

**“PERAN STRATEGI DIGITAL MARKETING MELALUI SOSIAL MEDIA
INSTAGRAM @flukesecondshop DALAM UPAYA MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS”**



Disusun Oleh :

MOCHAMMAD IQBAL RIZKY

12110800217

**FAKULTAS EKONOMI MENEJEMEN
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2021

ABSTRACT : Kemajuan teknologi membuat kita lebih mudah mencari informasi dimanapun kapanpun karena semakin tahun selalu ada inovasi teknologi setiap tahun. Oleh karena itu penting untuk belajar tentang teknologi supaya kita bisa beradaptasi dan tidak tertinggal jaman. Termasuk berdagang, berdagang yang pada umumnya dilakukan secara tatap muka saat ini sudah mulai bergeser menggunakan ranah online termasuk salah satu olshop yang menggunakan digital marketing dan pemasaran melalui media sosial terutama di instagram merek, tujuan penelitian ini di tujukan untuk mengidentifikasi Bagaimana Peran strategi digital marketing melalui sosial media instagram @flukesecondshop dalam upaya meningkatkan Brand Awareness. Data akan dikumpulkan melalui observasi pada akun instagram @flukesecondshop dengan dokumen – dokumen seperti postingan pada akun instagram mereka.

Latar Belakang

Kemajuan teknologi membuat kita lebih mudah untuk terhubung dengan siapapun dimanapun kapanpun karena semakin tahun selalu ada inovasi teknologi setiap tahun. Oleh karena itu pentingnya kita belajar tentang teknologi supaya kita bisa beradaptasi dan tidak tertinggal jaman, oleh karena itu penulis menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Peran strategi digital marketing melalui sosial media instagram @flukesecondshop dalam upaya meningkatkan Brand Awareness”

BAB I

PENNDAHULUAN

Digital marketing adalah pemanfaatan teknologi media digital yang dapat menjangkau pelanggan dengan cara yang nyaman, individual, dan signifikan. Jenis promosi ini menggabungkan berbagai metode dan praktik yang terkandung dalam klasifikasi periklanan web. Dalam periklanan tingkat lanjut, kita sangat membutuhkan media online sebagai instrumen untuk mengangkat merek atau untuk menjangkau calon pelanggan yang tersebar luas di seluruh dunia. Memajukan pemanfaatan media online memiliki berbagai manfaat, antara lain lebih cerdas dan lebih berhasil dalam pemanfaatannya. Selain itu, kemajuan harus dimungkinkan melalui tayangan viral dan segera dilihat oleh calon klien, membuatnya lebih mudah untuk menarik pelanggan baru. Media berbasis web juga dapat menemukan berbagai profil pembeli dari divisi saat ini.

media berbasis web di Indonesia merupakan salah satu yang tercepat di dunia, hal ini dibuktikan dengan posisi Facebook yang menempati posisi keempat dengan klien terbanyak dengan jumlah klien sekitar 60 juta. Sementara itu, dalam pemanfaatan media berbasis web lainnya, Indonesia juga diposisikan sebagai klien terbesar setelah India, Amerika Serikat, dan Brasil di mana klien media online di Indonesia sekitar 120 juta atau 44,94 persen dari total penduduk. telah mengapa saat ini banyak perusahaan berlomba –lomba untuk memasarkan produknya melalui jalur media online.(Arifin, 2019).

BAB II

PEMBAHASAN

1. DIGITAL MARKETING

Digital marketing yakni kegiatan pemasaran atau promosi suatu merek atau produk melalui media digital atau Internet. Tujuan pemasaran digital adalah untuk secara cepat menarik konsumen dan calon pelanggan. Seperti yang kita ketahui, penerimaan teknologi sosial dan internet sangat luas, sehingga tidak mengherankan jika kegiatan pemasaran digital menjadi pilihan utama bagi perusahaan.

Akibatnya, perusahaan saling berlomba untuk menciptakan konten menarik yang mereka tampilkan dalam pemasaran di dunia maya.

