahat.

### **2.3. TAHAP 3 MEMPERKUAT POSITIONING : Video Testimony Trial Version, Webinar & Event Seminar**

Tahap ini merupakan tahap terakhir yang berfokus pada penguatan *positioning*. Setiap taktik yang digunakan ditekankan pada *positioning* dari *Pazcal Cloud* yakni efisien dan reliable. Taktik-taktik tersebut adalah sebagai berikut:

### 2.3.1. Video Testimony Pazcal Trial Version

*Trial version* merupakan salah satu program dari PT.*erudeye* Indonesia untuk memberikan pengalaman dalam menggunakan produk *Pazcal cloud*, termasuk layanan konsultasi dan servis secara gratis. Untuk memperkenalkan program *cloud computing trial version*, digunakan video testimoni *cloud computing trial version* yang menampilkan *endorsement by expert* yang juga berpengalaman menggunakan produk tersebut.

. Penulis mengambil testimony dari 3 orang klien *erudeye* yang telah mencoba *Pazcal trial version*, mereka terdiri dari:

- Achmad Royhan, *Vice President of Information Technology* PT Citilink Indonesia
- Azmy Hayaza, *Digital Marketing Consultant*
- Agus Kurniawan, Dosen Teknologi Informasi Universitas Indonesia, *IT Consultant*

Dalam menyampaikan *testimony*-nya, para talent juga mengajak target sasaran untuk tidak terjebak dengan mitos-mitos negatif dari *cloud computing*, dan tidak perlu ragu untuk menggunakan *Pazcal Cloud*, karena *Pazcal Cloud* terbukti dapat membantu kebutuhan bisnis mereka.

### 2.3.2. Webinar

Webinar juga dilaksanakan untuk dalam tahapan Memperkuat Positioning ini. Penjelasan mengenai webinar pada tahap ini, sama dengan penjelasan kegiatan webinar pada Tahap Memberi Edukasi

### 2.3.3. Event Seminar

Seminar juga dilaksanakan untuk dalam tahapan Memperkuat Positioning ini. Penjelasan mengenai seminar pada tahap ini, sama dengan penjelasan kegiatan webinar pada Tahap Memberi Edukasi.

### **BAB III**

#### **PENUTUP**

Dalam bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan hasil yang dicapai dalam keseluruhan aktivitas yang dilakukan oleh divisi Program Manager dalam rangkaian kegiatan Launching Produk “Pazcal Cloud” PT. *erudeye* Indonesia. Selain itu akan dibahas juga mengenai saran yang akan dimanfaatkan bagi pihak yang akan melaksanakan kegiatan serupa.

#### **3.1. Kesimpulan**

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan *Program Manager* adalah merupakan bagian dari Rangkaian Kegiatan *Launching Pazcal Cloud* dari PT *erudeye* Indonesia, merupakan pertimbangan dari hasil survey yang dilakukan pada akhir tahun 2014 kepada *IT enterprise* di Jakarta, analisa SWOT dari PT *erudeye* Indonesia, serta Teori-teori dan konsep seperti *High and Low Involvement Product*, Teori *Persuasive Communication*, dan Teori *Business to Business Marketing*. Target utama dari kegiatan ini adalah *IT enterprise* yang berada di DKI Jakarta.

Tujuan kegiatan *Program Manager* dalam kegiatan ini adalah melakukan serangkaian kegiatan yang merupakan bagian dari rangkaian aktivitas komunikasi pemasaran bagi produk *Pazcal Cloud*, guna mendukung tujuan umum yakni meningkatkan *awareness* terhadap produk *Pazcal Cloud* dan memposisikan *Pazcal Cloud* sebagai produk cloud yang efisien dan reliable.

Pengaktifan *Search Engine Optimization* (SEO) merupakan kegiatan untuk mendorong website *erudeye.id* ke halaman awal pencarian *Google*, dengan menggunakan artikel-artikel yang dibuat berdasarkan *keyword* yang berkaitan tentang *cloud computing* dan dunia IT, yang telah dikumpulkan, disaring menggunakan *Google AdWords*, dan dipilih yang *Search Volume*-nya diatas 100. Kegiatan ini dilakukan di 2 tahap yaitu Tahap Membangun *Positioning* dan Tahap Memberi Edukasi. Dalam waktu 2 bulan masa kampanye (2 Maret – 2 Mei 2015)

website *erudeye.id* berhasil menduduki halaman 1 pencarian *Google* dengan keyword “*perbedaan PaaS SaaS dan IaaS*” dan “*Mengapa Pilih Cloud Storage*”.

