BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Digital Marketing

Sebuah pemasaran atas produk dan jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan dunia digital dan internet seperti halnya biasa dilakukan dengan iklan yang ada di beberapa sosial media.

Berikut ini beberapa tips unggul dalam digital marketing :

a. Berpikir dengan *out of the box* dalam mendapatkan sebuah ide yang berbeda dengan pesaing.
b. Perhatikan cara berkomunikasi yang baik dengan *customer*.
c. Tampilkan *brand* dengan cara yang benar.
d. Mengadakan *giveaways* dan beberapa kontes yang menarik.
e. Memberikan pesan yang benar dan jelas sehingga akan lebih mudah untuk dimengerti.
f. Memiliki banyak pengikut, semakin banyak pengikut yang aktif maka akan semakin membuka kesempatan untuk suatu *brand* menjadi lebih dikenal luas.

2.2. Sosial Media

Sosial media merupakan sebuah alat komunikasi sosial yang digunakan untuk berinteraksi antar satu sama lain secara online dan juga tidak terbatas dan terhalang oleh waktu.

Beberapa Model pemasaran melalui sosial media :

a. Memilki tujuan dan paham akan tujuan dari pemasaran melalui sosial media.
b. Menentukan siapa yang menjadi target dari pemasaran.
c. Mengetahui dimana dan kapan saja orang-orang yang menjadi target pemasaran ini dalam menghabiskan waktunya.

Metta Dwi Mustika Sari. Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Cafe di Kota Batam.
UIB Repository©2020

d. Mempertahankan supaya pemasaran atas produk tetap sukses dan selalu berkembang.
e. Memiliki strategi marketing yang tetap fokus pada target pemasarannya.

2.3. Instagram

Instagram adalah suatu aplikasi yang dapat berbagi foto dan video ke berbagai layanan jejaring sosial lainnya termasuk milik akun sendiri. Saat ini instagram merupakan salah satu sosial media yang sangat popular diberbagai kalangan dan instagram ini memberi dampak yang sangat besar dikehidupan nyata. Instagram biasa digunakan sebagai salah satu sosial media untuk suatu pemasaran produk yang dengan mudah dijangkau oleh berbagai kalangan dengan sangat cepat dikarenakan memiliki pengaruh yang besar. Adapun beberapa bagian dari instagram yang berpengaruh besar yaitu:

2.3.1. Hashtag

Hashtag diartikan dalam bahasa Indonesia adalah tanda pagar yang diletakan pada awal kata atau frasa yang akan diketik atau ditulis di sosial media.

Cara memasukan *hashtag* yang benar adalah :

a. Gunakan 11 hingga 30 *hashtag.*
b. Jangan meletakkan *hashtag* pada kolom komen.
c. Gunakan lebih banyak kata kunci.
d. Gunakan *hashtag* yang sering aktif digunakan.
e. Membuat *hashtag* yang baru dan lebih spesifik.

Metta Dwi Mustika Sari. Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Cafe di Kota Batam.
UIB Repository©2020

2.3.2. Content Planner

H1-2 Kata yang menginspirasi	H3-4 Kata yang mendidik	H5-6 Foto Pribadi	H7-8 *Posting* promosi barang
H9-10 Kata yang menginspirasi	H11-12 pertanyaan	H13-14 Kata yang mendidik	H15-16 Cerita melalui foto diri
H17-18 Kata yang mendidik	H19-20 Kejadian di balik layar	H21-22 Kata yang menginspirasi	H23-24 *Posting* promosi barang
H25-26 Kata yang mendidik	H27-28 Ceri Cerita melalui foto diri takan mengenai diri	H29-30 pertanyaan	

Tabel 2.1 Penjadwalan *Content Planner*

Sumber : Penulis, 2020

2.3.3. Best Time to Post

Memposting sesuatu pada instagram bukanlah hanya sekedar ketika ingin. Dalam memposting di instagram lebih tepat jika dilakukan pada hari senin khususnya mulai dari pukul 3-4 sore karena pada hari tersebut orang telah mulai bekerja.

Metta Dwi Mustika Sari. Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Cafe di Kota Batam.
UIB Repository©2020