



Research Article

Peran Website Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis Startup Digital Pada Perusahaan Brainly

Cecep Teadi

Program Studi Teknik Komputer Universitas Wiralodra, Cecepteady0101@gmail.com

Copyright © 2023 by Authors, Published by **Interkoneksi: Journal of Computer Science and Digital Business**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : September 11, 2023

Revised : October 08, 2023

Accepted : November 25, 2023

Available online : December 11, 2023

How to Cite: Cecep Teadi. (2023). The Role of Websites as Marketing Communication Media for Digital Startup Businesses in Companies Brainly. *Interkoneksi: Journal of Computer Science and Digital Business*, 1(1), 1-8. <https://doi.org/10.61166/interkoneksi.v1i1.1>

The Role of Websites as Marketing Communication Media for Digital Startup Businesses in Companies Brainly

Abstract. The use of information and communication technology is now constantly evolving and diversifying to suit the activities of modern and sophisticated humans. Website is one of the most popular media for promotion today. Website has unlimited reach of time and space. To obtain a website as an effective medium for conveying information, a certain strategy is needed so that the website promotion activities carried out achieve optimal results. One of the companies that uses a website as a digital marketing medium is Brainly, which focuses on its feature, namely “question and answer”. This study aims to find out how to use a website as a marketing communication medium with a case study on the Brainly website. This study uses descriptive research methods. Data obtained from documentation studies of the appearance of the Brainly website. The results of this study are in marketing media through the website showing that Brainly has six aspects of The 7C Framework, namely the aspects of context, content, community, communication, connection, and commerce.

Keywords : Digital Startup, Brainly, Marketing Communication, Website Usage, Digital Marketing

Abstrak. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi saat ini terus berkembang dan semakin beragam sesuai dengan aktivitas manusia yang semakin modern dan canggih. Website merupakan salah satu media promosi yang paling populer saat ini. Website memiliki jangkauan ruang dan waktu yang tidak terbatas. Untuk mendapatkan website sebagai media yang efektif dalam menyampaikan informasi, diperlukan strategi tertentu agar kegiatan promosi website yang dilakukan mencapai hasil yang optimal. Salah satu perusahaan yang menggunakan website sebagai media pemasaran digital adalah Brainly, yang menitikberatkan pada fitur yang dimilikinya, yaitu "tanya jawab". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan website sebagai media komunikasi pemasaran dengan studi kasus pada website Brainly. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Data diperoleh dari studi dokumentasi terhadap tampilan website Brainly. Hasil dari penelitian ini adalah dalam media pemasaran melalui website menunjukkan bahwa Brainly memiliki enam aspek dari The 7C Framework, yaitu aspek context, content, community, communication, connection, dan commerce.

Kata Kunci: Startup Digital, Brainly, Komunikasi Pemasaran, Penggunaan Website, Pemasaran Digital

PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi saat ini terus berkembang dan semakin beragam sesuai dengan aktivitas manusia yang semakin modern dan canggih. Salah satu aspek yang menjadi fokus utama saat ini adalah penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sebagai media informasi dan promosi (Arafat, 2017). Aplikasi teknologi informasi ini dapat memberikan informasi untuk kehidupan pribadi seperti kesehatan, hobi, rekreasi, dan spiritualitas (Diklat dkk., t.t.).

Website adalah salah satu media promosi terpopuler saat ini. Website memiliki jangkauan waktu dan ruang yang tak terbatas (Putu dkk., 2021). Untuk memperoleh website sebagai media efektif dalam menyampaikan informasi, diperlukan penerapan strategi tertentu sehingga kegiatan promosi website yang dilakukan mencapai hasil yang maksimal. Pemanfaatan koneksi internet sebagai salah satu media informasi yang dapat menjangkau khalayak lebih banyak. (Warouw dkk., 2020).

Istilah startup selalu diidentikkan dengan usaha rintisan yang menggunakan teknologi informasi pada produknya. Jika tidak menggunakan unsur teknologi informasi maka usaha tersebut dapat dikatakan sebagai UKM (Usaha Kecil dan Menengah) (Baskoro, 2013). Dengan memanfaatkan teknologi internet di zaman yang serba digital, startup dituntut untuk siap memasuki pasar bebas dalam internet yang mampu menjangkau seluruh konsumen dalam memperluas pangsa pasar dengan melakukan ekspansi pasar secara besar-besaran (Merni Patulak dkk., 2021).

