

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Pengertian Digital Marketing

*Digital Marketing* atau bisa disebut Pemasaran *Digital* adalah segala upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung internet dengan beragam strategi dan media *digital*, yang pada tujuannya dapat berkomunikasi dengan calon konsumen dengan saluran komunikasi *online* (Gunawan, 2019)

Beragam akses media yang biasa digunakan untuk *digital marketing* yang dapat diuji dengan tujuan pencapaian calon konsumen yang lebih luas, yaitu:

##### 1. *Website*

*Website* adalah keseluruhan laman-laman web yang ada dalam sebuah *domain* yang mengandung informasi. Sebuah *website* biasa dibentuk atas laman web yang saling terhubung. Hubungan antara satu web dengan web lainnya disebut *hyperlink*, sedangkan teks yang diperuntukan untuk menjadi media penghubung disebut *hypertext*. *Domain* adalah sebuah nama unik yang diciptakan khusus untuk dimiliki oleh sebuah institusi atau perusahaan sehingga bisa diakses menggunakan internet. Sebutan lain yang sehubungan dengan *website* adalah *homepage*. *Homepage* merupakan tampilan awal sebuah domain. Jika berpindah ke halaman lain setelah mengklik salahsatu *hyperlink* di halaman utama,

disebut *web page*. Sedangkan isi dari keseluruhan domain tersebut disebut *webiste*.

## 2. *Blog*

*Blog* merupakan aplikasi web yang memuat tulisan-tulisan (postingan) secara periodik atau teratur pada sebuah halaman web. Contoh aplikasi *blog* yang banyak digunakan oleh pengguna *blogger* (sebutan penulis *blog*), adalah *wordpress*.

## 3. Media Sosial

Media sosial merupakan teknologi berbasis *online* yang terbentuk berupa *software* yang tersambung ke jejaring internet, dimana saluran internet ini dapat menghubungkan sekumpulan orang-orang melalui teknologi tersebut. Ada begitu banyak media sosial yang kini aktif digunakan oleh masyarakat dan sangat efektif untuk menerapkan strategi *digital marketing*, contohnya seperti aplikasi Whatsapp, Facebook, Instagram, Line, Twitter, dan lain sebagainya. Beberapa tips iklan di media sosial seperti di *Instagram, facebook dan whatsapp business* yaitu :

### 1) Tips iklan di instagram (Febriani, 2022)

- Gunakan foto profil yang sesuai

Pada foto profil bisa menggunakan foto yang sangat menggambarkan bisnis. Salah satu caranya dengan memasang logo merek.

- Pilih nama akun yang mudah dikenali

Untuk nama akun bisa menggunakan nama toko yang sama. Namun jika di nama toko ada angka. Maka perlu menghindari penggunaan angka yang terlalu banyak pada nama akun. Hal ini karena angka sulit untuk dihafal, kecuali angka tersebut memang menjadi nama merekmu.

- Tulis bio instagram yang menarik

Pada bio instagram tidak banyak yang bisa di jelaskan. Tetapi ini merupakan tempat terbaik untuk menjelaskan bisnis secara singkat. Hanya bisa menulis sebanyak 150 karakter di sini, jadi maksimalkan dengan baik. Beri tahu dengan singkat apa yang bisnis lakukan, apa saja produknya dan beri tahu mengapa konsumen harus mengikuti akunmu.

- Mencantumkan kontak yang bisa dihubungi

Pelanggan memang bisa menghubungi lewat DM. Namun perlu mencantumkan saluran lain untuk menghubungi. Jadi, pelanggan bisa memilih saluran yang nyaman untuk mereka gunakan dalam mengontak. Dengan menggunakan akun bisnis, ada fitur yang memungkinkan untuk menambahkan alamat email, nomor telepon dan toko fisik di bagian profil.

- Merancang *feed instagram*

Dalam merancang *feed instagram* bisa dengan menyamakan warna *background* postingan.

- Buat *highligt stories*

*Fitur stories* biasanya hilang dalam 24 jam di Instagram. Namun bisa menyimpannya pada *highlight stories*. Bisa mengelompokkan beberapa stories ke dalam satu *highlight*. Adapun bisa membuat lebih dari satu *highlight*. Fitur *highlight* ini dapat maksimalkan sebagai profil bisnis. Bisa membuat *highlight* dengan keterangan cara menggunakan produk, cara belanja, testimoni dan sebagainya.

