

Membangun Bisnis Digital *Filtrize* menggunakan Metode *Project Based Learning*

Algyon Faras^{1*}, Nakula Bintang Nashwandra², Jauza Nadhifah³, Wien Kuntari⁴
^{1,2,3,4}IPB University, Indonesia

Alamat: Jl. Kumbang No.14, RT.02/RW.06, Bogor - Jawa Barat 16128

Korespondensi penulis: algyon_faras@apps.ipb.ac.id*

Abstract. *In the ever-evolving digital age, social media, especially Instagram, has become an important platform that not only serves as a communication tool, but also as an effective marketing tool. Instagram filters, as one of the main features, have evolved into an important creative and marketing tool for both individuals and businesses. Filtrize comes as a provider of Instagram filter creation services tailored to customer needs, with the aim of creating filters that are unique and in line with brand identity. However, in order to stay relevant and thrive amidst intense competition, Filtrize needs to adopt effective methods in its business development. One of the approaches used as a solution is the application of the Project Based Learning (PBL) method, which can integrate theory and practice in the development of this digital business. This research aims to explore how the application of the PBL method can be used to build and develop Filtrize's business. The methods used in this research include observation, literature study, and customer feedback to collect data on market trends, customer expectations, and product evaluation. The results of this research are expected to provide new insights into digital service business development in the creative field and produce a business model that is not only profitable, but also sustainable.*

Keywords: *Instagram Filter, Project Based Learning (PBL), Digital Marketing, Creative Business.*

Abstrak. Dalam era digital yang terus berkembang, media sosial, terutama Instagram, telah menjadi platform penting yang tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana pemasaran yang efektif. Filter Instagram, sebagai salah satu fitur utama, telah berkembang menjadi alat kreatif dan pemasaran yang penting, baik bagi individu maupun bisnis. Filtrize hadir sebagai penyedia jasa pembuatan filter Instagram yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, dengan tujuan untuk menciptakan filter yang unik dan sesuai dengan identitas merek. Namun, untuk tetap relevan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat, Filtrize perlu mengadopsi metode yang efektif dalam pengembangan bisnisnya. Salah satu pendekatan yang dijadikan solusi adalah penerapan metode Project Based Learning (PBL), yang dapat mengintegrasikan teori dan praktik dalam pengembangan bisnis digital ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana penerapan metode PBL dapat digunakan untuk membangun dan mengembangkan bisnis Filtrize. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, studi literatur, dan umpan balik pelanggan untuk mengumpulkan data tentang tren pasar, ekspektasi pelanggan, serta evaluasi produk. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai pengembangan bisnis jasa digital di bidang kreatif dan menghasilkan model bisnis yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga berkelanjutan.

Kata Kunci: Filter Instagram, *Project Based Learning* (PBL), Pemasaran Digital, Bisnis Kreatif.

1. LATAR BELAKANG

Di era digital yang terus berkembang, media sosial telah menjadi elemen penting dalam kehidupan sehari-hari, berfungsi sebagai alat berkomunikasi, hiburan, dan sebagai sarana berbisnis (Defriyanti & Fitri, 2024; Hamid & Fadli, 2024; Nugroho dkk., 2024). Instagram, salah satu aplikasi media sosial yang populer saat ini, telah berhasil membangun ekosistem kreatif bagi penggunanya dengan menghadirkan berbagai fitur, termasuk filter Instagram (Fadilla, 2020; Octaviana dkk., 2024; Zulfiqri dkk., 2024). Filter tidak hanya berfungsi untuk memperkaya pengalaman visual, tetapi juga telah berkembang

menjadi alat pemasaran yang ampuh bagi bisnis, selebritas, influencer, serta pengguna umum yang ingin mengekspresikan kreativitas mereka (Ramadhan dkk., 2024).

Oleh karena itu, Filtrize hadir sebagai penyedia jasa pembuatan filter Instagram yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan klien, baik untuk individu maupun bisnis. Seiring meningkatnya popularitas filter Instagram yang mampu memperkaya daya tarik visual dan interaksi pengguna, peluang untuk mengembangkan bisnis layanan pembuatan filter digital semakin luas (Putra dkk., 2024). Filtrize menyediakan layanan pembuatan filter dengan pendekatan berbasis teknologi, yang memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan filter Instagram yang khas dan disesuaikan dengan identitas merk atau kebutuhan pribadi mereka.