Artikel adalah merupakan taktik yang digunakan untuk mendukung taktik SEO, taktik penerbitan artikel ini dilakukan di 2 tahap yaitu Tahap Membangun *Positioning* dan Tahap Memberi Edukasi. Selama masa kampanye (2 Maret – 2 Mei 2015), penulis telah menerbitkan 64 buah artikel yang di-*publish* di website *erudeye.id/blog*. Seluruh artikel yang telah diterbitkan telah dibuat menjadi *e-book* dan diserahkan kepada pihak PT *erudeye* Indonesia selaku klien.

Taktik webinar dilaksanakan pada Tahap Memberi Edukasi dan Memperkuat *Positioning*. Webinar dilaksanakan dengan tema “*PaaS for Quick Development, Collaboration & Deployment*”, pada tanggal 23 April 2015. Dalam webinar ini dibahas mengenai cara *development cloud computing*, kolaborasi antar *cloud*, dan *deployment cloud* dengan menggunakan platform *Pazcal Cloud*. Webinar ini dihadiri oleh 14 peserta dari kalangan *IT enterprise* di Jakarta.

Taktik Video Testimony *Pazcal Trial Version* dilaksanakan pada Tahap Memperkuat *Positioning*. Taktik ini adalah taktik yang memanfaatkan *testimony* dari para *endorsment*, dalam hal ini adalah klien dari PT *erudeye* Indonesia yang dipilih untuk mencoba *Pazcal Trial Version*. *Testimony* diberikan oleh 3 orang yaitu Achmad Royhan, *Vice President of Information Technology* PT Citilink Indonesia; Azmy Hayaza, *Digital Marketing Consultant*; dan Agus Kurniawan, Dosen Teknologi Informasi Universitas Indonesia, *IT Consultant*. Video *testimony* ini diselesaikan pada minggu ke-8 masa kampanye, dan video ini diputar pada saat pelaksanaan event seminar.

Event seminar merupakan puncak dari rangkaian Kegiatan Launching “*Pazcal Cloud*” PT. *erudeye* Indonesia, bertema “*Rainbow Rendezvous : Boost Your Experience with Pazcal*”, dilaksanakan pada tanggal 2 Mei 2015 di Aula Microsoft Indonesia, Gd. Bursa Efek Indonesia (IDX) Tower II Lt.18 SCBD Sudirman, Jakarta. Seminar ini dihadiri 50 peserta yang terdiri dari para *IT enterprise*, penggiat IT, dan rekan pers. Dalam seminar ini dibahas tentang *Pazcal*

*Cloud, PaaS dan IaaS dalam Pazcal Cloud, serta Web Development menggunakan Pazcal Cloud.*

Walaupun terdapat beberapa kendala dalam menjalankan setiap kegiatan tersebut, namun penulis dan tim berhasil mengatasi segala kendala dan hambatan tersebut, dan akhirnya seluruh rangkaian kegiatan *Launching Pazcal Cloud* PT *erudeye* Indonesia berhasil dilaksanakan dengan cukup baik.

### **3.2.Saran**

Penggunaan *tools digital marketing* seperti yang digunakan dalam kegiatan ini, bisa menjadi salah satu pilihan taktik dari strategi marketing untuk produk yang serupa, selain juga tetap menggunakan *tools* lainnya yang sudah sering digunakan.

Saran untuk klien, kegiatan ini bisa dijadikan menjadi agenda reguler, mengingat respon positif dari target audiens terhadap kegiatan ini. Kegiatan ini juga bisa dijadikan rujukan atau contoh bila PT. *erudeye* Indonesia hendak melaksanakan kegiatan serupa di masa mendatang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Adams, Dan. 2012. *12 New Rules of B2B Product Launch*. New York: Advanced Industrial Marketing.

Djamaluddin Malik, Dedy & Yosol Iriantara. 1994. *Komunikasi Persuasif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Peter, Paul B & Jerry C. Olson. 1999. *Consumer Behaviour: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga