

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian *Digital Marketing*

Digital marketing merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran yang dilakukan untuk mempromosikan suatu produk agar dapat sampai kepada konsumen secara cepat dan tepat waktu. Perkembangan teknologi yang semakin pesat dapat digunakan untuk mengembangkan suatu bisnis, salah satunya adalah menggunakan *digital marketing* untuk mengkomunikasikan pemasaran produknya sebagai upaya untuk menguasai pasar tersebut (Diana, Ariyel, Putri, & Sabrina, 2022)

B. Pengertian Kuliner

Kuliner berarti masakan atau makanan. Kuliner adalah hasil olahan yang berupa lauk pauk, panganan maupun minuman. Kuliner tidak terlepas dari kegiatan masak-memasak yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari. Kata kuliner merupakan unsur serapan dari bahasa Inggris yaitu *culinary* yang berarti berhubungan dengan memasak. (Fauzi & Mulyani, 2017).

C. Pengertian Media Sosial

Menurut (Astuti, 2023) Media sosial adalah sarana bagi masyarakat untuk berbagi informasi seperti, teks, gambar, audio, dan video dengan pihak lain. Media sosial menyediakan berbagai macam informasi, komunikasi dan jaringan sosial yang dibutuhkan. Selain itu design yang menarik dan fitur yang disediakan memudahkan para pengguna dalam menggunakan media sosial. Hal ini menjadikan media sosial sebagai suatu alat dengan potensi kolaborasi ,

partisipasi, pemberdayaan dan mengoptimalkan waktu. Media sosial sekarang aktif digunakan oleh masyarakat karena dengan menggunakan media sosial sangat efektif untuk melakukan strategi *digital marketing*, misalnya seperti aplikasi Instagram, WhatsApp, Facebook, Twitter, TikTok, dan lain sebagainya. Beberapa komponen yang digunakan media sosial seperti di Instagram dan TikTok. yaitu :

1) Tips memaksimalkan fitur di Instagram adalah sebagai berikut (Aldira, 2020):

a) Nama Akun atau *Username*

Nama akun Instagram biasanya menggunakan nama asli pengguna atau nama bisnis. Selain itu, pengguna Instagram juga dapat mengubah kombinasi huruf besar, huruf kapital, dan huruf kecil. Tidak disarankan untuk menggunakan banyak kombinasi angka atau huruf yang berbeda pada nama akun. Hal ini disebabkan oleh kombinasi yang sulit untuk dihafal.

b) Gunakan foto profil

Foto profil yang digunakan dapat berkaitan dengan bisnis yang dijalankan. Salah satu opsi foto profil yang bisa digunakan adalah logo bisnis tersebut, sehingga para konsumen akan lebih mudah dalam mencari akun media sosial bisnis yang dimaksud. Oleh karena itu, pelaku usaha diimbau untuk membuat logo semenarik mungkin dan sesuai dengan merk.

c) *Profile Bio*

Pada bagian *profile bio*, pengguna hanya dapat menulis maksimal 150 karakter jadi harus bisa dimaksimalkan dengan baik dan singkat. Penjelasan di profil bio akan memudahkan konsumen dalam membaca informasi mengenai akun dan bisnis serta dapat juga melampirkan link berisi informasi yang dapat diakses dengan satu kali klik.

d) Membuat *feed* instagram

Saat membuat *feed* Instagram, bisa memilih tema dan membuat background terlihat bagus. *Feed* Instagram biasanya terdiri dari gambar dan video dalam satu postingan dengan tiga bar dan dibuat dengan konten yang menarik perhatian. *Feed* Instagram ini biasanya digunakan oleh pelaku bisnis yang ingin menarik banyak pengikut.

e) Membuat *highlight stories*

Instagram *Stories* paling sering digunakan oleh pelaku bisnis; namun, ada beberapa kekurangan dalam menggunakan Instagram *Stories*. Pengguna hanya dapat mengunggah gambar dan video dengan durasi maksimal satu menit. Biasanya, fitur cerita ini dibatasi hingga 24 jam dan dapat dilihat di fitur sorotan. Sorotan dapat dilihat oleh pelanggan dengan mengunjungi halaman profil bisnis. Pada fitur *highlight*, pengguna dapat menambahkan gambar dan video beserta teks seperti testimoni, item menu, dan lainnya, sehingga pelaku bisnis dapat memanfaatkan fitur ini.

2) Tips memaksimalkan fitur di TikTok adalah sebagai berikut (Nufus & Handayani, 2022):

a) Menggunakan *hashtag* yang sesuai

Pemberian *hashtag* yang sedang *tranding* pada saat mengupload cukup praktis dan membuat banyak pengguna TikTok mengetahui bisnis yang dipromosikan. Dengan demikian, orang dapat menikmati, menyukai, dan bahkan mencari video tersebut.

b) Mengikuti *trend* dan membuat konten yang menarik.

Trend di TikTok biasanya menampilkan video dengan menambahkan beberapa gambar atau teks pada video tersebut agar terlihat menarik. Kreasi tren TikTok dapat muncul setiap hari di dunia nyata dan dapat memberikan ide-ide baru, sehingga pelaku bisnis dapat memaksimalkan waktu mereka saat membuat konten. Oleh karena itu buat video iklan yang semenarik mungkin. Strategi marketing menggunakan TikTok dengan mengikuti video yang sedang trend, bertujuan untuk memenuhi keinginan orang banyak, dan konten yang menarik dapat menarik banyak orang untuk mengikutinya, sehingga nantinya bisa menjadi trend.

c) Membuat deskripsi video yang jelas

Membuat video deskripsi yang jelas dapat membantu menciptakan video produk bisnis yang sesuai dengan tujuan promosi produk. Hal ini akan mempengaruhi para *followers* atau penggemar dalam menyimpulkan isi dari video.