Namun, meskipun pasar untuk layanan pembuatan filter Instagram menjanjikan, tantangan utama yang dihadapi oleh Filtrize adalah bagaimana mengembangkan bisnis digital ini agar tetap relevan dan dapat berkembang di tengah ketatnya persaingan digital dan perubahan tren teknologi yang cepat (Tarisa Aulia Ananda dkk., 2023). Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan menerapkan metode Project Based Learning (PBL) dalam proses pembangunannya. Metode PBL berfokus pada pembelajaran berbasis proyek yang mengintegrasikan teori dan praktik dalam situasi nyata, memberikan pengalaman yang lebih mendalam bagi peserta yang terlibat (Sari dkk., 2024).

Dalam konteks Filtrize, PBL dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif, menciptakan inovasi dalam desain filter, serta mengoptimalkan operasional bisnis. Dengan cara ini, para peserta dapat belajar untuk merancang, mengembangkan, dan mengelola bisnis berbasis digital secara langsung melalui proyek nyata yang ada (Putri, 2022). Penerapan metode PBL akan memungkinkan tim untuk bekerja secara kolaboratif, menyelesaikan tantangan yang dihadapi, dan memberikan solusi bisnis yang lebih kreatif dan berbasis data (Pamungkas dkk., 2024).

Jurnal ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana penerapan metode Project Based Learning dalam membangun dan mengembangkan bisnis digital Filtrize, dengan harapan dapat memberikan wawasan baru mengenai pengembangan bisnis jasa digital di bidang kreatif. Melalui analisis ini, diharapkan dapat ditemukan pendekatan yang efektif untuk membangun model bisnis yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga berkelanjutan di pasar yang dinamis dan penuh inovasi.

2. KAJIAN TEORITIS

Instagram

Instagram adalah aplikasi gratis yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah foto dan video, dengan berbagai fitur menarik yang mencakup profil dan bio, unggah foto dan video, Instagram Stories, caption, komentar, like, hashtag, activity, direct message (DM), geotagging, dan story archive. Aplikasi ini terus melakukan pembaruan fitur untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Salah satu pembaruan signifikan adalah penambahan filter wajah augmented reality (AR) pada fitur Instagram Stories. Augmented reality sendiri didefinisikan sebagai teknologi yang mengintegrasikan gambar virtual ke dalam dunia nyata dan dapat dibuat interaktif dengan menambahkan skrip tertentu. Teknologi ini juga minim biaya dan dapat digunakan hanya dengan perangkat Android atau iOS. Pembaruan ini menambah nilai interaktivitas dan keserbagunaan konten di Instagram, menjadikannya lebih menarik bagi pengguna (Cholifah, 2023).

Filter Augmented Reality (AR)

Filter Augmented Reality (AR) merupakan efek yang dibuat oleh komputer dan digunakan untuk menumpangkan pada gambar kehidupan nyata. Filter AR bekerja dengan menggunakan kamera, sehingga dapat menambahkan lapisan citra pada latar depan atau belakang dari gambar tersebut. Pengguna tidak perlu mengunduh aplikasi tambahan untuk memainkan permainan berbasis filter Instagram ini. Mereka hanya perlu mencari nama filter tersebut dan langsung memainkannya. Selain itu, game ini juga bisa direkam dan segera dibagikan di cerita Instagram pengguna menambah variasi media promosi yang menarik serta lebih interaktif (Nugraha dkk., 2023).