Banyaknya digital marketing yang digunakan para pelaku bisnis membuktikan bahwa banyak sekali manfaat dan keuntungan yang didapat dari mendapatkan digital marketing. Ini menunjukkan beberapa keunggulannya :

2. Keunggulan Digital Marketing dengan Social Media

Meningkatnya perkembangan dunia teknologi dan informasi pada saat ini dalam beberapa tahun terakhir merupakan alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat lebih luas. Sosial media sejatinya memang sebagai media sosialisasi dan interaksi yang memberikan fasilitas beraneka ragam, serta menarik orang lain untuk

melihat dan mengunjungi tautan yang berisi mengenai produk dan informasi lain – lain.[2]. Social media memberikan pengaruh yang sangat besar bagi kehidupan pada masa saat ini dan memberikan kesempatan kepada masyarakat lebih luas agar saling mengenal dan dapat berinteraksi tanpa adanya batasan waktu, usia, dan tempat dan menjadi kebutuhan sehari-hari bagi para pelaku pengguna social media dari masa ke masa. Dalam hal tersebut keunggulan yang ada pada social media marketing diantaranya :

1. Flexible

Hal ini dikatakan lebih flexible karena dengan cara memasarkan produk disosial media bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja tanpa adanya batasan.

2. Memiliki akses yang luas

Selain jangkauan nasional, pemasaran produk dapat diakses lebih luas lagi dengan pemasaran melalui akses internasional akan lebih mudah untuk pengiriman produk tahu jelas bahwa produknya telah dilihat oleh orang luar negeri juga.

3. Jangkauan yang sangat luas

Jangkauan DIGITAL MARKETING sangat luas.

Dengan menggunakan Internet, Anda dapat menyebarkan merek dan produk Anda ke seluruh dunia dengan mudah dan cepat.

4. Terjangkau dan Efektif

Dibandingkan dengan pemasaran tradisional, tentunya digital marketing jauh lebih murah dan efektif. Menurut Laporan Pengeluaran Pemasaran Digital Gartner, Anda dapat menghemat hingga 40% pada anggaran Anda. Studi ini juga menunjukkan bahwa mereka beralih ke digital, karena 28% usaha kecil terbukti lebih efektif.

3. Pengaruh Penggunaan Social Media Marketing

Media social sangat membantu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya dalam menanganai berbagai masalah atau menentukan sebuah keputusan dalam keadaan tertentu. Dalam hal ini tentunya memberikan pengaruh yang cukup besar dalam perubahan yang terjadi salah satunya yaitu dengan adanya peningkatan brand-brand besar

yang ada pada perusahaan tersebut. Hal ini memberikan solusi sekaligus inovasi yang dapat dikelola dengan baik oleh para konsumen dalam bersosial media dan menjadi keuntungan bagi kedua belah pihak. Dalam mengembangkan bisnis cara yang diharuskan

agar tepat sasaran yaitu dengan cara menyusun strategi yang baik untuk social media agar

dapat memenuhi target. Secara garis besar, hal ini tidak terlepas dari adanya suatu informasi yang dibuat untuk menyediakan suatu pengambilan keputusan bagi para pebisnis dalam rangka menjalankan operasi atau prosedur yang telah ditetapkan.[5]

enampilkan atau memajukan merek atau barang memanfaatkan media canggih atau web. Tujuannya adalah untuk menarik pembeli juga, klien potensial dengan cepat. Tidak mengherankan bahwa pengakuan inovasi dan Web di arena publik sangat luas, jadi sama sekali tidak mengherankan bahwa latihan periklanan terkomputerisasi menjadi pilihan terbaik oleh organisasi

BAB III

KESIMPULAN

Dari Digital Marketing lewat social media banyak sekali keuntungan yang bisa diperoleh oleh Di masa yang sangat maju ini, promosi tidak hanya dilakukan dengan memperkenalkan iklan di TV, radio dan media cetak, iklan juga dilakukan dengan memanfaatkan media baru (web) di samping inovasi kompleks yang tak terelakkan. Promosi berbasis web adalah menampilkan bantuan melalui kerangka kerja PC online yang intuitif, yang antarmuka pembeli dan penjual secara langsung melalui media elektronik melalui situs, jurnal web, atau sekali lagi media online seperti Facebook, Twitter, Instagram. Terlebih lagi, konsekuensi positif dan negatifnya Penayangan media online harus diperhatikan agar iklan internet yang sudah tergabung berjalan dengan mudah dan efektif dan dapat membangun kesepakatan