

**EFEKTIVITAS SOSIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA
PEMASARAN DIGITAL**



**Dosen pengajar:
Supangat, S.kom.,M.Kom.**

Disusun Oleh:

K MUHAMMAD ALIP GUNTUR

1211800134

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya kami dapat menyelesaikan artikel ini dengan baik. Artikel ini berjudul “efektivitas sosial media sebagai media pemasaran digital ” ini bertujuan untuk melengkapi strategi dalam dunia pemasaran digital.

Dalam penulisan artikel ini kami dapat banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu kami dalam penulisan artikel ini. Kami isangat berharap artikel ini dapat berguna dalam melakukan efektifitas sosial media pemasaran digital. Semoga artikel ini dapat berguna bagi kitasemua.

Kami sadar bahwa artikel ini masih jauh kurang sempurna, hal itu dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan kami. Kami memohon maaf jika apabila terdapat kesalahankata-kata yang kurang berkenan. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan untuk para pembaca memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Surabaya, 27 Okt. 21

ABSTRAK

Diera digital saat ini, sangat banyak sosial media menjadi salah satu hal yang umum digunakan oleh semua kalangan usia muda sampai tua. Jika dulu sosial media digunakan untuk komunikasi jarak jauh dengan keluarga maupun teman, namun kini sosial media kini berubah menjadi perubahan fungsi menjadi sangat banyak sekali kegunaannya.

Media saat ini Tak hanya digunakan untuk berkomunikasi saja, sosial media yang banyak tersebarkini digunakan untuk media promosi atau branding sebuah bisnis atau usaha di kalangan masyarakat hampir di dunia. Hal ini yang menjadi efektif mengingat semua orang memiliki akun sosial media masing-masing. Efektivitas sosial media menjadi sebuah media promosi atau pemasaran digital, saat ini juga didukung fitur ads/iklan yang disediakan oleh perusahaan sosial media.

Kata kunci: Efektivitas Sosial Media, Pemasaran Digital

1.1 LATAR BELAKANG

Teknologi saat ini semakin hari mekin pesat berkembang, menurut para penggunanya kita harus menjadi orang yang cermat dalam menggunakan teknologi yang ada. Seperti misalnya cara memasarkan penjualan dalam media sosial.

Konten dalam beragam format baik teks atau tulisan, gambar, video, audio atau kombinasinya yang diubah dalam bentuk digital, sehingga konten yang diciptakan tersebut dapat dibaca dan mudah dibagi melalui *platform* media digital seperti laptop, tabletbahkan *smartphone*. (Supangat, 2020)

Tak hanya digunakan untuk berkomunikasi saja, sosial media yang sudah banyak tersebar kini digunakan untuk media promosi atau branding sebuah bisnis. Hal ini yang menjadi efektif mengingat semua orang memiliki akun sosial media masing-masing. Efektivitas sosial media menjadi sebuah media promosi atau pemasaran digital, saat ini juga didukung fitur ads/iklan yang disediakan oleh perusahaan sosial media.

Dengan adanya ads stau iklan, seseorang dapat mempromosikan bisnis dan brandnya dengan menyediakan modal uang yang dapat menargetkan pangsa pasar. Sehingga dari iklan tersebut nanti kita dapat menghasilkan penjualan yang jauh lebih maksimal yang lebih dari targetnya.

Penggunaan sosial media sebagai media pemasaran cukup banyak dan sangat efektif, dapat menggunakan iklan berbayar akan mencapai target, arena jumlah pengguna sosial dari berbagai penjuru dunia yang akan menjadi alasannya.

Sampai saat ini kita bisa membayangkan betapa banyak potensial pengguna media sosial media yang digunakan untuk memasarkan sebuah produk atau memperkenalkan brand dalam bisnis. Namun, tetap ada strategi tertentu yang harus diterapkan dalam melakukan efektivitas sosial sebagai tempat pemasaran digital.

