

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Promosi

Promosi merupakan salah satu program dari baruan pemasaran yang berpengaruh terhadap keberhasilan suatu penjualan, yaitu bermanfaat agar produk dikenali masyarakat. Walaupun suatu produk itu berkualitas apabila tidak ada konsumen yang mengetahui maka produk tersebut akan sia-sia saja. Maka dari itulah promosi harus dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen, sehingga konsumen tertarik untuk menggunakan produk tersebut.

Promosi dalam arti lain adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan, baik dengan iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan ataupun dengan publisitas. Sedangkan menurut (Kotler, 2017) bahwa ada 5 alat promosi yaitu, Periklanan (*Advertising*), Penjualan perorangan (*Personal Selling*), Promosi penjualan (*Sales Promotion*), Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), dan Penjualan langsung (*Direct marketing*). Lima komponen promosi itu memiliki tujuan yang samayaitu untuk mengenalkan dan menginformasikan produk, dengan tujuan meningkatkan penjualan.

Promosi berperan penting untuk memberikan informasi kepada para konsumen mengenai produk yang ditawarkan perusahaan. Selain itu promosi digunakan untuk membujuk konsumen melakukan pembelian terhadap barang dan jasa yang ditawarkan. Promosi juga bertujuan untuk mengingatkan kembali konsumen terhadap produk.

Lima bauran promosi yaitu:

1. Periklanan (Advertising)

Periklanan merupakan satu dari empat alat penting yang oleh perusahaan untuk melancarkan komunikasi terhadap pembeli dan masyarakat.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Usaha promosi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendorong pembelian pada konsumen atau pembeli secara efektif, seperti peragaan, ekspresi, dan demonstrasi. Pada intinya kegiatan promosi bermanfaat, untuk membujuk calon pembeli agar membeli agar membeli produk barang atau jasa yang kita tawarkan. Promosi penjualan menggambarkan insentif-insentif dan hadiah-hadiah untuk membuat para pelanggan membeli barang-barang perusahaan secara langsung. Promosi penjualan adalah serangkaian teknik jangka pendek yang digunakan untuk mencapai berbagai sasaran pemasaran yang efektif, melalui pemberian nilai tambah pada produk atau jasa, baik pada pasar perantara maupun kepada konsumen secara langsung, biasanya tidak dibatasi waktu tertentu.

3. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Adalah kegiatan membangun hubungan baik dengan berbagai kalangan untuk mendapatkan publisitas yang diinginkan, membangun citra baik perusahaan dan menangani atau menghadapi rumor, berita, dan kejadian tidak menyenangkan.

4. Penjualan Pribadi/penjualan tatap muka (*Personal Selling*)

Penyajian barang secara lisan dan bertatap muka kepada satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar barang yang ditawarkan dapat terjual. Dengan bertatap muka, diharapkan bisa menimbulkan komunikasi timbal balik untuk membina hubungan yang baik antara produsen dengan konsumen.

5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung adalah berinteraksi langsung dengan konsumen, mencatat nama, nomor telepon, dan alamat setiap pengunjung dibuku tamu dan memberikan kartu nama untuk memberikan informasi mengenai produk atau promo yang ada.

B. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan media yang berjalan secara *online* dimana setiap pengguna dapat dengan mudah untuk berbagi dan bercerita diantaranya dapat berupa blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Tidak hanya lewat komputer saja, bahkan media sosial pun dapat diakses melalui perangkat komunikasi lain seperti telepon genggam Android dan pengguna ios (Mery Lany Purba, 2019). Adapun komponen atau bentuk digital marketing diantaranya sebagai berikut:

a. Sosial Media

Media sosial adalah istilah umum untuk perangkat lunak dan layanan berbasis web yang memungkinkan pengguna untuk dapat saling berkumpul secara online dan saling bertukar, mendiskusikan, berkomunikasi dan berpartisipasi dalam bentuk interaksi sosial. Interaksi itu dapat mencakup teks, audio, gambar, video dan media lainnya, secara individu atau dalam kombinasi apapun. Adapun beberapa contoh sosial media diantaranya:

1. Tiktok

Tiktok merupakan aplikasi yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi Tiktok adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak di bawah umur.

2. Facebook

Facebook merupakan layanan jejaring sosial yang memiliki lebih dari

satu miliar pengguna aktif yang dapat digunakan oleh pengguna yang dapat digunakan untuk berinteraksi antara satu dengan yang lain yang baik.

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.