Problem-Based Learning (PBL)

Problem-Based Learning (PBL) merupakan pendekatan pedagogis yang menekankan pada proses pembelajaran melalui pemecahan masalah nyata yang relevan dengan konteks kehidupan sehari-hari untuk memulai pembelajaran dan pembelajaran yang inovatif sehingga dapat memberikan siswa belajar aktif (Kurniawan dkk., 2023). Dalam PBL, peserta dihadapkan pada situasi masalah kompleks yang memerlukan pengetahuan dan keterampilan untuk diselesaikan. PBL adalah model pembelajaran yang menitik beratkan pada masalah sehingga dibutuhkan cara berfikir yang kritis dalam penyelesaian permasalahan (Muliana dkk., 2022). PBL bertujuan untuk mengembangkan

kemampuan berpikir kritis, keterampilan pemecahan masalah, dan kemampuan bekerja dalam tim, yang semuanya merupakan komponen penting dari keterampilan abad ke-21.

Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas (BMC) adalah kerangka kerja yang memvisualisasikan model bisnis dalam bentuk gambar dan membahasnya dengan cara yang mudah dipahami. Strategi ini biasanya digunakan oleh pelaku bisnis pemula agar bisa membangun bisnis yang matang (Handayani Dewi dkk., 2023). *Business Model Canvas (BMC)* digunakan untuk memetakan elemen-elemen penting dalam pengembangan bisnis, seperti segmen pelanggan, saluran distribusi, dan aliran pendapatan, guna memastikan solusi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan UMKM. Strategi ini biasanya digunakan oleh pelaku bisnis pemula agar bisa membangun bisnis yang matang (Asmaraningtyas dkk., 2024).

Pemasaran Digital

Pemasaran digital mengacu pada penggunaan berbagai saluran digital untuk memasarkan produk atau layanan kepada audiens yang lebih luas (Aman dkk., 2024). Pemasaran digital melibatkan berbagai saluran seperti media sosial, mesin pencari, email, dan iklan digital. Pemasaran digital memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens dengan cara yang lebih efisien dan efektif dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional (Sayudin dkk., 2023). Dengan menggunakan data analitik dan pengoptimalan mesin pencari (SEO), perusahaan dapat lebih tepat menargetkan konsumen yang memiliki minat atau kebutuhan serupa, meningkatkan efektivitas pemasaran mereka, dan memaksimalkan pengeluaran iklan.

Media Sosial dalam Pemasaran

Media sosial memainkan peran penting dalam strategi pemasaran digital (Verma & Srivastava, 2024). Pemasaran media sosial memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk berinteraksi langsung dengan audiens mereka, memperkenalkan produk dengan cara yang lebih personal, serta membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Platform seperti Instagram, Facebook, dan LinkedIn memberikan saluran yang sangat efektif untuk meningkatkan brand awareness, membangun kredibilitas merek, dan mendorong keterlibatan pelanggan yang lebih tinggi. Media sosial juga memungkinkan perusahaan untuk menciptakan konten yang menarik dan relevan, sehingga meningkatkan visibilitas merek serta memperkuat hubungan dengan audiens.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan pendekatan Project-Based Learning (PBL), yang berfokus pada pengembangan layanan pembuatan filter Instagram berbasis pesanan. PBL dipilih karena pendekatan ini mendukung integrasi antara aspek teknis, bisnis, dan manajerial secara terpadu dalam konteks pembelajaran berbasis proyek. Dalam penelitian ini, tahapan PBL meliputi identifikasi masalah, perencanaan solusi, implementasi, dan evaluasi. Selain itu, berbagai metode pengumpulan data digunakan untuk mendukung proses analisis, yaitu observasi, survei, studi literatur, dan pengumpulan umpan balik pelanggan.

Pendekatan Project-Based Learning (PBL)

Pendekatan Project-Based Learning adalah kerangka kerja yang digunakan untuk menyelesaikan proyek berbasis permasalahan nyata. Dalam penelitian ini, layanan Filtrize dirancang untuk menyediakan filter Instagram yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, baik individu maupun organisasi. Pendekatan ini memadukan pemahaman teknis dalam pengembangan filter berbasis augmented reality dengan kebutuhan bisnis dan pemasaran untuk meningkatkan nilai tambah layanan yang diberikan.

