

# SOP Pembuatan Konten Digital Marketing

**Kategori:** Pemasaran

**No. Dokumen:** SOP-0045

**Tanggal Terbit:** 20/04/2026

**Sumber:** GajiHub SOP — [sop.gajihub.com](http://sop.gajihub.com)

*Panduan terstruktur untuk merencanakan, membuat, meninjau, dan mendistribusikan konten digital marketing secara efektif dan konsisten.*

## Tujuan

SOP ini bertujuan untuk memberikan pedoman yang jelas, terstruktur, dan konsisten dalam proses pembuatan konten digital marketing di lingkungan perusahaan. Dengan adanya SOP ini, diharapkan setiap konten yang diproduksi mampu mencerminkan identitas merek, memenuhi standar kualitas, serta sesuai dengan strategi pemasaran perusahaan. Selain itu, SOP ini juga bertujuan untuk meningkatkan efisiensi kerja tim, meminimalkan kesalahan, serta memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku di Indonesia, termasuk aspek perlindungan data dan etika komunikasi digital.

## Ruang Lingkup

SOP ini berlaku untuk seluruh aktivitas pembuatan konten digital marketing yang dilakukan oleh tim internal maupun pihak eksternal yang bekerja sama dengan perusahaan. Aktivitas yang dimaksud mencakup perencanaan konten, produksi materi kreatif (teks, gambar, video), proses review dan persetujuan, hingga distribusi konten melalui berbagai kanal digital seperti media sosial, website, email marketing, dan platform digital lainnya. SOP ini juga mencakup pengelolaan arsip konten serta evaluasi kinerja konten secara berkala.

## Definisi

Istilah	Definisi
Konten Digital Marketing	Segala bentuk materi komunikasi yang dibuat dan didistribusikan melalui media digital untuk tujuan pemasaran, seperti artikel, gambar, video, dan infografis.
Content Plan	Rencana strategis yang memuat jenis, tema, jadwal, dan tujuan konten yang akan dipublikasikan dalam periode tertentu.
Brand Guideline	Panduan resmi perusahaan yang mengatur penggunaan identitas merek, termasuk logo, warna, tone komunikasi, dan gaya visual.

Istilah	Definisi
Engagement	Interaksi yang terjadi antara audiens dengan konten, seperti like, komentar, share, dan klik.
Approval	Proses persetujuan resmi dari pihak berwenang sebelum konten dipublikasikan.

## Tanggung Jawab

Pihak	Tanggung Jawab
Digital Marketing Manager	Menyusun strategi konten, menyetujui rencana konten, serta memastikan keselarasan dengan tujuan bisnis perusahaan.
Content Creator	Membuat konten sesuai brief dan standar yang telah ditetapkan, termasuk penulisan naskah dan pembuatan visual.
Graphic Designer/Video Editor	Mengembangkan materi visual sesuai dengan brand guideline dan kebutuhan konten.
Quality Control/Editor	Melakukan pengecekan kualitas konten dari sisi bahasa, visual, dan kepatuhan terhadap regulasi.
Legal/Compliance	Memastikan konten tidak melanggar hukum, termasuk UU ITE dan UU Perlindungan Data Pribadi.

## Prosedur

### Tahap 1: Perencanaan Konten

Tahap awal untuk menentukan arah, tujuan, dan strategi konten yang akan dibuat agar sesuai dengan target pemasaran perusahaan.

- Melakukan analisis target audiens berdasarkan demografi, perilaku, dan kebutuhan.
- Menyusun content plan bulanan yang mencakup tema, format, dan jadwal publikasi.
- Menentukan tujuan konten seperti awareness, engagement, atau konversi.

**Penanggung Jawab:** Digital Marketing Manager

### Tahap 2: Penyusunan Brief Konten

Tahap ini bertujuan untuk memberikan arahan yang jelas kepada tim kreatif mengenai konten yang akan dibuat.

- Menyusun brief konten yang mencakup tujuan, pesan utama, dan call-to-action.

2. Menentukan format konten seperti artikel, video, atau posting media sosial.
3. Menyertakan referensi visual atau contoh konten sebagai acuan.

**Penanggung Jawab:** Digital Marketing Manager

### **Tahap 3: Produksi Konten**

Tahap pelaksanaan pembuatan konten sesuai dengan brief yang telah disusun.

1. Menulis naskah atau caption sesuai tone of voice yang telah ditentukan.
2. Membuat desain visual atau video sesuai kebutuhan konten.
3. Melakukan revisi internal berdasarkan masukan dari tim terkait.

**Penanggung Jawab:** Content Creator dan Graphic Designer

### **Tahap 4: Review dan Persetujuan**

Tahap pemeriksaan kualitas dan kesesuaian konten sebelum dipublikasikan.

1. Melakukan pengecekan tata bahasa, visual, dan kesesuaian dengan brand guideline.
2. Memastikan konten tidak melanggar regulasi seperti UU ITE dan UU PDP.
3. Mengajukan konten untuk approval kepada pihak berwenang.

**Penanggung Jawab:** Quality Control dan Legal

### **Tahap 5: Publikasi dan Distribusi**

Tahap penyebaran konten ke berbagai kanal digital sesuai jadwal yang telah ditentukan.

1. Mengunggah konten ke platform yang dituju sesuai jadwal publikasi.
2. Menambahkan hashtag, metadata, dan optimasi SEO bila diperlukan.
3. Melakukan monitoring awal terhadap performa konten setelah publikasi.

**Penanggung Jawab:** Social Media Specialist

### **Tahap 6: Evaluasi dan Arsip Konten**

Tahap evaluasi performa konten untuk perbaikan berkelanjutan serta penyimpanan dokumentasi.

1. Mengumpulkan data performa konten seperti reach, engagement, dan conversion rate.
2. Menganalisis hasil untuk menentukan efektivitas konten.
3. Menyimpan seluruh file dan laporan ke dalam sistem arsip perusahaan.

**Penanggung Jawab:** Digital Marketing Analyst

## **| Dokumen Terkait**

- Content Plan Bulanan
- Brand Guideline Perusahaan
- Checklist Quality Control Konten
- Form Approval Konten
- Laporan Analisis Kinerja Konten

## Referensi

- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)
- Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi
- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika terkait penyelenggaraan sistem elektronik
- Pedoman Etika Pariwisata Indonesia
- ISO 9001:2015 tentang Sistem Manajemen Mutu