

**STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN BISNIS  
ONLINE MELALUI APLIKASI TIKTOK  
TUGAS EAS TECHNOPRENEURSHIP DIGITAL CONTENT (A)**



**Dibuat Oleh :**

**Cyptaning Ajie Nusantara**

**11511700065**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA  
2021**

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan artikel berjudul “Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Melalui Aplikasi TikTok”. Walaupun terdapat beberapa hambatan yang saya alami selama proses pengerjaannya tetapi saya berhasil menyelesaikan artikel ini tepat waktu.

Tidak luput saya sampaikan banyak terimakasih kepada dosen saya ..... yang telah membantu dan memberikan banyak ilmu kepada saya dalam pengerjaan artikel ini. Saya ucapkan terimakasih juga terhadap teman-teman saya yang telah berkontribusi membantu saya dengan memberi semangat dan doa hingga artikel ini dapat saya selesaikan.

Pada artikel ini, saya telah memberikan seluruh usaha dan pikiran saya yang terbaik untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Apabila terdapat kekurangan, kesalahan, dan ketidaksempurnaan dalam skripsi ini, maka hal tersebut bukanlah suatu kesengajaan, melainkan dikarenakan keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, saya dapat menerima segala kritik dan saran yang diberikan. Akhir kata, segala hormat dan puji syukur kepada Allah SWT.

Surabaya, 13 Januari 2021

Cyptaning Ajie Nusantara

## DAFTAR ISI

JUDUL.....	1
KATA PENGANTAR.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR ISI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
PENDAHULUAN .....	1
A. Lata belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Penelitian .....	2
D. Manfaat Penelitian .....	2
METODE PENELITIAN .....	3
TINJAUAN PUSTAKA.....	3
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	4
KESIMPULAN .....	6

## STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN BISNIS ONLINE MELALUI APLIKASI TIKTOK

### *Abstract*

*The rapid development of technology has presented new media that is closely related to the internet. The internet is a necessity for many people all over the world because the internet can quickly and easily find the information they need. The internet has also entered the business world and created a new shift in the way of marketing a product. A businessman can find the latest marketing strategies by creating digital content for the products they offer and they will distribute it on social media so that more people and potential consumers will see and know about the product. One of the social media that is trending uploaded by many people is TikTok. TikTok is an application that provides video making features with very interesting and easy to use effect features. That way, not a few online business people take advantage of the application as a platform to grow their business through digital content.*

### **Abstrak**

Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah menghadirkan *new media* yang erat kaitkannya dengan internet. Internet menjadi kebutuhan banyak orang diseluruh penjuru dunia karena dengan internet dapat dengan cepat dan mudah untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan. Internet juga telah masuk dalam dunia bisnis dan menciptakan pergeseran baru salah satunya cara pemasaran suatu produk. Seorang pebisnis dapat menemukan strategi marketing terbaru dengan membuat digital konten untuk produk yang mereka tawarkan dan akan mereka sebarkan di media sosial agar semakin banyak orang dan calon konsumen yang melihat dan mengetahui produk tersebut. Salah satu media sosial yang sedang tren an diunggah oleh orang banyak adalah TikTok. TikTok merupakan sebuah aplikasi yang menyajikan fitur membuat video disertai fitur efek yang sangat menarik dan mudah untuk digunakan. Dengan begitu, tidak sedikit para pebisnis online memanfaatkan kesempatan emas untuk menggunakan aplikasi TikTok sebagai platform untuk mengembangkan bisnis mereka melalui digital konten.

## PENDAHULUAN

### A. Lata belakang

Era zaman yang semakin maju menjadikan perkembangan teknologi dan informasi semakin pesat. Dapat dilihat dari banyaknya masyarakat baik anak-anak, remaja, hingga para orang tua yang telah menjadi pengguna internet guna mencari segala informasi yang diinginkan. Internet merupakan salah satu dari kemajuan teknologi yang telah masuk ke berbagai sektor seperti perekonomian, sosial, budaya, dan pendidikan. Internet sudah menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting sehingga jumlah pemakai internet selalu meningkat setiap tahunnya di seluruh dunia. Di Indonesia jumlah pengguna internet juga terus meningkat dengan peningkatan dalam jumlah besar.