a. Identifikasi Masalah dan Tujuan Proyek

Tahap awal penelitian berfokus pada identifikasi masalah yang dihadapi pengguna media sosial, terutama dalam memanfaatkan filter Instagram untuk tujuan personalisasi dan branding. Melalui pengamatan dan wawancara, ditemukan bahwa banyak individu dan perusahaan menghadapi keterbatasan dalam menciptakan filter yang relevan dengan citra mereka. Selain itu, terdapat kebutuhan untuk mengintegrasikan elemen estetika dan teknis guna meningkatkan efektivitas filter sebagai alat pemasaran digital. Berdasarkan temuan tersebut, tujuan utama proyek ditentukan, yaitu menyediakan layanan pembuatan filter yang inovatif, personal, dan efektif untuk meningkatkan keterlibatan pengguna di media sosial.

b. Perencanaan dan Persiapan Proyek

Tahap ini melibatkan perencanaan menyeluruh yang mencakup aspek teknis, bisnis, dan pemasaran. Dari sisi teknis, perangkat lunak Spark AR Studio dipilih untuk mendukung pengembangan filter yang interaktif dan estetis. Dari sisi bisnis, model bisnis dirancang menggunakan kerangka Business Model Canvas untuk memetakan segmen pelanggan, nilai tambah layanan, saluran distribusi, dan sumber pendapatan. Perencanaan pemasaran juga dilakukan dengan strategi

berbasis media sosial untuk meningkatkan jangkauan audiens dan menarik minat pelanggan.

c. Eksplorasi dan Pengembangan

Eksplorasi dan pengembangan dilakukan melalui serangkaian proses iteratif yang melibatkan produksi filter berbasis augmented reality, uji coba desain dengan pengguna awal, dan pengumpulan umpan balik untuk perbaikan. Tim pengembang bekerja sama dengan desainer grafis dan teknisi untuk menciptakan filter yang menarik secara visual dan mudah digunakan. Pada tahap ini, elemen-elemen kreatif seperti animasi dan efek interaktif diintegrasikan ke dalam filter untuk meningkatkan daya tarik dan keterlibatan pengguna.

d. Penerapan dan Implementasi

Tahap implementasi mencakup peluncuran layanan kepada pelanggan serta penerapan strategi pemasaran yang telah direncanakan. Layanan Filtrize dipromosikan melalui media sosial, terutama Instagram, dengan pendekatan berbasis konten untuk menarik perhatian target pasar. Selain itu, dilakukan uji coba langsung pada beberapa klien awal untuk mengevaluasi kinerja filter yang dipesan dan mengidentifikasi potensi perbaikan layanan.

e. Evaluasi dan Refleksi

Evaluasi dilakukan secara sistematis untuk menilai keberhasilan proyek dari dua aspek utama, yaitu teknis dan bisnis. Evaluasi teknis berfokus pada kualitas filter, termasuk kehandalan dan kesesuaian desain dengan kebutuhan pelanggan. Sementara itu, evaluasi bisnis mencakup analisis kinerja layanan berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan, jangkauan promosi, dan peningkatan penjualan. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan refleksi untuk mengidentifikasi area perbaikan dan strategi pengembangan layanan di masa depan.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga metode utama dalam pengumpulan data, yaitu observasi, studi literatur, dan umpan balik pelanggan. Metode-metode ini dipilih untuk memperoleh informasi yang komprehensif mengenai tren pasar, ekspektasi pelanggan, serta evaluasi untuk peningkatan bisnis secara berkelanjutan.

a. Observasi

Observasi dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai tantangan teknis dan operasional dalam pengembangan layanan pembuatan filter Instagram. Pengamatan ini berfokus pada interaksi pengguna dengan filter yang telah diproduksi serta respon mereka terhadap kualitas dan fungsionalitas filter. Selain itu, observasi juga dilakukan terhadap perilaku pelanggan dalam konteks penggunaan filter untuk branding pribadi dan promosi produk. Data yang dikumpulkan dari observasi ini memberikan wawasan langsung tentang kebutuhan pasar dan bagaimana layanan *Filtrize* dapat memenuhi harapan tersebut.

b. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk menggali informasi terkait tren teknologi, khususnya dalam penggunaan augmented reality (AR) pada filter media sosial seperti Instagram. Literatur yang dikaji mencakup berbagai penelitian dan laporan industri yang relevan untuk memahami perkembangan terbaru dalam dunia digitalisasi, khususnya dalam bidang pemasaran berbasis media sosial. Studi ini juga membantu mengidentifikasi praktik terbaik dalam desain filter AR, serta strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan keterlibatan pengguna di platform media sosial. Pengetahuan yang diperoleh dari studi literatur ini digunakan untuk merancang fitur-fitur layanan yang sesuai dengan tren pasar dan kebutuhan pelanggan.

c. Feedback Pelanggan

Umpan balik pelanggan dikumpulkan melalui beberapa saluran, termasuk wawancara langsung dan pengumpulan ulasan dari pengguna layanan. Tujuan pengumpulan umpan balik adalah untuk mengevaluasi kinerja filter yang telah diproduksi serta mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap hasil yang diperoleh. Selain itu, feedback pelanggan juga digunakan untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan untuk mengembangkan fitur-fitur baru yang lebih relevan dengan kebutuhan mereka. Melalui umpan balik ini, tim pengembang dapat mengukur efektivitas layanan, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta menentukan strategi perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas produk dan pengalaman pelanggan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Business Model Canvas (BMC) Pada Filtrize

Model bisnis Filtrize dirancang menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) untuk memetakan elemen-elemen kunci dalam mendukung keberlanjutan layanan kami. Mitra strategis seperti 3D artist, *event organizer*, dan agensi digital marketing menjadi bagian penting dalam mendukung pengembangan desain filter kustom yang inovatif dan berkualitas. Aktivitas utama bisnis ini mencakup pembuatan filter Instagram sesuai pesanan pelanggan, pemasaran melalui media sosial, layanan revisi untuk memastikan kepuasan pelanggan, serta penelitian dan pengembangan untuk terus mengikuti tren pasar.

Proposisi nilai yang ditawarkan Filtrize mencakup fleksibilitas dalam pembuatan filter kustom, variasi jenis filter seperti efek kamera, AR, dan game kuis, serta penawaran diskon untuk pemesanan dalam jumlah besar. Sasaran utama kami adalah organisasi, *event organizer*, individu, influencer, serta agensi kreatif yang membutuhkan filter untuk branding atau personalisasi. Hubungan pelanggan dibangun melalui layanan yang responsif, termasuk pendampingan selama proses pembuatan, revisi satu kali tanpa biaya tambahan, dan garansi. Media sosial, khususnya Instagram, menjadi saluran pemasaran utama, didukung oleh promosi langsung kepada pelanggan dan kolaborasi dengan mitra strategis.

Filtrize mengandalkan sumber daya utama berupa perangkat keras dan lunak desain, aset 3D untuk elemen kreatif, serta tenaga kerja dengan keterampilan tinggi. Struktur biaya kami mencakup pengadaan perangkat, pemasaran digital, dan gaji tenaga kerja, sedangkan pendapatan dihasilkan dari jasa pembuatan filter berdasarkan kompleksitas desain dan volume pesanan. Dengan memanfaatkan kerangka BMC, Filtrize mampu mengoptimalkan strategi bisnis secara terarah dan memperkuat posisi kami di pasar layanan kreatif berbasis digital.



Project-Based Learning

Project-Based Learning (PBL) adalah metode pembelajaran yang berfokus pada penyelesaian proyek nyata, memungkinkan pengembangan keterampilan praktis dan teknis yang relevan dengan dunia profesional. Dalam proyek Filtrize, pendekatan ini menjadi dasar bagi tim untuk mengembangkan filter Instagram kustom yang kreatif dan inovatif. Melalui PBL, tim dapat melatih kreativitas, kolaborasi, serta pengelolaan waktu dan sumber daya secara efektif. Berikut adalah penerapan prinsip PBL dalam proyek ini:

Pendekatan Pembelajaran Berbasis Proyek dalam Filtrize

a. Identifikasi Masalah dan Tujuan Proyek

Proyek Filtrize dimulai dengan mengumpulkan data untuk mengidentifikasi masalah, yaitu kebutuhan akan filter Instagram yang menarik untuk branding dan promosi. Tujuan proyek difokuskan pada penyediaan layanan pembuatan filter kustom berkualitas tinggi yang memenuhi kebutuhan pasar.

b. Rencana dan Persiapan Proyek

Tim menyusun rencana aksi yang meliputi analisis tren pasar, preferensi pelanggan, pemilihan alat seperti Spark AR dan Blender, serta strategi pemasaran untuk menjangkau target audiens.

c. Eksplorasi dan Pengembangan

Pada tahap ini, tim bekerja secara kolaboratif untuk menciptakan filter menggunakan perangkat lunak yang relevan. Proses ini menggabungkan keahlian desain teknis dan pemasaran untuk menghasilkan filter yang menarik dan sesuai kebutuhan pelanggan.

d. Penerapan dan Implementasi

Filter yang telah dikembangkan diuji dan diterapkan pada platform Instagram. Tim menerima umpan balik dari pelanggan untuk memastikan layanan memenuhi ekspektasi.

e. Evaluasi dan Refleksi

Tim mengevaluasi keberhasilan proyek berdasarkan umpan balik pelanggan, pencapaian target, dan efektivitas strategi pemasaran. Refleksi dari hasil evaluasi digunakan untuk melakukan perbaikan berkelanjutan.

Pembelajaran dalam Proyek Filtrize

Dalam proyek Filtrize, anggota tim memperoleh berbagai keterampilan praktis yang sangat berharga untuk dunia kerja. Mereka belajar mengoperasikan perangkat lunak desain seperti Spark AR dan Blender untuk membuat filter Instagram yang menarik, serta menguasai teknik desain grafis menggunakan Canva. Selain itu, tim juga mengembangkan keterampilan dalam manajemen proyek, seperti perencanaan, pengelolaan waktu, anggaran, dan komunikasi efektif sepanjang proyek. Proyek ini juga meningkatkan kemampuan tim dalam bekerja secara kolaboratif, di mana anggota tim saling berbagi tugas dan ide untuk mencapai tujuan bersama. Selain itu, tim terlibat dalam strategi pemasaran digital melalui Instagram, yang mengajarkan mereka tentang pengelolaan kampanye dan analisis pasar untuk meningkatkan efektivitas promosi dan branding.

Keuntungan Penerapan PBL dalam Filtrize

Penerapan Project-Based Learning (PBL) dalam proyek Filtrize memberikan manfaat nyata, baik dari sisi pembelajaran maupun hasil proyek. Tim mendapatkan pengalaman praktis dengan mengerjakan proyek yang relevan, sehingga mampu menerapkan teori dalam situasi nyata. Pendekatan ini juga meningkatkan motivasi karena anggota tim melihat hasil kerja mereka digunakan langsung oleh pelanggan. Selain itu, PBL memperkuat keterampilan profesional, seperti penguasaan Spark AR, Blender, dan Canva, manajemen proyek, serta kolaborasi tim. Pengalaman ini membantu tim mengelola waktu, sumber daya, dan komunikasi secara efektif. PBL juga mendorong inovasi berkelanjutan, di mana tim terus menyesuaikan produk dan layanan agar tetap kompetitif sesuai kebutuhan pasar.

Tantangan dalam Penerapan PBL

PBL juga menghadirkan tantangan, seperti keterbatasan sumber daya dan pengalaman. Sebagai tim baru, dana dan akses ke perangkat keras serta perangkat lunak sering kali menjadi kendala. Kurva belajar untuk alat seperti Spark AR dan Blender cukup panjang, tetapi pelatihan intensif dan pembagian tugas berdasarkan keahlian membantu tim mengatasinya. Persaingan pasar yang ketat juga menjadi tantangan besar, terutama untuk membangun kepercayaan pelanggan. Strategi seperti menawarkan filter gratis dan kampanye berbayar di Instagram diterapkan untuk meningkatkan visibilitas merek. Melalui tantangan ini, tim belajar beradaptasi dan mengembangkan solusi inovatif untuk menghadapi hambatan, sehingga proyek Filtrize tetap berkembang.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa penerapan metode Project-Based Learning (PBL) dalam pengembangan layanan pembuatan filter Instagram Filtrize memberikan dampak positif dalam mengembangkan keterampilan praktis dan meningkatkan pemahaman terkait integrasi aspek teknis, bisnis, dan pemasaran. Melalui pendekatan ini, tim dapat lebih mudah mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh pengguna dan menyusun solusi yang inovatif sesuai dengan kebutuhan pasar. PBL juga memungkinkan para peserta untuk lebih aktif dalam merancang, mengembangkan, dan menerapkan filter yang dapat meningkatkan keterlibatan pengguna di media sosial. Dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC), Filtrize mampu merancang model bisnis yang terstruktur dan jelas, yang memungkinkan perusahaan untuk berkembang di pasar yang kompetitif dan dinamis. Proses pembelajaran berbasis proyek ini tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga pengalaman praktis yang sangat relevan dalam konteks dunia kerja.

Saran

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, disarankan agar Filtrize terus mengembangkan kreativitas dalam desain filter Instagram dengan memperhatikan tren pasar dan preferensi pelanggan yang terus berubah. Pengembangan lebih lanjut dalam hal fitur-fitur interaktif dan peningkatan kualitas layanan juga dapat menjadi fokus untuk menjaga daya saing di pasar digital yang semakin berkembang. Selain itu, kolaborasi lebih lanjut dengan mitra strategis seperti influencer dan agensi pemasaran dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas layanan Filtrize. Untuk pengembangan lebih lanjut, penerapan metode PBL dapat diperluas dengan melibatkan lebih banyak stakeholder, seperti pelanggan dan profesional kreatif, untuk mendapatkan umpan balik langsung dalam setiap tahap proyek. Hal ini akan membantu dalam memperbaiki dan mengembangkan layanan yang lebih berkelanjutan dan sesuai dengan kebutuhan pasar yang dinamis.

Kesimpulan ditulis secara singkat yaitu mampu menjawab tujuan atau permasalahan penelitian dengan menunjukkan hasil penelitian atau pengujian hipotesis penelitian, tanpa mengulang pembahasan. Kesimpulan ditulis secara kritis, logis, dan jujur berdasarkan fakta hasil penelitian yang ada, serta penuh kehati-hatian apabila terdapat upaya generalisasi. Bagian kesimpulan dan saran ini ditulis dalam bentuk paragraf, tidak

menggunakan penomoran atau *bullet*. Pada bagian ini juga dimungkinkan apabila penulis ingin memberikan saran atau rekomendasi tindakan berdasarkan kesimpulan hasil penelitian. Demikian pula, penulis juga sangat disarankan untuk memberikan ulasan terkait keterbatasan penelitian, serta rekomendasi untuk penelitian yang akan datang.

DAFTAR REFERENSI

- Aman, Y. Z., Setyawati, D., Widiawati, D., & Tama, S. Y. (2024). Digital marketing strategy in increasing brand awareness in the industrial era 4.0. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7(4), 9334–9339. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.10504>
- Asmaraningtyas, L. W., Rahmawati, I. D., & Fitriyah, H. (2024). Green business innovation: Sustainable business model development through integration of business model canvas, design thinking, and Islamic business ethics. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 4(1), 57–74. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v4i1.337>
- Cholifah, S. (2023). Efektivitas penggunaan media filter Instagram story dalam penguasaan kosakata transportasi bahasa Mandarin siswa kelas X APH SMK 17 Agustus 1945 Surabaya tahun ajaran 2022-2023.
- Defriyanti, A., & Fitri, N. E. (2024). Pendekatan kualitatif dalam mengkaji media sosial dan pola konsumsi generasi milenial. *Multidisciplinary Journal of Religion and Social Sciences (MJRS)*, 1(1).
- Fadilla, Q. Y. (2020). Tren konten Instagram selama masa karantina pandemi COVID-19 di Indonesia. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 185–205. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i2.1718>
- Hamid, M. A., & Fadli, U. M. (2024). Efektifitas penggunaan sosial media untuk meningkatkan produk UMKM Semprong Djatirasa Karawang. *Global Leadership Organizational Research in Management*, 2(3), 151–162. <https://doi.org/10.59841/glory.v2i3.1448>
- Handayani Dewi, D., Firdaus, A., & Riandi, N. (2023). Penyuluhan dan pendampingan kewirausahaan dengan analisis business model canvas (BMC) bagi pelaku UMKM: Desa Cilember Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darul Ulum*, 2(1), 40–50. <https://doi.org/10.32492/dimas-undar.v2i1.2105>
- Kurniawan, B., Dwikoranto, D., & Marsini, M. (2023). Implementasi problem based learning untuk meningkatkan pemahaman konsep siswa: Studi pustaka. *Practice of the Science of Teaching Journal: Jurnal Praktisi Pendidikan*, 2(1), 27–36. <https://doi.org/10.58362/hafecspost.v2i1.28>
- Muliana, M., Azura, C., & Rohantizani, R. (2022). Penerapan model pembelajaran problem based learning untuk meningkatkan kemampuan koneksi matematis siswa. *Jurnal Dedikasi Pendidikan*, 6(2), 503–514. <https://doi.org/10.30601/dedikasi.v6i2.3084>
- Nugraha, A. F., Ramdhan, S., & Puspitasari, N. D. (2023). Implementasi filter augmented reality sebagai strategi brand marketing untuk meningkatkan penjualan.

- Nugroho, A. S., Ariyanto, A. S. S., & Muryanto, M. (2024). Pemanfaatan penggunaan media sosial sebagai sarana edukasi di kalangan pelajar. *Jurnal ARBA – Multidisiplin Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 31–36.
- Octaviana, E., Zahara, Z., Ponirin, & Farid. (2024). Peran content marketing Instagram sebagai strategi menumbuhkan brand awareness pada usaha SpringShop_PLW. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 8(3).
- Pamungkas, A. S., Rukhmana, T., Zahlimar, Z., Kadirun, K., Zaini Dahlan, M., & Wardany, K. (2024). Implementasi model pembelajaran berbasis proyek dalam meningkatkan kreativitas mahasiswa. *Journal on Education*, 6(4), 19647–19656. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i4.5991>
- Putra, I. P. A. S., Hendrawan, I. K. R., & Darmayanti, N. W. S. (2024). Pengenalan dan pelatihan augmented reality untuk meningkatkan brand awareness menggunakan Meta Spark Studio. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 788. <https://doi.org/10.62411/ja.v7i2.2071>
- Putri, G. E. (2022). Penerapan project based learning dalam mata kuliah digital bisnis fesyen pada mahasiswa D4 Tata Busana Sarjana Terapan. *Jurnal Ilmiah WUNY*, 4(2), 146–160. <https://doi.org/10.21831/jwuny.v4i2.54134>
- Ramadhan, D. A., Fitriah, M., & Sukarelawati, S. (2024). Site design dan interactive melalui Instagram: Studi kasus pada usaha mikro kecil menengah Kopi Cimanggu. *MAVIS: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(1), 12–19. <https://doi.org/10.32664/mavis.v6i01.1170>
- Sari, F., Sesmiarni, Z., & Febriani, S. (2024). Implementasi pembelajaran berbasis proyek untuk meningkatkan mutu pendidikan di SMAN 5 Payakumbuh. *Al I'tibar: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(3), 281–288.
- Sayudin, S., Kartono, K., & Curatman, A. (2023). Increasing business effectiveness through the implementation of an integrated digital marketing strategy. *Journal of World Science*, 2(11), 1908–1913. <https://doi.org/10.58344/jws.v2i11.478>
- Tarisa Aulia Ananda, Nabilla Kusuma Dewi, & Mohamad Zein Saleh. (2023). Fenomena perubahan strategi pemasaran dalam menghadapi tantangan di era digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 98–107. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i4.2738>
- Verma, S., & Srivastava, D. A. (2024). Clicks to clients: Harnessing social media for business growth. *International Journal of Advanced Research in Arts, Science, Engineering & Management (IJARASEM)*, 11(2).
- Zulfiqri, R., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2024). Analisis sentimen ulasan pengguna aplikasi media sosial Instagram pada situs Google Play Store menggunakan Naïve Bayes Classifier. *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, 12(3). <https://doi.org/10.23960/jitet.v12i3.4995>