ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kesesuaian penawaran nilai dari Zeta Digital Creative dengan kebutuhan pelanggan. Proses identifikasi dimulai dengan mengetahui *customer profile* dan *value map* yang ditawarkan Zeta Digital Creative. Selanjutnya identifikasi mengenai *fit* atau kesesuaian nilai yang ditawarkan Zeta Digital Creative dengan kebutuhan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara dengan pengguna layanan *social media development & management* dari Zeta Digital Creative, non-pengguna layanan serta pemilik Zeta Digital Creative. Kemudian pengumpulan data sekunder bersumber dari artikel, penelitain terdahulu, buku dan jurnal referensi yang terkait.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat cukup banyak variabel yang menjadi *pains* dan *gains* yang dirasakan atau dialami oleh dua kategori narasumber selama menggunakan layanan *social media development & management.* Dari hasil temuan juga dapat disimpulkan bahwa Zeta Digital Creative belum mencapai *fit.* Hal tersebut disebabkan karena nilai yang ditawarkan oleh Zeta ternyata lebih sedikit dibandingkan dengan rasa sakit atau masalah yang dialami pengguna layanan *social media development & management.*

Atas dasar ini maka menjadi perhatian penting bagi Zeta Digital Creative untuk bisa melakukan evaluasi mendalam. Tujuannya agar bisa meredakan rasa sakit dan juga memberikan nilai-nilai yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan selama menggunakan layanan *social media development & management.* Tujuannya agar dapat menarik perhatian calon pelanggan dan menciptakan loyalitas yang baik terkait penggunaan layanan *social media development & management* yang ditawarkan oleh Zeta Digital Creative.

Kata Kunci: *Value Proposition Design, Customer Profile, Value Map*