1.2 RUMUSAN MASALAH

- a. Apa saja dampak efektivitas media sosial yang sangat berpengaruh ?
- b. Apa saja untuk melakukan pemasaran digital?

1.3 TUJUAN DAN MANFAAT

- a. Untuk mengetahui apa saja yang dilakukan untuk pemasaran digital
- b. Mengetahui efektivitas apa saja yang dilakukan

1.4 METODE PENELITIAN

Dalam pembuatan artikel ini, penulis melakukan metode penelitian deskriptif.. Metode penelitian deskriptif merupakan metode yang dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan peristiwa tertentu yang sedang terjadi saat ini dan dimasa lampau, dimana dalam artikel ini menjelaskan efektivitas media sosial dalam pemasaran digital.

1.5 TINJAUAN PUSTAKA

a. EFEKTIVITAS SOSIAL MEDIA

Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan **sosial** secara virtual.

b. PEMASARAN DIGITAL

Menurut Chaffey dan Chadwick (2016:11), Dedi Purwana (2017:2) Jadi pada dasarnya digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan

media **digital** dengan menggunakan internet yang memanfaatkan media berupa web, social media, e-mail, database, mobile/wireless dan digital tv guna meningkatkan target konsumen

1.6 PEMBAHASAN DAN HASIL

Pemasaran digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan medi digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan

Tipe pemasaran digital mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet

Dalam menjangkau pangsa pasar yang sesuai hasil, maka ada yang harus diperhatikan dariberbagai aspek untuk mencapai yang diinginkan. Ada yang harus diperhatikan untukmeningkatkan efektivitas sosial media sebagai media pemasaran digital.

1. Target Market

Hal yang harus diperhatikan dalam target pemasaran adalah target market. Seperti apa kira-kira yang akan dijadikan target market? Tentu saja hal ini akan dikembalikan pada brand atau produk yang kita tawarkan. Misalkan, kita akan menjualkan rproduk makanan ataupun barang. Maka target marketnya bisa mencakup secara keseluruhan dari semua kalangan. Jika kita menjualkan produk fashion khusus wanita maka kita harus menargetkan pada wanita dengan segala minat dan interestnya. (Kuncoro, 2021)

2. Konten

Kita harus memperhatikan konten yang kita buat untuk audiens. Konten ini harus meliputi dari seluruh postingan yang akan diunggah ke akun sosial media bisnis kita. Mulai dari foto, video, caption dll. Fungsi dari konten sosial media adalah untuk menarik minat pada pelanggan dan mengenal lebih dekat mengenai brand atau produk yang akan kita tawarkan. Maka dari itu dalam pembuatan konten ini kita harus memastikan bahwa seluruh konten yang menyangkut brand atau dalam bidang bisnis kita.

3. Algoritma Sosial Media

Setiap platform yang dimiliki sosial media memiliki algoritma atau cara kerjanya. Contoh facebook, Instagram, twitter, dan tiktok sudah pasti akan memiliki cara kerja yang berbeda. Jadi kita harus memahami dan mengerti dari cara kerja masing-masing platform tersebut untuk mendapatkan engagement yang maksimal dan pangsa pasar yang sesuai dengan target market.

4. Hashtag

Penggunaan hashtag setiap postingan yang di sosial media tentu itu merupakan syarat penting dalam strategi promosi. Hanya mengetik kata yang menggunakan tagar (#) dan secara otomatis setiap kata tersebut menghasilkan hashtag. Hashtag memiliki peran penting dalam pengelompokan topik dalam konten. Dalam hashtag ini akan lewat dalam pengelompokan konten ini, orang-orang pun akan lebih mudah mencari sesuatu. Adapun tahapan untuk mengelola sosial media dalam brand bisnis sebagai berikut :

1. Menentukan Tujuan

Hal yang harus diketahui dalam tahapan pengelolaan sosial media brand bisnis adalah menentukan tujuan. Tujuan dalam pembuatan akun sosial media dalam masing-masing brand tentu berbeda. Dengan adanya brand yang menggunakan sosial media untuk memudahkan keep in touch dengan pelanggan lainnya, untuk menunjang penjualan dan meningkatkan brand awareness bisnis.

