

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian *Digital Marketing*

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

Tujuan pemasaran digital adalah menjangkau pelanggan dengan cara yang efisien, relevan, dan efektif. *Digital marketing* memiliki beberapa keunggulan dibandingkan pemasaran konvensional, antara lain: jangkauan yang lebih luas, biaya yang lebih efisien, dapat diukur secara *real-time*, memungkinkan interaksi dua arah dengan konsumen, dan targeting yang lebih spesifik.

B. Media Sosial dalam *Digital Marketing*

Media sosial merupakan teknologi berbasis *online* yang menghubungkan sekumpulan orang melalui jejaring internet. Media sosial telah menjadi platform utama dalam *digital marketing* karena memiliki pengguna yang sangat banyak dan aktif, memungkinkan komunikasi langsung dengan konsumen, dan dapat membangun *brand awareness* dengan cepat.

C. Facebook sebagai *Platform Digital Marketing*

1. Profil *Facebook* sebagai Media Pemasaran

Facebook merupakan salah satu *platform* media sosial terbesar di dunia. Di Indonesia, *Facebook* memiliki 174 juta pengguna aktif pada tahun 2024 atau mencakup 61,8% dari total populasi (Napoleon Cat, 2024), menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna *Facebook* terbanyak ketiga di dunia. *Facebook* menyediakan berbagai fitur untuk kegiatan pemasaran *digital*, antara lain:

- a. *Facebook Marketplace* untuk menjangkau pembeli lokal.
- b. *Facebook Stories* untuk konten visual singkat.
- c. *Messenger* untuk komunikasi personal dengan konsumen.

2. Strategi Konten *Facebook* yang Efektif

Konten *Facebook* yang efektif harus memiliki beberapa karakteristik (Pramudyatama, 2023):

- a. Konten visual yang menarik
Foto atau video berkualitas tinggi yang menampilkan produk dengan jelas dan menarik perhatian.
- b. *Copywriting* yang persuasif
Teks yang singkat, jelas, dan persuasif dengan *call-to-action* yang kuat.
- c. Konsistensi *Posting*
Posting konten secara konsisten dan terjadwal untuk meningkatkan *engagement*.
- d. Variasi Jenis Konten

Kombinasi *product showcase*, testimoni, tips, promo, dan konten hiburan.

e. Interaksi dengan Audiens

Responsif terhadap komentar dan pertanyaan untuk membangun *trust*.

3. Tips Iklan di *Facebook*

Berdasarkan Pramudyatama (2023), tips penting dalam beriklan di *Facebook*:

a. Menargetkan iklan kepada orang yang tepat

Manfaatkan fitur *targeting* Facebook berdasarkan demografi, lokasi, minat, dan perilaku agar iklan lebih tepat sasaran.

b. Gunakan kalimat yang tepat

Buat poin-poin yang jelas dan menarik tentang produk dengan fokus pada benefit dan *unique selling point*.

c. Buat gambar semenarik mungkin

Visual berkualitas tinggi, menampilkan produk dengan jelas, dan tidak terlalu banyak teks.