Internet sebagai perkembangan dari teknologi informasi telah membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, interaksi baru, *market place* baru, dan juga adanya jaringan bisnis dunia yang tidak terbatas. Dengan begitu juga akan mempengaruhi pola masyarakat dalam berinteraksi baik dalam interaksi ekonomi, sosial, budaya, dan bisnis. Hadirnya internet telah menunjang efektivitas dan efisiensi kegiatan baik perusahaan, instansi pemerintah, maupun individu masyarakat sebagai sarana komunikasi, publikasi, serta sarana untuk mendapatkan berbagai informasi yang diinginkan.

Seiring dengan berjalannya waktu, internet dalam pasar bisnis yang begitu luas, tentu menjadi salah satu faktor yang menyebabkan munculnya model periklanan baru yaitu melalui platform media internet atau secara *online* yang kemudian biasa disebut dengan pemasaran digital (*Digital Marketing*). Pengertian digital marketing menurut sumber (redtreeasia.com, 2018) adalah suatu usaha untuk melakukan pemasaran sebuah brand atau produk melalui dunia digital atau internet. Tujuannya ialah untuk menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat dan tepat waktu. Digital marketing ialah suatu cara untuk mempromosikan produk atau brand tertentu melalui media internet dapat melalui iklan di internet, facebook, youtube, ataupun media sosial lainnya (Warmayana, 2018).

*Digital Marketing* merupakan salah satu cara yang paling banyak digunakan oleh seseorang guna mempertahankan atau meningkatkan konsumen dan *market share* di jaman globalisasi seperti sekarang ini. Terdapat banyak platform media sosial yang dapat digunakan

untuk *digital marketing* atau memasarkan suatu produk yang dikemas secara menarik ke khalayak umum untuk mempertahankan bisnisnya yaitu salah satunya aplikasi tiktok.

Tiktok sebagai aplikasi platform penyedia pembuatan video hal-hal menarik dengan berbagai macam pilihan memberikan tanda bahwa era digital semakin maju. Banyaknya konten-konten baik berupa foto maupun video menarik yang tersebar di media sosial dan negara, salah satunya Indonesia (Susilowati, 2018). Masyarakat Indonesia tidak sedikit yang telah mengunduh dan menggunakan aplikasi tiktok untuk membuat konten-konten menarik bahkan kini juga telah dijadikan platform oleh sebagian orang maupun perusahaan untuk mempromosikan atau memasarkan produk mereka.

Platform media sosial seperti TikTok tentunya akan sangat berguna bagi pebisnis untuk meningkatkan penjualan produk mereka, terutama teruntuk pebisnis online yang mana mereka tidak mempunyai outlet atau toko nyata dan hanya mengandalkan media sosial sebagai platform atau tempat mereka berbisnis mencari konsumen. Tentunya seorang pebisnis online harus mempunyai banyak strategi marketing untuk dapat meningkatkan penjualannya mereka. Biasanya strategi yang mereka lakukan adalah dengan membuat digital konten yang menarik mengenai produk mereka untuk dipasarkan. Tentu *digital marketing* tersebut akan sangat mempengaruhi tingkat penjualannya seorang pebisnis online.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan bisnis online melalui aplikasi tiktok ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana meningkatkan penjualan bisnis online dengan strategi *digital marketing*.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan kajian ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan strategi *digital marketing*.

## 2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi, motivasi, dan wacana bagi seseorang yang ingin mencoba mempromosikan produknya dengan cara membuat digital konten untuk strategi marketingnya.

### METODE PENELITIAN

Seperti yang telah diuraikan, penelitian ini menggunakan metode *literature review* dan pengamatan fenomena yang terjadi. Dalam mengumpulkan data-data penulis mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan digital konten, strategi marketing, dan media sosial melalui data-data pendukung seperti jurnal, artikel, dan jurnal-jurnal penelitian.

### TINJAUAN PUSTAKA

Kemajuan internet menuntut para pebisnis online untuk terus menuangkan ide-ide kreatif dan inovatifnya untuk terus dapat bertahan dan mengembangkan bisnisnya dikarenakan juga terjadi perubahan perilaku konsumen yang beralih mulai meninggalkan media konvensional dan menggunakan internet yaitu media sosial untuk mendapatkan berbagai informasi. Oleh karena itu memaksa para pebisnis online memasuki strategi digital konten marketing.