Brainly adalah sebuah aplikasi belajar yang memungkinkan penggunaannya untuk saling tanya jawab dan bediskusi mengenai pertanyaan terkait dengan pelajaran di sekolah (Rafif Aditya Nugroho, 2021). Website yang memiliki 150 juta lebih pengguna ini dianggap efektif karena setengah dari pertanyaan yang diajukan oleh setiap pengguna di website ini sudah memiliki jawaban yang dijawab oleh pengguna yang lain. Fitur-fitur yang tersedia memudahkan para pengguna agar dapat memaksimalkan manfaat dari website ini (Billy, 2020).

TINJAUAN PUSTAKA

7C Framework

7C framework (Kerangka 7C) adalah sebuah kerangka kerja yang banyak digunakan sebagai panduan untuk merancang customer interface (antar muka pelanggan) dalam web pemasaran online (e-marketing). Interface adalah representasi virtual dari nilai-nilai yang dipilih oleh perusahaan (Sondakh dkk., 2019).

Terdapat beberapa elemen desain dari antarmuka pelanggan :

1. **Konteks (Context)**, sebuah tampilan antar muka dengan pelanggan.
2. **Estetika (Aesthetica)** : tampilan yang berorientasi dengan menggabungkan teks, grafik dan foto dengan kualitas yang tinggi untuk mendapatkan perhatian pelanggan.
3. **Fungsional (Functional)** : Situs yang berfokus pada fungsi fungsi yang ada.
4. **Konten (Content)**, menekankan pada informasi yang tersedia dalam website, merupakan gabungan antara teks dan gambar yang sudah mewakili isi dari website untuk di informasikan kepada pelanggan.
5. **Komunitas (Community)**, website menawarkan interaksi antar pengguna satu dengan pengguna lainnya.
6. **Penyesuaian (Customization)**, website menyediakan penyesuaian yang khusus untuk pelanggannya.
7. **Komunikasi (Communication)**, mengacu kepada dialog antara perusahaan dengan penggunanya.
8. **Koneksi (Connection)**, mengacu kepada situs website dapat terhubung dengan situs website lainnya.
9. **Perdagangan (Commerce)**, website mendukung untuk melakukan transaksi finansial dan melakukan promosi.

METODE PENELITIAN

Metode adalah cara yang dapat digunakan untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan penelitian adalah sarana untuk menemukan kebenaran. Pada hakikatnya penelitian adalah upaya mengumpulkan data untuk dianalisis. Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih independen atau tidak, tanpa menjalin hubungan atau perbandingan dengan variabel lain. Penelitian deskriptif juga merupakan penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama memberikan gambaran objektif atau deskripsi suatu keadaan (Purnia et al., 2020).

Tujuan penelitian deskriptif ini adalah untuk menghasilkan uraian, gambaran, atau gambaran yang sistematis, realistis, dan akurat mengenai peristiwa, ciri-ciri, dan hubungan antar fenomena yang diteliti (Ayuningtyas, 2013). Untuk melakukan penelitian deskriptif, Anda harus memperoleh data dan penyajian yang obyektif secara khusus. Topik penelitian yang dipilih adalah website Brainly. Data tersebut berasal dari studi dokumentasi yang dilakukan oleh para peneliti di situs Brainly, meliputi tampilan website dan fitur-fitur website.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tampilan dan Isi Website

Brainly merupakan situs Tanya Jawab inovatif dengan komunitas pengguna yang berkembang pesat. Website Quora dapat diakses melalui domain <https://www.brainly.com/>. Struktur website Brainly, terdiri dari halaman-halaman yang menunjukkan fungsinya masing-masing diantaranya menu Follow, Answer, Notifications, dan Search dari berbagai jenis menu halaman tersebut tersimpan berbagai macam informasi yang dapat kita peroleh dengan mengakses website tersebut. Brainly menampilkan isi website yang menarik, ini terlihat dari pemilihan warna, sajian fitur, dan cara penggunaan yang terbilang user friendly bagi penggunanya. Brainly lahir untuk mengatasi permasalahan banyak situs tanya jawab di Internet seperti Yahoo Answers, LinkedIn, Answerbag dan Answer.com, namun tidak satupun yang memberikan jawaban yang memuaskan pengguna.

