

# MEDIA SOSIAL & PERIKLANAN

DIMAS EKO PRASETYO, S.KOM., M.KOM



# PERTEMUAN 4

## MEDIA SOSIAL SEBAGAI DIGITAL MARKETING



## *Capaian Pembelajaran Mata Kuliah*

Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan definisi digital marketing

Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan strategi pemasaran digital dengan media sosial

Mahasiswa mampu memahami kesalahan dalam perencanaan media



# *Agenda Perkuliahan*

Definisi Digital Marketing

Perencanaan Strategi Pemasaran Digital Dengan Media Sosial

Aktivitas & Sarana Pemasaran Media Sosial

Manfaat Pemasaran Media Sosial



## *Definisi Digital Marketing*

Pemasaran digital atau digital marketing adalah istilah umum untuk pemasaran bertarget, terukur, dan interaktif dari produk atau jasa menggunakan teknologi digital untuk mencapai, mengubah, mengarah ke pelanggan dan mempertahankan mereka.





# *Tujuan Pemasaran*

Tujuan utamanya adalah untuk mempromosikan merek, membangun preferensi dan meningkatkan penjualan melalui berbagai pemasaran digital teknik. Hal ini diwujudkan oleh pilihan yang luas dari layanan, produk dan pemasaran merek taktik, yang terutama menggunakan internet sebagai media promosi inti, selain Handphone



# *Pentingnya Media Sosial*

Membuka hubungan baru dengan mudahnya berinteraksi dalam membahas topik dan kesukaan pelanggan.

Membentuk sekutu peningkat reputasi dalam sosial media dengan memberikan reputasi & penghargaan.

Meningkatkan rangking SEO di google dengan memasang link posting di media sosial ke website anda.

Iklan yang mendunia karena media sosial memiliki kemampuan koneksi dengan banyak orang di dunia online.

Loyalitas Pelanggan yang telah mengikuti dan berinteraksi dengan akun anda di media sosial dapat merekomendasikan produk anda di lingkungan pertemanan para pelanggan.

Analisis data dapat mudah didapatkan dengan memonitoring hasil pemasangan link artikel atau iklan dan demografi pelanggan yang memberi respon baik berupa rekomendasi maupun interaksi dalam media sosial anda seperti fans, grup, hastags.



## SISTEM INFORMASI MEDIA SOSIAL & PERIKLANAN

### BLOG

- Terbaik dalam media komunikasi merek produk.
- Tampilan yang dinamis.
- Mengutamakan tulisan (content) yang kreatif.

### FACEBOOK

- Membangun hubungan B2B.
- Komunikasi visual dan storytelling/informasi cerita pengalaman.
- Baik untuk memberi informasi sekaligus membahas tulisan mengenai produk dan cerita pengalaman.

### TWITTER

- Penyampaian pesan yang cepat.
- Membina hubungan langsung dengan para pengikut.
- Media komunikasi real time.

### LINKEDIN

- Membentuk jaringan bisnis yang sesuai dengan bisnis anda.
- Berbagi informasi dan pengetahuan.
- Meningkatkan brand visibility/awareness dikarenakan pemilik akun dapat dipercaya berdasarkan pengalaman kerja.

### PINTEREST

- Menyebarkan informasi produk barang dan jasa dalam bentuk gambar foto, infographics dan link film.
- Memaksimalkan kinerja SEO.
- Merek perusahaan akan menjadi sumber inspirasi.

### INSTAGRAM

- Mengekspresikan loyalitas menggunakan merek dan berbagi pengalaman secara visual.
- Sarana berbagi info / kampanye menggunakan foto.
- Naskah berbentuk visual lebih mempererat dibanding naskah berbentuk tulisan biasa.

### YOUTUBE

- Media terbaik dalam mempromosikan produk barang dan jasa terbaru.
- Meningkatkan kinerja SEO.
- Mudah dalam berbagi informasi.

