

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian *Digital Marketing*

Digital marketing merupakan aktivitas pemasaran yang menggunakan teknologi digital, seperti internet, perangkat seluler, dan *platform* online lainnya. Bersifat interaktif dan terpadu maka interaksi antara produsen, perantara pemasaran, dan calon konsumen menjadi lebih mudah. Strategi pemasaran digital yang tepat memberikan pengaruh besar pada bisnis, khususnya dalam mencapai target pasar yang lebih luas. Transformasi digital terjadi akibat penggunaan teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan modern, yaitu tidak hanya terbatas pada literasi dan kompetensi digital tetapi juga mencakup kemampuan perusahaan dalam menerapkan teknologi serta prosedur baru untuk meningkatkan operasional bisnis (Awardani et al., 2024).

Digital marketing berkembang akibat adanya teknologi digital yang menciptakan sistem pasar berbasis teknologi informasi, sehingga memungkinkan perdagangan barang dan jasa melalui *e-commerce*. Memiliki peran strategis, maka kegiatan ini sangat penting untuk menarik konsumen serta mendorong mereka berkomunikasi baik secara elektronik maupun konvensional. Branding dapat dilakukan melalui berbagai media berbasis web atau sosial media, karena sosial media dapat memberikan wawasan dan masukan bagi pelaku usaha mengenai cara memperluas jaringan maka hal ini menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing bisnis (Anjani, 2023).

B. Pengertian Instagram

Instagram adalah *platform* media sosial yang berfokus pada menyediakan layanan untuk berbagi jenis foto dan video secara online. Kata “insta” yang berasal dari “instan” yang mengacu pada kemampuan Instagram untuk menampilkan gambar secara langsung, hampir sama dengan konsep “foto instan” pada kamera polaroid. Sedangkan kata “gram” diambil dari “telegram” yang dikenal sebagai alat pengirim informasi dengan cepat. Jadi, Instagram menggabungkan konsep instan dan telegram karena memungkinkan pengiriman gambar dan informasi cepat seperti *feeds*, *story*, dan *reels* (Hildan & Siregar, 2024). Popularitas Instagram menjadi salah satu hal strategis bagi para pebisnis untuk memasarkan produk, caranya sangat mudah hanya dengan *upload* gambar disertai deskripsi produk dalam waktu beberapa menit saja produk yang di *upload* dapat dilihat semua pengguna akun Instagram tanpa mengeluarkan biaya mahal (Aryani & Murtiariyati, 2022).

C. Fitur Instagram

Aplikasi berbasis gambar berkembang menjadi salah satu alat pemasaran yang paling efektif dalam memasarkan produk. Fitur seperti *feeds*, *story*, dan *reels* disediakan oleh Instagram untuk beriklan melalui *platform* ini. Setiap fitur yang ada di Instagram perlu dipahami dengan baik, mengetahui cara menggunakannya dengan efektif (Subagio, 2024). Berikut ini fitur yang tersedia di Instagram untuk memasarkan produk:

Story adalah fitur untuk membagikan konten pengguna yang hanya bertahan selama 24 jam, sangat efektif untuk akun bisnis karena meningkatkan tingkat keterlibatan audiens. Konten pada *story* dinilai cenderung lebih interaktif dan menarik perhatian, selain itu melalui stiker link pengguna dapat menambahkan tautan langsung dalam *story* sehingga memudahkan audiens untuk mengakses situs web terkait. *Feeds* adalah fitur untuk membangun brand *awareness*. Akun bisnis dapat membagikan konten visual yang lebih menarik lengkap dengan deskripsi produk yang mendukung serta penambahan tanda pagar (#) yang relevan sangat disarankan. Fitur ini paling banyak digunakan oleh pengguna Instagram terutama akun bisnis. *Reels* adalah fitur yang saat ini didorong oleh Instagram untuk digunakan. Konten video pendek yang ditayangkan melalui *reels* biasanya mendapatkan jangkauan yang lebih luas dibanding konten berupa foto. *Reels* merupakan salah satu pilihan ideal bagi pengguna yang ingin meningkatkan visibilitas dan jangkauan akun bisnis (Martha, 2021).

D. Keunggulan Instagram

Instagram merupakan *platform* media sosial yang unggul dalam berbagai konten visual seperti foto dan video dengan fitur interaktif yang menarik. Keunggulan utamanya meliputi kemudahan penggunaan, jangkauan luas, dan beragam fitur. Instagram menjadi *platform* yang ideal untuk personal branding, promosi bisnis, serta membangun hubungan dengan pengikut. Beberapa keunggulan Instagram untuk bisnis sebagai berikut:

Sangat sesuai untuk berjualan, tampilan visual Instagram yang menarik membuat pelaku bisnis melakukan pemasaran di Instagram, tidak hanya melakukan pemasaran dengan memasang foto akan tetapi bisa menggunakan video pendek sebagai bentuk strategi pemasaran. Sebuah bisnis bahkan bisa mengkolaborasikan seluruh visual tersebut baik dari tulisan, video, dan foto untuk lebih menarik perhatian calon pembeli atau pengguna Instagram. Bisa iklan untuk promosi seperti Instagram *story* menyediakan fitur yang bisa dimanfaatkan oleh akun bisnis untuk beriklan secara gratis. Iklan tersebut akan menjangkau banyak orang apalagi jika mereka sedang mencari barang yang relevan dengan produk perusahaan yang dimilikinya (Aziz, 2023).