2. Menentukan Tujuan

Hal yang harus diketahui dalam tahapan pengelolaan sosial media brand bisnis adalah menentukan tujuan. Tujuan dalam pembuatan akun sosial media daalam masing-masing brand tentu berbeda. Dengan adanya brand yang menggunakan sosial media untuk memudahkan keep in touch dengan pelanggan lainnya, untuk menunjang penjualan dan meningkatkan brand ewariness bisnis.

3. Mengetahui Minat Target Market

Apa yang diminati oleh pelanggan atau followers di akun sosial media? Mereka yang mencari dan kita harus menyediakannya konten-konten yang informatif untuk menarik followers. Dan kita juga harus menyediakan konten-konten yang menarik audiens di sosial media. Selain itu kita juga harus membuat game dan giveaway, agar followers menyukai dan menarik perhatian banyak audiens.

4. Pilih Sosial Media Yang Akan Digunakan

Masing-masing dari sosial media memiliki algoritma dan jenis-jenis usernya sendiri. Kita menggunakan sosial media harus sesuai dengan target market kita, entah melalui Instagram, twitter, facebook, ataupun tiktok. Dari pilihan platform sosial media nanti akan berpengaruh terhadap jenis konten yang akan kita sajikan pada semua audiens.

5. Membuat Perencanaan Konten

Dalam membuat perencanaan konten kita harus postingan yang lebih tertata dan terstruktur. Kita juga membuat content planning untuk 30 hari kedepan, dengan begitu kita membuat seluruh konten yang kita buat atau posting dari jauh-jauh hari sudah disiapkan. Content planning biasanya berisi ide konten yang kita buat berupa caption, postingan, hashtag hingga waktu postingan tersebut yang akan kita unggah. Setelah seluruhnya sudah siap sesuai planning, lalu kita akan memposting konten tersebut sesuai jadwal yang kita tentukan.

6. Lakukan Evaluasi Secara Berkala

Dari akun media yang kita miliki, dapat mengukur performa dari strategi pemasaran yang kita lakukan. Dari instagram kita dapat melihat efektif kinerja melalui postingan dari engagement yang terdapat pada fitur insight yang disediakan dari akun bisnis.

Dari fitur ini kita dapat melihat efektivitas sosial media bisnis kita dengan melakukan evaluasi secara berkala. Mengetahui jenis postingan seperti apa yang diminati oleh para audiens, keinginan mereka, pada pukul berapa saja yang optimal, dan hashtag apa saja untuk mereka gunakan.

KESIMPULAN

Jadi, kesimpulannya Efektivitas sosial media menjadi sebuah media promosi atau pemasaran digital, saat ini juga didukung fitur ads/iklan yang disediakan oleh perusahaan sosial media. Penggunaan sosial media sebagai media pemasaran cukup banyak dan sangat efektif, dapat menggunakan iklan berbayar akan mencapai target, arena jumlah pengguna sosial dari berbagai penjuru dunia yang akan menjadi alasannya. Dalam pemasaran digital dapat dilakukan secara bertahap dan strategi-strategi tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

Admin (no date) *Strategi pemasaran digital, 14 agustus*. Available at:

<https://www.dimakstrategy.com/strategi-pemasaran-digital-dan-langkah-langkahnya/>.

Kuncoro, H. (2021) *No Title, april 11, 2021*. Available at:

<https://www.jojonomic.com/blog/efektivitas-sosial->.

Supangat (2020) 'Pertemuan Keempat - Digital Content'. Available at: <http://repository.untag-sby.ac.id/604>

BUKTI PLAGIASI

90%
Konten unik

10%
Konten yang dijiplak

✓ COMPLETED

100%

Kalimat hasil bijak





Kata Kunci Kata Kepadatan

1-
word

2-
words

3-
words

yang	4.93%
medi	3.99%
media	3.91%
akan	3.33%
sosial	3.19%

