

**Nama : Septa Tri Ananda**

**Nbi :1211700106**

## **Peran Strategi digital marketing & sosial media dalam pemasaran produk**

### **Latar Belakang**

Jika dilihat, teknologi digital ini bisa berupa pesan elektronik atau email, video, gambar dan lain sebagainya yang disebarakan secara online. Ini karena digital marketing merupakan bagian dari internet marketing. Jadi jika diurutkan, di dalam internet atau online marketing terdapat digital marketing dan di dalam digital marketing terdapat sosmed marketing. Dari sini bisa disimpulkan bahwa sosmed sangat berperan aktif bahkan sangat berpengaruh terhadap kesuksesan suatu bisnis terutama bisnis online. Saat ini, suda sangat marak perusahaan besar juga aktif di medsos seperti menggunakan Fanspage Facebook untuk tampil lebih dekat dengan para pelanggannya. Jika dilihat dari sisi media sosial itu sendiri, bisa disimpulkan bahwa media sosial merupakan strategi digital marketing terbaik. Ini karena di dalam media sosial kamu bisa memasarkan produk dengan menggunakan pesan singkat berupa teks. Kamu juga bisa melakukan pemasaran dengan gambar bahkan kamu bisa membuat video singkat berdurasi tidak lebih dari 5 menit untuk memaksimalkan penyebaran iklan atau promosi produk kamu terhadap konsumen.

### **Pembahasan**

#### **1. Pemanfaatan media sosial dalam strategi Pemasaran**

Kita memasuki era digital, di mana hampir setiap aktivitas terbantu dengan adanya teknologi. Kemajuan teknologi yang ada saat ini membuat segalanya terlihat lebih praktis dan simpel. Hanya dengan gadget, uang dan koneksi internet, anda bisa berbelanja apapun yang diinginkan. Barang elektronik, makanan, minuman, kendaraan hingga alat kesehatan bisa dengan mudah dibeli. Kemudahan ini nyatanya tidak berpihak pada konsumen saja. Kecanggihan teknologi juga membuat pelaku usaha lebih mudah memasarkan atau menjual produknya. Jika dulu anda perlu

tempat untuk membuka usaha, maka sekarang sudah ada marketplace. Tentunya semakin simpel cara memulai bisnis, membuat persaingan juga lebih ketat. Persaingan yang ketat mau tak mau membuat pelaku bisnis harus bisa beradaptasi cepat. Caranya adalah dengan memanfaatkan platform yang menjadi basis audience dalam jumlah besar. Media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram menjadi sarana tepat untuk pengembangan bisnis.

## **2. Peranan media sosial dalam strategi pemasaran**

Digital Marketing (pemasaran digital) adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media 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. Di dalam pemasaran digital marketing, kita sangat membutuhkan sosial media sebagai alat untuk melakukan promosi sebuah brand ataupun untuk menjangkau para calon konsumen yang tersebar luas di seluruh dunia.

Berpromosi dengan menggunakan social media memiliki sejumlah keuntungan, diantaranya lebih hemat biaya dan juga efektif dalam penggunaannya. Selain itu, promosi bisa dilakukan secara viral marketing dan langsung dilihat oleh para calon konsumennya sehingga lebih mudah dalam menarik para konsumen baru. Social media juga dapat menjangkau beragam profil konsumen dari segmentasi yang ada.

## **3. Kelebihan digital marketing**

Banyaknya digital marketing yang dipakai oleh perusahaan-perusahaan, membuktikan bahwa DM memiliki banyak kelebihan dan manfaat yang dapat diperoleh. Berikut beberapa kelebihan dari DM dibandingkan dengan pemasaran konvensional.

### **1. Kecepatan Penyebaran**

Strategi pemasaran dengan menggunakan media digital dapat dilakukan dengan sangat cepat, bahkan dalam hitungan detik. Selain itu, DM juga dapat diukur secara realtime dan tepat.

### **2. Kemudahan Evaluasi**

Dengan menggunakan media online, hasil dari kegiatan pemasaran dapat langsung diketahui. Informasi seperti berapa lama produk Anda ditonton, berapa banyak orang yang melihat produk Anda, berapa persen konversi penjualan dari setiap iklan dan sebagainya. Setelah mengetahui informasi-informasi macam itu, selanjutnya Anda dapat melakukan evaluasi mana iklan yang baik dan buruk. Sehingga Anda dapat memperbaiki untuk periode berikutnya.

### 3. Jangkauan Lebih Luas

Kelebihan berikutnya yaitu jangkauan geografis dari DM yang luas. Anda dapat menyebarkan brand atau produk ke seluruh dunia hanya dengan beberapa langkah mudah dengan memanfaatkan internet.

### 4. Murah dan Efektif

Dibandingkan dengan pemasaran tradisional, tentu saja digital marketing jauh lebih murah dan efektif. Biaya anggaran yang dihemat dapat sampai 40%, hal tersebut menurut Gartner's Digital Marketing Spend Report. Selain itu, survey juga menunjukkan bahwa 28% pengusaha kecil akan berpindah ke digital karena terbukti lebih efektif.

### 5. Membangun Nama Brand

Digital marketing membantu Anda membangun nama brand dengan baik. Eksistensi dunia maya dengan keberadaan brand Anda sangat penting karena orang akan melakukan pencarian online sebelum membeli produk Anda.

## **Kesimpulan**

Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online). Strategi digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia.

Digital marketing yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Di satu sisi, digital marketing memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Pembeli kini semakin mandiri dalam membuat keputusan pembelian berdasarkan hasil pencariannya.