### GOOGLE +

- Meningkatkan ranking di SEO secara cepat.
- Didukung dengan aplikasi hangouts.
- Media yang mudah untuk mengajak diskusi dengan banyak pemilik akun google+.





# Perencanaan Strategi Pemasaran Digital Dengan Media Sosial

Merencanakan	Mengembangkan Kerangka Kerja Pemasaran untuk berhasil.	Membuat rencana untuk mendapatkan sukses terukur dengan menentukan target pelanggan, rencana pengembangan, pemasaran branding.
Memikat	Target prospek potensial untuk meningkatkan ROI.	Pengembangan strategi meningkatkan ranking SEO dari Blog, Viral Video, Tulisan & Cerita Kreatif, Pemasaran Gerilya & Media Sosial.
Mengubah	Online 24 jam / 7 hari di bagian departement sales.	Mengembangkan kerangka kerja dengan KPI ( Key Performance Indicator) sebagai ukuran kinerja dari tim sales dan pemasaran.
Mengajak	Memelihara posisi sukses.	Sukses membina hubungan pemasaran berdasarkan apa yang pelanggan ketahui, sukai dan percayai dengan email, video online, media sosial, infographic.
Memuaskan	Merubah mengikuti keinginan pasar atau menciptakan trend.	Membuat pasukan pemasaran digital marketing yang bergerak dalam media sosial, testimonial video & komentar, E-Newsletter, tulisan & cerita kreatif
Mengukur	Analisa dan meningkatkan kualitas pemasaran & produk.	Analisa hasil dari pemasaran digital dengan menggunakan Google Analytic , dan alat ukura media sosial lainnya.



# *Kesalahan dalam media sosial*

1. Tidak memiliki perencanaan dalam menggunakan Media Sosial.
2. Tidak memiliki strategi dan salah menerapkan strategi dalam menggunakan content/ naskah baik dalam bentuk tulisan maupun video.
3. Tidak menginvestasikan aset milik sendiri seperti mendapatkan banyak daftar email, membuat blog, video dan infografis.
4. Melupakan elemen manusiawi seperti lakukan pada orang lain seperti yang ingin dilakukan pada diri sendiri. Isi content/naskah dan video adalah gambaran dari produk dan merek perusahaan.
5. Membiarkan komentar di facebook fan page, dan trend topik di media sosial media lainnya.
6. Tidak berkomitmen penggunaan media sosial untuk jangka panjang.
7. Tidak memiliki strategi dalam menerapkan kerangka media sosial yang terintegrasi.
8. Bentuk promo atau karakter yang berbeda dalam pengelolaan akun di berbagai media sosial.
9. Melupakan nuansa penuh humor untuk memberi kenyaan para pengunjung hingga mengajak relasinya.
10. Tidak memiliki deskripsi atau deksripsi kurang jelas dalam akun milik perusahaan di berbagai media sosial.
11. Terlalu banyak posting atau memasang link tetapi melupakan kualitas dari isi yang dapat memuaskan pengunjung setelah membuka link tersebut.
12. Jarang memperbaharui foto di cover, gambar profil dalam beberapa bulan, serta jarang berbagi link dengan para pelanggan.



# Manfaat Pemasaran Media Sosial

Selanjutnya, lembaga statistika kelas dunia, Statista, melakukan survey terkait beberapa keuntungan dari pemanfaatan media sosial untuk marketing (Statista, 2021a), antara lain:

- 1) Increased exposure (Peningkatan eksposur).
- 2) Increased traffics (Peningkatan lalu lintas) laman media sosial.
- 3) Generated leads (Prospek yang dihasilkan).
- 4) Developed loyal fans (Pengembangan penggemar setia).
- 5) Improved sales (Peningkatan penjualan).
- 6) Provided marketplace insight (Menyediakan wawasan pasar).
- 7) Grew business partnerships (Menumbuhkan kemitraan bisnis).





SISTEM INFORMASI  
MEDIA SOSIAL & PERIKLANAN

TERIMA KASIH

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI