

Nama : Yusuf Qisthi Abdul Jabbar

NIM : 24060120140134

No. Halaman : 1

Saya, nama : Yusuf Qisthi Abdul Jabbar

NIM : 24060120140134

mengerjakan ujian ini dengan jujur tanpa kecurangan.

Tanda tangan :



## 1. Kelebihan Digital Marketing vs Traditional Marketing

### A. More Personalized

Kelebihan pemasaran produk melalui digital marketing lebih personal karena iklan atau pesan yang dipasarkan langsung mengenai target sasaran yang sudah ditentukan, yaitu para pengguna internet. Selain itu, pemasar bisa lebih mudah menghitung seberapa akurat media yang digunakan dalam memasarkan produk. Misalnya kita ingin menjual makanan maka target yang dituju adalah orang-orang yang suka terhadap makanan, jadi makanan kita lebih laku karena target yang dituju tepat dan konsumen mendapatkan barang sesuai keinginannya.

### B. More Participatory

Pemasaran partisipatif adalah "Kolaborasi antara konsumen dan perusahaan, di mana masukan dari konsumen sama berharganya dengan masukan dari perusahaan". Jadi aspek-aspek keinginan dari *customer* bisa diakomodir sehingga memberikan peran untuk menumbuhkan kreativitas produk yang dibuat oleh produsen. Contohnya adalah *crowdsourcing* dimana perusahaan memperoleh layanan, ide, maupun konten tertentu dengan cara meminta bantuan dari orang lain secara massal, secara khusus melalui komunitas daring. Ide-ide dari konsumen tersebut yang nantinya bakal digunakan produsen untuk meningkatkan strategi marketingnya.

### C. More Peer to Peer

Customer dapat melakukan konsultasi mengenai produk secara pribadi yang dapat membuat produk yang dikeluarkan produsen lebih tepat dengan yang diinginkan customer. Contohnya pelanggan yang bertanya kepada customer service terkait keterangan produk yang akan dibeli.

Nama : Yusuf Qisthi Abdul Jabbar

NIM : 24060120140134

No. Halaman : 2

#### D. More Communal

banyaknya komunitas/kelompok dari suatu produk/barang yang digunakan, sehingga customer akan lebih tenang saat membeli dan menggunakan barang itu, karena barang tersebut telah banyak yang menggunakannya. Contoh: terdapat banyak forum diskusi di berbagai sosial media yang isinya adalah orang-orang yang menggunakan suatu barang dan mereka biasanya membahas kelebihan dan kekurangan dari barang tersebut.

2. Salah satu contoh dari pemanfaatan sosial media dan big data adalah untuk penanganan pandemi covid-19. Big data sangat membantu dalam mengatasi penyebaran covid-19 karena biasanya big data banyak digunakan dalam menentukan perencanaan lebih lanjut yang dibuat oleh pemerintah. Penggunaan big data juga mempercepat perencanaan dibandingkan menunggu statistik resmi yang bisa menghabiskan waktu selama 10 minggu. Big data juga bisa digunakan untuk mengetahui emosi publik di masa new normal untuk membuat kebijakan yang tepat. Sosial media disini berfungsi sebagai alat penyebar informasi terkait covid-19. Informasi tersebut dapat berupa penyebaran covid-19, peraturan dari pemerintah, ataupun imbauan-imbauan dari organisasi kesehatan. Sosial media juga berfungsi sebagai media edukasi terhadap covid-19 kepada masyarakat, terlebih lagi sosial media tidak memerlukan kontak fisik dalam penyebarannya sehingga sangat efektif dan efisien.