## 2) Tips iklan di *facebook* (Pramudyatama, 2023)

- Menargetkan iklan kepada orang yang tepat

Facebook memberikan beberapa pilihan target iklan sesuai kategori, antara lain jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan lain-lain. Dengan menentukan target iklan secara spesifik membuat iklan lebih tepat sasaran.

- Gunakan kalimat yang tepat

Facebook memberikan *space* untuk menulis judul iklan sepanjang 25 karakter dan deskripsi sepanjang 135 karakter. Jadi buatlah poin-poin yang jelas tentang apa yang akan ditawarkan.

- Buat gambar semenarik mungkin

Syarat iklan di facebook adalah iklan harus berbentuk gambar statis bukan gambar bergerak. Facebook belum mendukung untuk iklan bergerak seperti *gif* atau *flash*. Oleh karena itu buat gambar iklan semenarik mungkin.

### 3) Tips iklan di *whatsapp business* (Fathoni, 2021)

- Berikan informasi produk

*Whatsapp Business* memiliki fitur katalog yang memudahkan prospek untuk melihat informasi produk. Maka dari itu, harus mencantumkan informasi toko dan produk secara detail pada bagian katalog. Dengan begitu, tampilan *whatsapp business* akan terlihat profesional.

- Gunakan fitur *greeting* dan *away message*

Fitur *greeting* memudahkan untuk memberikan pesan sapaan secara otomatis kepada pelanggan baru. Jika ada pesan yang masuk di luar jam operasional. Sementara fitur *away message* berfungsi untuk mengirim pesan kepada pelanggan yang tidak melakukan komunikasi dan transaksi selama 14 hari.

- Manfaatkan fitur *quick replies*

Tips penjualan *whatsapp business* yang terakhir adalah memanfaatkan fitur *quick replies*. Setiap harinya pasti melayani jenis pelanggan yang berbeda-beda. Beberapa di antaranya ada yang baru bertanya-tanya dan ada yang langsung ingin melakukan transaksi. Untuk menjawab pertanyaan yang serupa dari pelanggan, dapat membuat pola jawaban yang sifatnya template dengan fitur *quick replies*.

Tujuannya adalah untuk menghemat waktu supaya kamu tidak perlu mengetik semua jawaban secara satu per satu.

4. *Interactive Audio dan Video* (Youtube, Video app, dll)

*Interaktif audio* maupun video visual merupakan kemajuan dari ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya teknologi informasi yang dapat meningkatkan dan berpengaruh terhadap strategi *digital marketing*.

Media audio video interaktif merupakan alat untuk melakukan kegiatan berupa interaksi yang dilakukan pemilik akun/ *brand*/ perusahaan dengan klien yang menyajikan konten berupa teks hingga gambar dalam media audio maupun video. Aplikasi yang dapat menunjang suatu perusahaan demi meningkatkan strategi *digital marketing* melalui interaktif audio video yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah *Youtube, Dailymotion, V app, Vidio, HOOX, Spotify, JOOX, Souundcloud*, dan lain sebagainya.

5. *Internet Ads (Advertising)*

*Internet advertising* adalah suatu konten komersial yang didesain oleh perusahaan di internet untuk memberi informasi kepada konsumen tentang produk atau jasa. *Internet advertising* dapat dikirim atau ditempatkan ke berbagai jenis saluran (misalnya seperti *e-mail, interaktif audio video*, dan lain-lain) dan *advertising* yang dikirim dan ditempatkan pun dapat dibuat dalam berbagai jenis bentuk seperti berupa *video klip, text*, ataupun *audio*.

## 6. *Email Marketing*

Email aktif dipergunakan untuk penyampaian pesan kepada *user*, karena sudah diketahui bahwa sebagian besar masyarakat di era digital sekarang masing-masing sudah memiliki email. Email yang paling banyak diminati oleh masyarakat kini adalah email yang dibuat oleh perusahaan *google* yaitu *gmail.com*. Dengan memanfaatkan email marketing, perusahaan dapat menyusun hingga merangkai kata-kata dan mendisain tampilan pesan dengan baik untuk dikirimkan ke *user*. Bagian pemasaran hanya diperlukan untuk mengumpulkan email sebanyak-banyaknya tanpa memaksa dan diperlukan kesadaran masyarakat melalui penawaran terbaik yang bermanfaat. ditempat ke berbagai jenis saluran (misalnya seperti *e-mail*, *interaktif audio video*, dan lain-lain) dan *advertising* yang dikirim dan ditempatkan pun dapat dibuat dalam berbagai jenis bentuk seperti berupa *video klip*, *text*, ataupun *audio*.