

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Digital Marketing

Digital Marketing merupakan upaya atau strategi untuk mempromosikan suatu merek atau produk dengan menggunakan media digital sebagai sarana pendukungnya. Pendekatan ini memungkinkan bisnis untuk mencapai konsumen secara personal, relevan, dan tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka (Bambang Suwarno, et al., 2023)

Berbagai jenis media yang digunakan dalam *digital marketing* untuk menjangkau dan menemukan calon konsumen baru yang lebih luas dan menjamin konsumen lama tetap loyal dengan produk atau jasa yang ditawarkan, sebagai berikut :

1. *Website*

Website merupakan sebuah fasilitas internet yang menghubungkan dokumen dalam lingkup lokal maupun jarak jauh dokumen-dokumen multi media (teks, gambar, animasi, video). Dokumen pada *website* disebut dengan *web page* dan *link* dalam *website* memungkinkan pengguna bisa berpindah dari satu *page* ke *page* lain (*hyper text*), text, gambar, video, *audio*, dan animasi lainnya yang disediakan melalui jalur koneksi internet.

2. *Search Engine Marketing*

Search Engine Marketing merupakan jenis *website* yang khusus untuk mengumpulkan daftar *website* yang bisa ditemukan di internet dalam data *base* yang kemudian penampilan daftar indeks ini berdasarkan kata kunci atau *keyword* yang oleh pengguna atau yang biasa kita tahu yaitu mesin pencarian. Media yang dapat digunakan seperti *website*, *blogs*, dan *indografi*.

3. *Social Media Marketing*

Social Media Marketing merupakan sebuah proses pemasaran yang dilakukan melalui pihak ketiga yaitu *website* berbasis sosial media. Ada banyak media sosial yang digunakan sebagai jasa dalam mempromosikan atau memasarkan sebuah produk. Akun sosial media yang digunakan untuk jasa promosi seperti *X*, *facebook*, *whatsapp*, *line*, *Instagram*, *Tiktok* dan lainnya. Berikut terdapat beberapa tips iklan di media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Tiktok* yaitu :

1) Tips beriklan di *Facebook* (Dr Titik Kusmantini, et al., 2020)

- *Akun Fanpage*

Membuat akun *fanpage* agar terlihat lebih profesional dan bukan sebuah akun pribadi, sehingga akan memudahkan untuk promosi produk. *Fanpage facebook* digunakan untuk mengenalkan produk, mengedukasi pelanggan yang sesuai, menambah peminat melalui informasi, dan berinteraksi dengan *followers fanpage*

- Informasi yang jelas

Pastikan informasi tentang produk yang akan di promosikan tertera dengan jelas, berupa kontak yang dapat dihubungi, alamat, penjelasan bisnis, syarat dan ketentuan, cara pemesanan, foto profil harus jelas.

- Memposting iklan yang natural

Foto yang diunggah seharusnya menampilkan iklan yang natural sehingga para pengikut *fanpage* atau *followers* mempunyai ketertarikan untuk melihat iklan.

Foto yang diunggah harus fokus dan harus memiliki resolusi yang baik dan tidak blur, tidak mengandung unsur pornografi dan narkoba, foto harus koleksi pribadi.

- Memilih kata atau *caption* yang menarik

Untuk pembuatan kata atau *caption* pada postingan iklan harus sederhana, mudah dipahami dan detail supaya menimbulkan rasa penasaran pengikut atau *followers* yang melihat iklannya,

- Menggunakan *Facebook Ads*

Menggunakan *facebook Ads* dapat menjangkau audiens lebih luas, menargetkan audiens berdasarkan kategori tertentu, memungkinkan mendapat pengikut dan *like* yang banyak, meningkatkan *brand awareness* untuk *fanpage* halaman yang lebih optimal

2) Tips beriklan di *Instagram* (Dr Titik Kusmantini, et al., 2020)

- Menentukan *Audience*

Sebelum melakukan promosi di *Instagram* harus menentukan target *audience* dalam hal memahami apa saja yang menjadi kemungkinan membutuhkan solusi yang akan ditawarkan nanti, hal ini akan membuat spesifik target *audience* semakin besar.

- Membuat akun *Instagram*

Instagram menyediakan beberapa jenis akun termasuk akun personal dan akun bisnis. Untuk meningkatkan kredibilitas, sebaiknya buat akun *Instagram* bisnis, karena dilengkapi beberapa fitur yang akan memudahkan untuk berjualan.

- Membuat konten yang menarik

Membuat konten yang menarik dan sebanyak mungkin agar *feed Instagram* tidak terlalu sepi dan dilakukan secara konsisten, Membuat konten juga harus memperhatikan aspek teknis seperti sudut pengambilan gambar atau video. Pencahayaan hingga efek-efek tertentu. Saat memposting juga harus memperhatikan kapan waktu yang tepat untuk mengupload konten.

- Menggunakan *Hastag*

Hastag membantu untuk pengguna lain menemukan konten yang dibuat. Fitur *hashtag* ini bisa digunakan baik untuk foto maupun video. Pilih *hashtag* dengan tepat dan cermat, sesuaikan dengan *brand* yang akan ditawarkan

- *Follow* akun pengguna yang sesuai dengan profil yang dicari

Untuk mendapatkan *followers* bisa memualai dengan mengikuti pengguna lain yang cocok dengan profil pengguna yang dicari. Saat mengikuti akun lain, ada kemungkinan akun tersebut akan mengikuti balik atau *following back*, tetapi tidak semua akun akan mengikuti balik untuk mengantisipasi hal tersebut dengan membuat konten yang menarik

3) Tips beriklan di *Tiktok* (Andini, 2023)

- Ikuti tren yang sedang populer

Membuat konten yang sedang tren yang sedang viral akan mudah menarik calon konsumen.

- Menggunakan *sound* yang sedang populer

Sound merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam pembuatan video. Dengan menggunakan *sound* yang sedang populer konten yang dibuat akan lebih mudah menarik perhatian calon konsumen dan tidak dilewati begitu saja.

- Buat konten dengan *hook* yang menarik

Membuat *hook* yang menarik di awal *frame* konten dapat berupa *script voice*, lagu, tulisan, atau visual, membuat *hook* akan menarik banyak perhatian lebih dan membuat rasa ingin tahun calon konsumen

- Membuat *caption* yang menarik

Buat *caption* yang singkat, padat, jelas, tetapi unik untuk membangkitkan reaksi dari calon konsumen.

4. *Online Adversiting*

Online Adversting merupakan media promosi online berbayar. Iklan digital seperti iklan display, iklan pencarian, iklan video, dan iklan sosial. Alat pemasaran digital seperti *Google Ads*, *Facebook Ads* dan lainnya memungkinkan menarget calon konsumen yang spesifik dan melacak kinerja iklan secara menyeluruh.

5. *Email Marketing*

Email Marketing merupakan proses pengumpulan alamat email dari pembeli saat ini dan calon pembeli baik itu perorang atau badan hukum yang berminat atas produk atau jasa perusahaan. Dengan email marketing dapat mengirimi mereka *bulletin*, penawaran, dan lainnya.

6. *Video Marketing*

Video marketing sendiri merupakan bagian dari strategi pemasaran yang menggunakan video sebagai media utama di platform online.

Pengguna video marketing meliputi berbagai platform seperti *Youtube*, *facebook*, *Instagram* dan lainnya.