Fitur Website

a. *Ask Your Question* (Tanyakan Pertanyaanmu)

Pengguna dapat mengajukan pertanyaan tertentu. Untuk mempercepat respons pengguna lain terhadap pertanyaan, pengguna dapat menyesuaikan pertanyaan melalui topik pertanyaan dan meminta jawaban dari pengguna lain yang memiliki keterampilan yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan tersebut.

b. *Answer* (Menjawab)

Fitur "Menjawab" yang berisi permintaan umpan balik dari pengguna ke pengguna sehingga pengguna yang telah menguasai minat, login, dan topik dapat merespons menjawab pertanyaan yang diajukan.

d. *Notification* (Pemberitahuan)

Fitur notifikasi berisi aktivitas pengguna terkait lalu lintas balasan, konten di ruang yang dipantau, dan konten yang dibagikan oleh pengguna yang dipantau.

e. *Profile and Credential* (Profil dan Kredensial)

Fitur profil di Quora berisi "Kredit dan Sorotan", seluruh jawaban, pertanyaan yang diajukan, jawaban yang dibagikan, dan jumlah pengikut yang dapat dilihat oleh semua pengguna Brainly lainnya.

f. *Add Language Room* (Penambahan Bahasa)

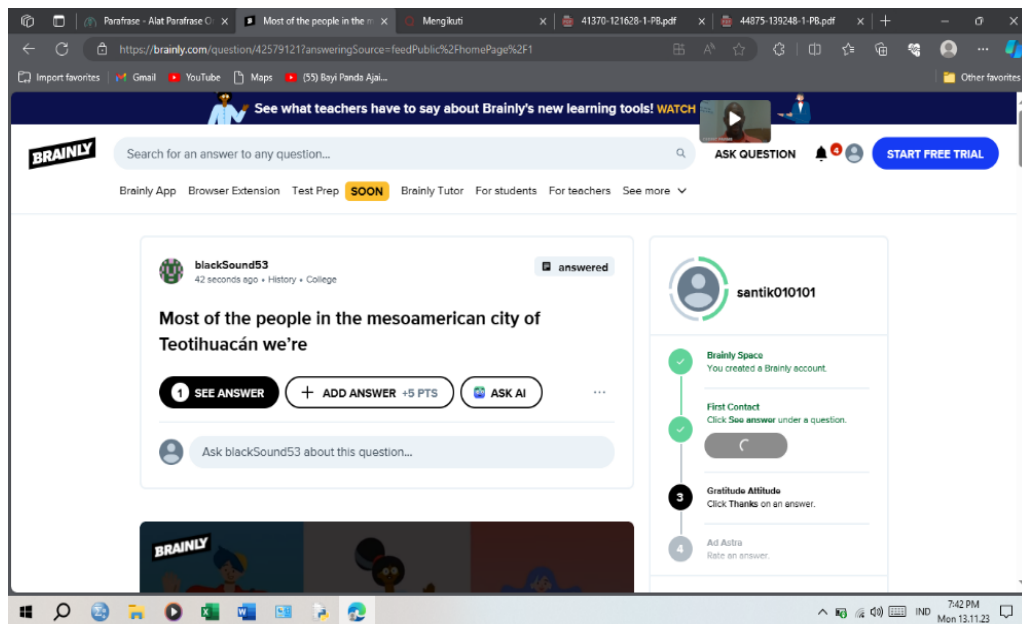
Karena Brainly menawarkan versi bahasa yang berbeda, pengguna dapat mengatur versi Brainly ke bahasa tertentu untuk mendapatkan informasi terbaru yang dibahas oleh pengguna Brainly dalam bahasa tersebut.

h. *Rate*

Brainly memiliki sistem menilai kualitas jawaban dengan istilah vote dengan nilai dari bintang satu sampai bintang lima. Selain itu, apabila jawaban pengguna mendapat dari pengguna terpilih yang memiliki kredensial yang relevan, maka jawaban tersebut akan mendapat ikon ceklis hijau (credential source) dan berpotensi untuk ditampilkan ke lebih banyak pengguna.

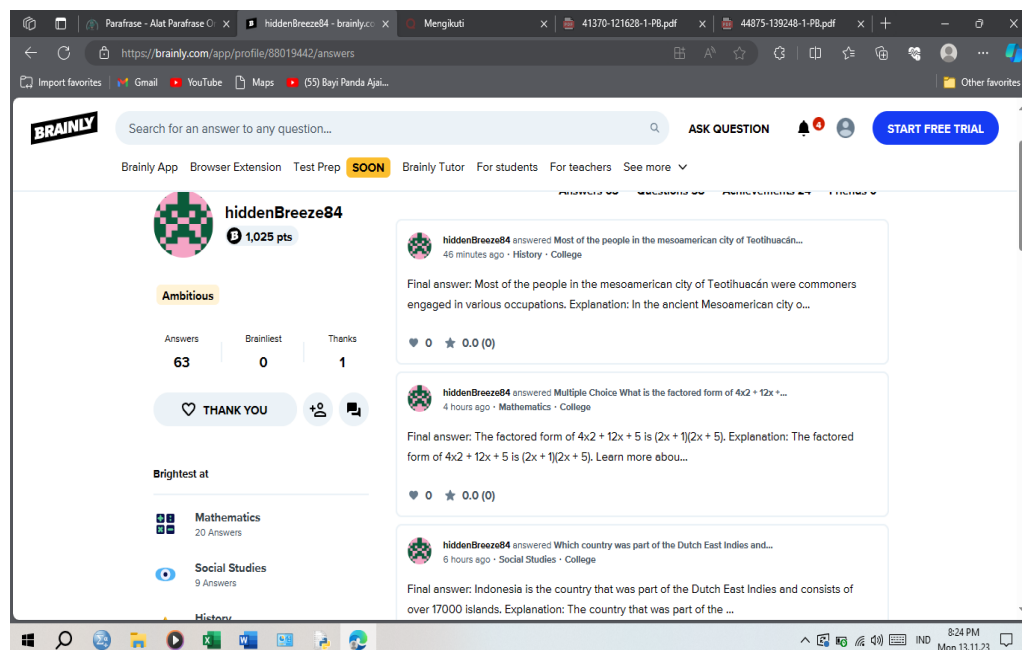
Gambar 1. Halaman depan website Quora.

[Sumber : <https://www.brainly.com/>]



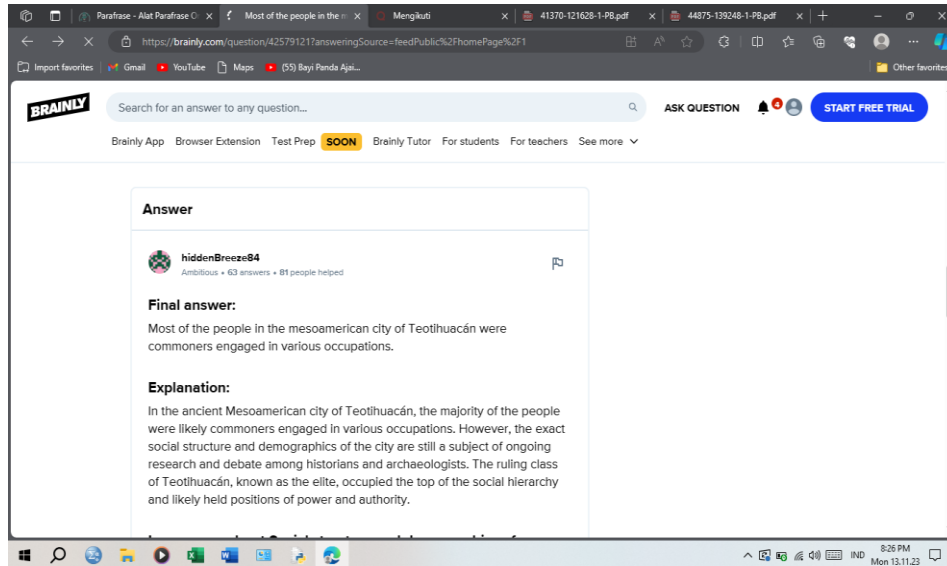
Gambar 2. Tampilan menu following.

[Sumber : <https://www.brainly.com/>]



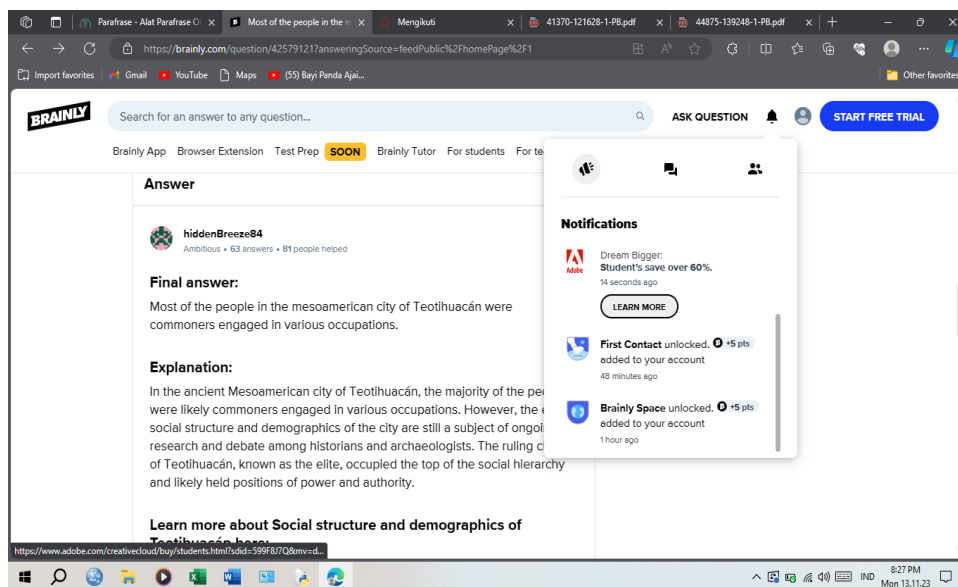
Gambar 3. Tampilan menu answer.

[Sumber : <https://www.brainly.com/>]



Gambar 4. Tampilan menu notifications.

[Sumber : <https://www.brainly.com/>]



Berdasarkan hasil penelitian, tampilan dan fitur – fitur Website Quora memenuhi ke 6 aspek dari The 7C Framework. Aspek yang terpenuhi adalah context, content, community, communication, connection, commerce.

KESIMPULAN

Penggunaan website sebagai media komunikasi dan pemasaran dinilai efektif bagi pengguna startup digital Quora, karena mampu menyebarkan berbagai informasi pengetahuan dengan sangat cepat dan efisien. Dalam fitur-fitur yang disediakan oleh website Quora memenuhi 6 aspek dari *The 7C Framework*, yaitu *context, content, community, communication, connection, commerce*.

Context dan Content fokus pada tampilan yang menarik untuk mendapatkan perhatian dan juga memperhatikan isi gabungan teks dan gambar yang ada serta mewakili apa yang diinformasikan kepada penerima informasi. Aspek Context dan Content yang terpenuhi dalam hal ini dapat dilihat dari bagaimana Quora memperhatikan tampilan website dan isi fitur dari website tersebut.

Communication menjalin interaksi, dalam hal ini interaksi terjalin antara sesama pengguna. interaksi yang dibangun sejauh ini melalui sebuah postingan yang mana antar pengguna bisa memberi komentar dan mention seseorang melalui kolom yang telah disediakan.

Connection memberikan kemudahan akses informasi melalui menu search dan menu ruang. Menu search memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pengguna Quora karena memudahkan dalam mencari topik sesuai dengan yang diinginkan pengguna.