1. Halvorson dan Rach (2012), menyatakan bahwa yang dimaksud dengan konten dalam digital marketing adalah sebagai daya tarik platform yang mengundang konsumen online untuk membaca, belajar, melihat, atau ingin mengalami langsung konten yang ditawarkan pada mereka (Hayu, R. S. (2019). Smart Digital Content Marketing, Strategi Membidik Konsumen Millennial Indonesia. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 4(1), 61-69.)
2. Kotler & Keller (2008), pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan (Nurcholifah, I. (2014). Strategi marketing mix dalam perspektif Syariah. *Jurnal Khatulistiwa LP2M IAIN Pontianak*, 4(1), 73-86.)

3. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content” (Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140-157.)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Munculnya istilah *new media* sangat berkaitan erat dengan kehadiran internet di dunia walaupun dalam perkembangan *new media* tidak terbatas pada internet namun internet merupakan alat atau media yang paling dominan pada era *new media*. Internet yang terus berkembang telah menjadikan seakan dunia menyatu, tidak lagi mempunyai batas (Mustofa, 2018). Kemajuan internet juga dirasakan di bidang bisnis yang mana telah terjadi banyak pergeseran salah satunya dengan hadirnya pemasaran digital. Sebelum perkembangan internet yang pesat pemasaran suatu produk atau yang disebut dengan iklan dilakukan secara konvensional seperti melalui televisi, media cetak dan lain sebagainya yang mana kurang menjangkau konsumen atau masyarakat luas untuk mengetahui iklan tersebut.

Kehadiran pemasaran atau iklan digital telah membawa dampak positif di dunia bisnis yang mana proses suatu pemasaran suatu produk dapat dengan mudah dilakukan melalui cara pembuatan suatu digital konten foto atau video mengenai suatu produk yang akan dipasarkan kemudian diunggah ke beberapa platform aplikasi yang telah tersedia. Pemasaran yang dilakukan oleh para pebisnis telah mengalami pergeseran dengan munculnya internet, dimana banyak pebisnis yang beralih dari media konvensional ke media internet salah satunya adalah media sosial. Media sosial menjadi suatu platform yang diminati oleh banyak orang untuk mencari informasi yang diinginkan bahkan banyak orang yang menghabiskan waktunya hanya untuk bermain media sosial. Sehingga pebisnis online dengan menggunakan strategi marketing melalui pembuatan digital konten dapat menarik banyak calon konsumen di seluruh penjuru dunia.

Strategi marketing seorang pebisnis online yang baik adalah dimana seorang pelaku pebisnis online dapat berkomunikasi lancar dengan konsumen atau calon konsumen mereka sehingga platform media sosial menjadi strategi marketing yang bagus karena pelaku bisnis akan dengan mudah membagikan berbagai informasi mengenai produk mereka melalui digital konten.

Dengan begitu, konsumen mendapatkan banyak pengetahuan mengenai produk tersebut dan akan tertarik untuk membelinya.

*Digital marketing* merupakan pemasaran yang menggunakan platform yang ada di internet dalam melakukan kegiatan menjangkau para target konsumen, selain itu *digital marketing* bisa juga disebut sebagai “pemasaran – i, *web marketing* , *online marketing*, atau *e – marketing* atau *e – commerce* adalah pemasaran produk atau jasa melalui internet” ( Hermawan, 2012). Terdapat dua point utama manfaat digital marketing yang dijelaskan oleh Hermawan ( 2012:21 ) yaitu :

- a. Promosi atau pemasaran suatu produk apabila menggunakan digital marketing tidak akan memakan biaya yang mahal artinya dengan biaya rendah saja sudah dapat memasarkan produknya ke khalayak umum serta dapat menjangkau calon pembeli lebih luas dibandingkan dengan pemasaran konvensional.
- b. Keunggulan menggunakan digital marketing juga terkait informasi yang disajikan kepada para konsumen atau pembeli akan lebih lengkap dibandingkan dengan iklan konvensional seperti media cetak, televisi, dan radio. Secara keseluruhan digital marketing dapat membantu perluasan bisnis.

Tidak hanya itu digital marketing memiliki sejumlah fitur yang memungkinkan aplikasi yang efektif dalam hal penyeberluasan informasi secara interaktif, menciptakan awareness terhadap perusahaan dan produknya, mengumpulkan informasi dan riset pasar, menciptakan citra yang diharapkan, dan menstimulasi percobaan (terutama lewat stimulasi dan free trial). Dilihat dari sudut pandang pengguna, digital marketing sebagai wahana pengumpulan informasi, hiburan, interaksi sosial, komunikasi, pembelian produk / jasa, berbagi gagasan dan membangun komunitas.

Pada tahun 2020, TikTok telah berhasil menjadi tren di media sosial dengan bersenjatakan video singkat berulang yang adiktif dan berbagai tantangan viralnya. Hingga saat ini akselerasi pertumbuhan aplikasi tiktok terus meningkat dan belum menunjukkan angka penurunan sedikit saja. Menurut Angga Anugrah Putra, *Head of User and Content Operations* TikTok Indonesia, selama dua tahun lebih TikTok hadir di Indonesia semakin banyak masyarakat yang menikmati untuk berkreatifitas hingga berbisnis di TikTok (Yohana, 2020). Aplikasi TikTok sebagai media sosial yang sedang tren ini menyajikan berbagai fitur untuk

membuat video yang berdurasi kurang lebih 30 detik dengan memberikan *special effects* yang menarik serta didukung *sound effects* seperti music.

Kemudahan membuat video menarik dengan berbagai efek secara instan yang diberikan oleh aplikasi TikTok mendorong penggunaannya menjadi *conten creator*. Begitu pula dengan para pemilik bisnis online, mereka dapat dengan mudah membuat suatu digital konten dengan cara video atau foto produk mereka lalu mereka dapat share hasil dari video konten tersebut untuk dapat dipasarkan kepada para calon konsumen. Berikut beberapa strategi *digital marketing* pebisnis online untuk meningkatkan penjualan mereka melalui platform TikTok :

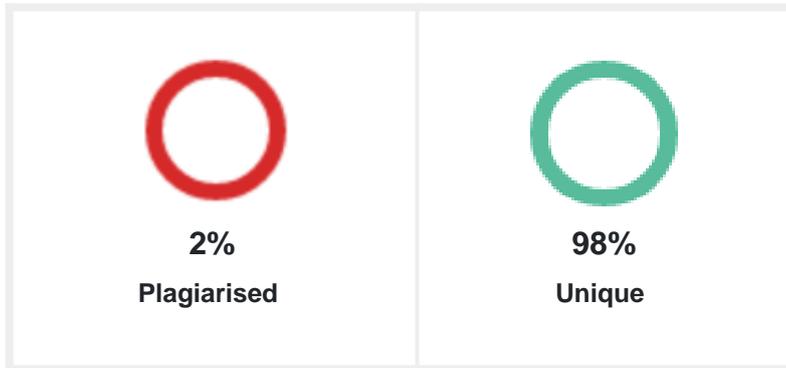
1. Membuat video konten digital yang menarik, merupakan suatu strategi yang sangat mempengaruhi tingkat penjualan pebisnis online. TikTok merupakan platform yang menyediakan video beserta efek yang dapat dimanfaatkan oleh pebisnis online. Apabila konten video yang dibuat tersebut masuk *for your page* (fyp) TikTok maka dapat dilihat oleh ribuan bahkan jutaan orang. Dengan begitu membuat banyak kesempatan pebisnis online untuk mendapatkan banyak konsumen.
2. Sering *posting* video yang menarik, dengan sering *posting* video maka memudahkan konsumen untuk mengetahui segala informasi mengenai suatu produk yang dijual dan akan terjadi interaksi yang baik antara pebisnis online dengan para followers serta akan semakin luas juga penyebaran konten video yang dipasarkan.
3. Menggunakan *hashtag* dan menggunakan fitur-fitur yang sedang *trending*, dengan melakukan hal tersebut maka penonton atau yang melihat video tersebut akan lebih tertarik.
4. Pasang iklan, aplikasi TikTok juga mempunyai pemasangan iklan formal sehingga pebisnis online juga dapat mengiklankan produknya. Jenis iklan di TikTok seperti *Pre-roll ads* dapat menjadi pilihan karena iklan video akan muncul setelah pengguna membuka aplikasi TikTok pertama kali.

## KESIMPULAN

Perubahan perilaku masyarakat terhadap hadirnya media sosial oleh internet memaksa pebisnis online untuk menentukan strategi marketing yang tepat untuk mempertahankan dan bahkan memperluas bisnis yang sedang dijalaninya. Pembuatan *digital content* menjadi strategi

marketing yang tepat untuk disasarkan kepada orang banyak. Media sosial menjadi salah satu platform untuk memasarkan *digital content* mengenai suatu produk yang mereka tawarkan. saat ini aplikasi media sosial yang sedang *trending* adalah TikTok. Banyaknya pengguna aplikasi TikTok menjadikan kesempatan yang bagus untuk terus mengembangkan bisnisnya dengan *digital marketing*.

## PLAGIARISM SCAN REPORT



Date 2021-01-14

Words 947

Characters 7021

### Content Checked For Plagiarism

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan artikel berjudul "Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Melalui Aplikasi TikTok". Walaupun terdapat beberapa hambatan yang saya alami selama proses pengerjaannya tetapi saya berhasil menyelesaikan artikel ini tepat waktu. Tidak luput saya sampaikan banyak terimakasih kepada dosen saya ..... yang telah membantu dan memberikan banyak ilmu kepada saya dalam pengerjaan artikel ini. Saya ucapkan terimakasih juga terhadap teman-teman saya yang telah berkontribusi membantu saya dengan memberi semangat dan doa hingga artikel ini dapat saya selesaikan. Pada artikel ini, saya telah memberikan seluruh usaha dan pikiran saya yang terbaik untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Apabila terdapat kekurangan, kesalahan, dan ketidaksempurnaan dalam skripsi ini, maka hal tersebut bukanlah suatu kesengajaan, melainkan dikarenakan keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, saya dapat menerima segala kritik dan saran yang diberikan. Akhir kata, segala hormat dan puji syukur kepada Allah SWT.

STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN BISNIS ONLINE MELALUI APLIKASI TIKTOK

Abstract The rapid development of technology has presented new media that is closely related to the internet. The internet is a necessity for many people all over the world because the internet can quickly and easily find the information they need. The internet has also entered the business world and created a new shift in the way of marketing a product. A businessman can find the latest marketing strategies by creating digital content for the products they offer and they will distribute it on social media so that more people and potential consumers will see and know about the product. One of the social media that is trending uploaded by many people is TikTok. TikTok is an application that provides video making features with very interesting and easy to use effect features. That way, not a few online business people take advantage of the application as a platform to grow their business through digital content. Abstrak Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah menghadirkan new media yang erat kaitannya dengan internet. Internet menjadi kebutuhan banyak orang diseluruh penjuru dunia karena dengan internet dapat dengan cepat dan mudah untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan. Internet juga telah masuk dalam dunia bisnis dan menciptakan pergeseran baru salah satunya cara pemasaran suatu produk. Seorang pebisnis dapat menemukan strategi marketing terbaru dengan membuat digital konten untuk produk yang mereka tawarkan dan akan mereka sebarkan di media sosial agar semakin banyak orang dan calon konsumen yang melihat dan mengetahui produk tersebut. Salah satu media sosial yang sedang tren an diunggah oleh orang banyak adalah TikTok. TikTok merupakan sebuah aplikasi yang menyajikan fitur membuat video disertai fitur efek yang sangat menarik dan mudah untuk digunakan. Dengan begitu, tidak sedikit para pebisnis online memanfaatkan kesempatan emas untuk menggunakan aplikasi TikTok sebagai platform untuk mengembangkan bisnis mereka melalui digital konten.

PENDAHULUAN A. Lata belakang Era zaman yang semakin maju menjadikan perkembangan teknologi dan informasi semakin pesat. Dapat dilihat dari banyaknya masyarakat baik anak-anak, remaja, hingga para orang tua yang telah menjadi pengguna internet guna mencari segala informasi yang diinginkan. Internet merupakan salah satu dari kemajuan teknologi yang telah masuk ke berbagai sektor seperti perekonomian, sosial, budaya, dan pendidikan. Internet sudah menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting sehingga jumlah pemakai internet selalu meningkat setiap tahunnya di seluruh dunia. Di Indonesia jumlah pengguna internet juga terus meningkat dengan peningkatan dalam jumlah besar. Internet sebagai perkembangan dari teknologi informasi telah membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, interaksi baru, market place