Commerce mendorong terjadinya pembelian, dalam hal ini berlaku kerjasama yang mendatangkan keuntungan bagi kedua belah pihak yang bekerja sama. *Community* memiliki peran untuk menyebarkan pesan secara luas ataupun personal. Quora menawarkan interaksi antar pengguna satu dengan pengguna lainnya seperti pada kolom komentar sebuah postingan selain itu terdapat pula dalam menu pesan yang mana memudahkan penggunaanya terhubung dengan pengguna lain yang memiliki minat yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Arafat, M. (2017). Analisis dan Perancangan Website Sebagai Sarana Informasi Pada Lembaga Bahasa Kewirausahaan Dan Komputer AKMI BATURAJA Menggunakan PHP dan MySQL. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 19(1), 1–10.
- Ayuningtyas, D. (2013). Evaluasi Penerapan Biaya Standar Sebagai Alat Perencanaan dan Pengendalian Biaya Produksi Pada Harian Tribun Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Baskoro, P. P. (2013). Analisis Penetapan Tingkat Marjin Akad Pembiayaan Murabahah: Studi Kasus pada Baitul Maal wa Tamwil Ahmad Yani Malang Baskoro Perdana Putra.
- Diklat, M., Andri ST, U. A., & Widyaiswara Ahli Muda, M. (t.t.). MATERI PELENGKAP MODUL (BAHAN AJAR) DIKLAT FUNGSIONAL PRANATA KOMPUTER TINGKAT AHLI PENGENALAN TEKNOLOGI INFORMASI Disusun oleh.

- Merni Patulak, I., Teknologi Pertanian, J., & Pertanian Negeri Samarinda, P. (2021).
- Peluang Bisnis Tanaman Hias Aglonema di Samarinda Melalui Komunikasi Digital Aglonema Ornamental Plants Business Opportunity in Samarinda Through Digital Communication. 17(01).
- Purnia, D. S., Muhajir, H., Adiwisastira, M. F., & Supriadi, D. (2020). Pengukuran Kesenjangan Digital Menggunakan Metode Deskriptif Berbasis Website. *Jurnal Sains Dan Manajemen*, 8(2).
- Putu, I., Permana, H., Ni, D., Ayu, K., & Pratiwi, N. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Bisnis Kuliner pada Komunitas Online @deliciousbali. Dalam JUST-BEST: Journal of Sustainable Business and Management (Vol. 1, Issue 1). doi. <https://globalresearcher.net/index.php/justbest/index>
- Billy, M. (2020). The influence of dynamic organizations and the application of digital innovations to educational institutions in the world during the COVID-19 pandemic. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3588233>
- Sondakh, R. A., Erawan, E., & Wibowo, S. E. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun@ Geprekexpress Dalam Mempromosikan Restoran Geprek Express (Vol. 7, Issue 1). Onilne. <http://www.SimpleMeasured.com>
- Sulianta, F. (2022). ANALISIS REAKSI IKLAN GILLETTE 'THE BEST MEN CAN BE' PADA QUORA MENGGUNAKAN NETNOGRAFI (Versi Berbahasa Indonesia).
- Warouw, D. M., Surentu, Y. Z., & Rembang, M. (2020). Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(4).
- Gunawan, Z. (2014). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam Pembelajaran. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Fisika Al-Biruni*, 3(1), 71-78.
- Choi, E., Borkowski, M., Zakoian, J., Sagan, K., Scholla, K., Ponti, C., Labedz, M., & Bielski, M. (2015). Utilizing content moderators to investigate critical factors for assessing the quality of answers on brainly, social learning Q&A platform for students: A pilot study. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 52(1), 1-4. <https://doi.org/10.1002/pr2.2015.145052010069>
- Hikmah, N. (2017). Efektivitas media pembelajaran Edmodo terhadap minat belajar dan hasil belajar siswa pada materi fisika kelas XI IPA SMAN 1 Tanete Rilau [Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar]. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/4504>
- Kartika, H. (2014). Pembelajaran matematika berbantuan software MATLAB sebagai upaya meningkatkan kemampuan komunikasi matematis dan minat belajar siswa SMA. *Jurnal Pendidikan Unsika*, 2(1), 21-33. <https://journal.unsika.ac.id/index.php>