baru, dan juga adanya jaringan bisnis dunia yang tidak terbatas. Dengan begitu juga akan mempengaruhi pola masyarakat dalam berinteraksi baik dalam interaksi ekonomi, sosial, budaya, dan bisnis. Hadirnya internet telah menunjang efektivitas dan efisiensi kegiatan baik perusahaan, instansi pemerintah, maupun individu masyarakat sebagai sarana komunikasi, publikasi, serta sarana untuk mendapatkan berbagai informasi yang diinginkan. Seiring dengan berjalannya waktu, internet dalam pasar bisnis yang begitu luas, tentu menjadi salah satu faktor yang menyebabkan munculnya model periklanan baru yaitu melalui platform media internet atau secara online yang kemudian biasa disebut dengan pemasaran digital (Digital Marketing). Pengertian digital marketing menurut sumber (redtreeasia.com, 2018) adalah suatu usaha untuk melakukan pemasaran sebuah brand atau produk melalui dunia digital atau internet. **Tujuannya ialah untuk menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat dan tepat waktu.** Digital marketing ialah suatu cara untuk mempromosikan produk atau brand tertentu melalui media internet dapat melalui iklan di internet, facebook, youtube, ataupun media sosial lainnya (Warmayana, 2018). Digital Marketing merupakan salah satu cara yang paling banyak digunakan oleh seseorang guna mempertahankan atau meningkatkan konsumen dan market share di jaman globalisasi seperti sekarang ini. Terdapat banyak platform media sosial yang dapat digunakan untuk digital marketing atau memasarkan suatu produk yang dikemas secara menarik ke khalayak umum untuk mempertahankan bisnisnya yaitu salah satunya aplikasi tiktok. Tiktok sebagai aplikasi platform penyedia pembuatan video hal-hal menarik dengan berbagai macam pilihan memberikan tanda bahwa era digital semakin maju. Banyaknya konten-konten baik berupa foto maupun video menarik yang tersebar di media sosial dan negara, salah satunya Indonesia (Susilowati, 2018). Masyarakat Indonesia tidak sedikit yang telah mengunduh dan menggunakan aplikasi tiktok untuk membuat konten-konten menarik bahkan kini juga telah dijadikan platform oleh sebagian orang maupun perusahaan untuk mempromosikan atau memasarkan produk mereka. Platform media sosial seperti TikTok tentunya akan sangat berguna bagi pebisnis untuk meningkatkan penjualan produk mereka, terutama teruntuk pebisnis online yang mana mereka tidak mempunyai outlet atau toko nyata dan hanya mengandalkan media sosial sebagai platform atau tempat mereka berbisnis mencari konsumen. Tentunya seorang pebisnis online harus mempunyai banyak strategi marketing untuk dapat meningkatkan penjualan mereka. Biasanya strategi yang mereka lakukan adalah dengan membuat digital konten yang menarik mengenai produk mereka untuk dipasarkan. Tentu digital marketing tersebut akan sangat mempengaruhi tingkat penjualan seorang pebisnis online.

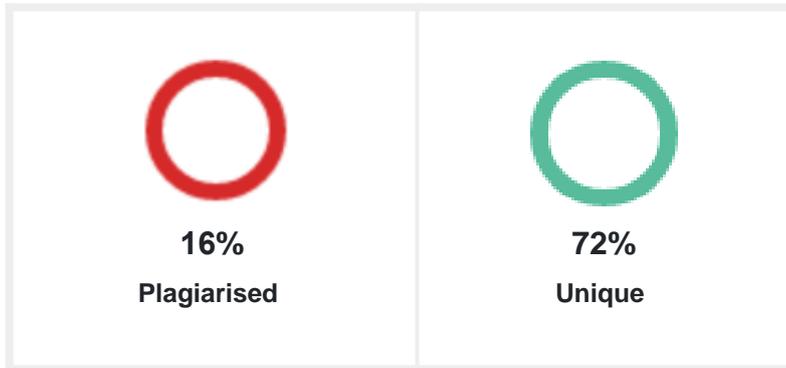
## Matched Source

### Similarity 3%

Title: [Pentingnya Digital Marketing saat Pandemi COVID-19 - Viva](https://www.viva.co.id/vstory/opini-vstory/1336630-pentingnya-digital-marketing-saat-pandemi-covid-19?medium=home)

<https://www.viva.co.id/vstory/opini-vstory/1336630-pentingnya-digital-marketing-saat-pandemi-covid-19?medium=home>

## PLAGIARISM SCAN REPORT



Date 2021-01-14

Words 993

Characters 8144

### Content Checked For Plagiarism

METODE PENELITIAN Seperti yang telah diuraikan, penelitian ini menggunakan metode literature review dan pengamatan fenomena yang terjadi. Dalam mengumpulkan data-data penulis mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan digital konten, strategi marketing, dan media sosial melalui data-data pendukung seperti jurnal, artikel, dan jurnal-jurnal penelitian. TINJAUAN PUSTAKA Kemajuan internet menuntut para pebisnis online untuk terus menuangkan ide-ide kreatif dan inovatifnya untuk terus dapat bertahan dan mengembangkan bisnisnya dikarenakan juga terjadi perubahan perilaku konsumen yang beralih mulai meninggalkan media konvensional dan menggunakan internet yaitu media sosial untuk mendapatkan berbagai informasi. Oleh karena itu memaksa para pebisnis online memasuki strategi digital konten marketing. 1. Halvorson dan Rach (2012), menyatakan bahwa yang dimaksud dengan konten dalam digital marketing adalah sebagai daya tarik platform yang mengundang konsumen online untuk membaca, belajar, melihat, atau ingin mengalami langsung konten yang ditawarkan pada mereka (Hayu, R. S. (2019). **Smart Digital Content Marketing, Strategi Membidik Konsumen Millennial Indonesia**. JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan), 4(1), 61-69.) 2. Kotler & Keller (2008), pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan (Nurcholifah, I. (2014). Strategi marketing mix dalam perspektif Syariah. **Jurnal Khatulistiwa LP2M IAIN Pontianak**, 4(1), 73-86.) 3. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content" (Cahyono, A. S. (2016). **Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia**. Jurnal Publiciana, 9(1), 140-157.) HASIL DAN PEMBAHASAN **Munculnya istilah new media sangat berkaitan erat dengan kehadiran internet di dunia walaupun dalam perkembangan new media tidak terbatas pada internet namun internet merupakan alat atau media yang paling dominan** pada era new media. Internet yang terus berkembang telah menjadikan seakan dunia menyatu, tidak lagi mempunyai batas (Mustofa, 2018). Kemajuan internet juga dirasakan di bidang bisnis yang mana telah terjadi banyak pergeseran salah satunya dengan hadirnya pemasaran digital. Sebelum perkembangan internet yang pesat pemasaran suatu produk atau yang disebut dengan iklan dilakukan secara konvensional seperti melalui televisi, media cetak dan lain sebagainya yang mana kurang menjangkau konsumen atau masyarakat luas untuk mengetahui iklan tersebut. Kehadiran pemasaran atau iklan digital telah membawa dampak positif di dunia bisnis yang mana proses suatu pemasaran suatu produk dapat dengan mudah dilakukan melalui cara pembuatan suatu digital konten foto atau video mengenai suatu produk yang akan dipasarkan kemudian diunggah ke beberapa platform aplikasi yang telah tersedia. Pemasaran yang dilakukan oleh para pebisnis telah mengalami pergeseran dengan munculnya internet, dimana banyak pebisnis yang beralih dari media konvensional ke media internet salah satunya adalah media sosial. Media sosial menjadi suatu platform yang diminati oleh banyak orang untuk mencari informasi yang diinginkan bahkan banyak orang yang menghabiskan waktunya hanya untuk bermain media sosial. Sehingga pebisnis online dengan menggunakan strategi marketing melalui pembuatan digital konten dapat menarik banyak calon konsumen di seluruh penjuru dunia. Strategi marketing seorang pebisnis online yang baik adalah dimana seorang pelaku pebisnis online dapat berkomunikasi lancar dengan konsumen atau calon konsumen mereka sehingga platform media sosial menjadi strategi marketing yang bagus karena pelaku bisnis akan dengan mudah membagikan berbagai informasi mengenai

produk mereka melalui digital konten. Dengan begitu, konsumen mendapatkan banyak pengetahuan mengenai produk tersebut dan akan tertarik untuk membelinya. Digital marketing merupakan pemasaran yang menggunakan platform yang ada di internet dalam melakukan kegiatan menjangkau para target konsumen, selain itu digital marketing bisa juga disebut sebagai "pemasaran – i, web marketing , online marketing, atau e – marketing atau e – commerce adalah pemasaran produk atau jasa melalui internet" ( Hermawan, 2012). Terdapat dua point utama manfaat digital marketing yang dijelaskan oleh Hermawan ( 2012:21 ) yaitu : a. Promosi atau pemasaran suatu produk apabila menggunakan digital marketing tidak akan memakan biaya yang mahal artinya dengan biaya rendah saja sudah dapat memasarkan produknya ke khalayak umum serta dapat menjangkau calon pembeli lebih luas dibandingkan dengan pemasaran konvensional. b. Keunggulan menggunakan digital marketing juga terkait informasi yang disajikan kepada para konsumen atau pembeli akan lebih lengkap dibandingkan dengan iklan konvensional seperti media cetak, televisi, dan radio. Secara keseluruhan digital marketing dapat membantu perluasan bisnis. Tidak hanya itu digital marketing memiliki sejumlah fitur yang memungkinkan aplikasi yang efektif dalam hal penyeberluasan informasi secara interaktif, menciptakan awarness terhadap perusahaan dan produknya, mengumpulkan informasi dan riset pasar, menciptakan citra yang diharapkan, dan menstimulasi percobaan (terutama lewat stimulasi dan free trial). Dilihat dari sudut pandang pengguna, digital marketing sebagai wahana pengumpulan informasi, hiburan, interaksi sosial, komunikasi, pembelian produk / jasa, berbagi gagasan dan membangun komunitas. Pada tahun 2020, TikTok telah berhasil menjadi tren di media sosial dengan bersenjatakan video singkat berulang yang adiktif dan berbagai tantangan viralnya. Hingga saat ini akselerasi pertumbuhan aplikasi tiktok terus meningkat dan belum menunjukkan angka penurunan sedikit saja. Menurut Angga Anugrah Putra, Head of User and Content Operations TikTok Indonesia, selama dua tahun lebih TikTok hadir di Indonesia semakin banyak masyarakat yang menikmati untuk berkreatifitas hingga berbisnis di TikTok (Yohana, 2020). Aplikasi TikTok sebagai media sosial yang sedang tren ini menyajikan berbagai fitur untuk membuat video yang berdurasi kurang lebih 30 detik dengan memberikan special effects yang menarik serta didukung sound effects seperti music. Kemudahan membuat video menarik dengan berbagai efek secara instan yang diberikan oleh aplikasi TikTok mendorong penggunaannya menjadi conten creator. Begitu pula dengan para pemilik bisnis online, mereka dapat dengan mudah membuat suatu digital konten dengan cara vidio atau foto produk mereka lalu mereka dapat share hasil dari vidio konten tersebut untuk dapat dipasarkan kepada para calon konsumen. Berikut beberapa strategi digital marketing pebisnis online untuk meningkatkan penjualan mereka melalui platform TikTok : 1. Membuat vidio konten digital yang menarik, merupakan suatu strategi yang sangat mempengaruhi tingkat penjualan pebisnis online. TikTok merupakan platform yang menyediakan vidio beserta efek yang dapat dimanfaatkan oleh pebisnis online. Apabila konten vidio yang dibuat tersebut masuk for your page (fyp) TikTok maka dapat dilihat oleh ribuan bahkan jutaan orang. Dengan begitu membuat banyak kesempatan pebisnis online untuk mendapatkan banyak konsumen.

## Matched Source

### Similarity 13%

**Title:** [JMK \(Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan\) JMK 4 \(1\) 2019 ...](#)

Kata kunci: Generasi Millennial Indonesia, Digital marketing, Online Shopping. ... 1) Halvorson dan Rach (2012), mengungkapkan bahwa yang dimaksud dengan konten dalam digital marketing adalah sebagai daya tarik platform yang mengundang konsumen online untuk membaca, belajar, melihat, atau ingin mengalami ...

<http://docplayer.info/139834018-Jmk-jurnal-manajemen-dan-kewirausahaan-jmk-4-1-2019-issn.html>

---

### Similarity 13%

**Title:** [View of Smart Digital Content Marketing, Strategi Membidik...](#)

return to article details smart digital content marketing, strategi membidik konsumen millennial indonesia download download pdf.

<https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/ManajemenKewirausahaan/article/view/362/301>

---

### Similarity 9%

**Title:** [BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. Pengertian Pemasaran ...](#)

... Association) dalam. Kotler dan Keller (2009:5) "Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya".

<http://repository.unpas.ac.id/37062/1/BAB%20II.pdf>

---

### Similarity 4%

**Title:** (PDF) DIGITAL MARKETING | Hadion Wijoyo - Academia.edu

DIGITAL MARKETING Dr. Musnaini, S.E., M.M. Dr. Suherman, S.Kom., M.M. Hadion Wijoyo, S.E., S.H., S.Sos., S.Pd., M.H., M.M., Ak., CA., QWP© Dr (C).

[https://www.academia.edu/44040575/DIGITAL\\_MARKETING](https://www.academia.edu/44040575/DIGITAL_MARKETING)

---

### Similarity 3%

**Title:** Digitalisasi UMKM - Page 26 - Google Books Result

... riset pasar, menciptakan citra yang diharapkan, dan menstimulasi percobaan (terutama lewat stimulasi dan free trial). Dilihat dari sudut pandang pengguna, ...

<https://books.google.com.au/books?id=RZIIEAAQBAJ>

---