

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian *Digital Marketing*

Manusia dalam memenuhi kebutuhannya terdiri atas adanya substansi yang meminta dan substansi yang menawarkan. Pemasaran dalam sebuah perusahaan atau organisasi menjadi sebuah kunci agar mencapai tujuan secara efektif. Pemasaran merupakan salah satu aktifitas yang menjadi tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan dalam kegiatan perdagangan. (Kotler, Philip & Keller, 2009) mendefinisikan secara singkat bahwa pemasaran adalah kegiatan memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

Perkembangan dunia bisnis saat ini sangat dipengaruhi oleh teknologi digital dan informasi. Salah satu unsur penting dalam aktifitas operasional perusahaan yang dipengaruhi adalah sistem pemasarannya.

Lini bisnis apapun dinilai memiliki jantung yang sama, yaitu sistem pemasaran yang baik dan benar. Internet memudahkan segala fungsi pemasaran, mulai dari sebuah wadah mekanisme membangun permintaan, menyediakan pesan kepada konsumen yang bersifat persuasif untuk mengarah ke aksi pembelian, hingga menyediakan layanan pelanggan. Media komunikasi terbaik karena superioritas dan keserbagunaannya dalam segmentasi serta menentukan target pasar saat ini merupakan internet (Baack, 2012).

Jurnal (M.A, 2012) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang relevan kuat antara pemasaran dengan *digital marketing*. Seseorang mulai mengeksplorasi konsep pemasaran dalam dunia bisnis melalui internet dengan tujuan untuk memperbesar ruang lingkup pangsa pasar yang ditargetkan. Pada saat ini hampir semua lini bisnis merambat menjadi elektronik. *Marketer* menggunakan kesempatan ini untuk melakukan kegiatan usaha. *Digital marketing* menciptakan komunikasi yang lebih efisien, memberikan wadah kepada pelanggan untuk saling berbagi informasi atau pengalaman berbelanja, dan memberikan benefit informasi secara tidak langsung kepada pelaku usaha atas *feedback* yang didapat dari hasil umpan balik pembeli.

2.2 Penerapan Strategi 4P

Mengembangkan strategi 4P yang telah ada dengan perincian sebagai berikut:

a. Product

Meningkatkan nilai estetika foto *packaging* produk beserta penyusunan bahasa dalam menjelaskan fungsional produk agar tampilan foto yang diunggah lebih jelas, *high quality*, dan caption foto sesuai dengan kebiasaan membaca pengguna instagram saat ini.

b. Place

Berhubung penerapan Kerja Praktek dilakukan pada toko online, maka tempat yang dimaksud disini adalah *home based online*, yaitu *feeds* instagram yang menjadi daya tarik pembeli dengan meningkatkan nilai estetika *feeds* instagram *online shop* tersebut.

c. Price

Membuat promo harga paketan yang lebih murah dibandingkan pembelian per 1 item (*bundling package*).

d. Promotion

Menjalakan strategi promosi dengan memanfaatkan media sosial instagram yang saat ini dinilai cukup efektif dalam memperkenalkan produk dan toko *online* kepada ruang lingkup konsumen potensial yang lebih luas. Promosi yang dimaksud berupa iklan *paid promote* dan *paid endorse* di akun instagram selebgram atau *influencer* lainnya. Tentunya iklan digital ini bisa disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan serta *budget* yang hendak dikeluarkan perusahaan dalam bidang pemasaran produk mereka.

2.3 Pengertian *Paid Promote*

Paid Promote atau biasa disingkat dengan PP dalam dunia bisnis *online* atau yang lebih dikenal dengan *hard selling promote* adalah promosi berbayar atau iklan berbayar dimana *online shop* penyedia produk akan diiklankan di instagram pihak yang bersangkutan. Pihak yang bersangkutan disini adalah pihak artis, selebgram, ataupun *influencer* lainnya di instagram. Sistem *Paid Promote* yaitu materi iklan disediakan oleh pemilik *online shop* yang ingin mengiklankan produk mereka, atau dengan kata lain hanya menyiapkan materi posting tanpa perlu mengirimkan produk kepada pihak yang bersangkutan. Materi yang dimaksud disini adalah materi foto dan materi caption.

2.4 Jenis - Jenis *Paid Promote*

Umumnya *Paid Promote* dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

a. *Paid Promote Feeds* Instagram

Paid Promote Feeds didefinisikan sebagai iklan berbayar dimana postingan materi akan dilakukan di *feeds* (halaman utama) pihak yang bersangkutan. Jangka penyimpanan PP ini berbeda-beda tergantung kebijakan pemilik akun yang memposting iklan tersebut. Mulai dari *keep* 3 hari hingga 3 bulan atau bahkan ada yang tidak menghapus postingan iklan yang sudah mereka unggah.

b. *Paid Promote Story* Instagram

Paid Promote Story didefinisikan sebagai iklan berbayar dimana postingan materi akan dilakukan di *story* pihak yang bersangkutan. Jenis PP ini pada umumnya hanya memiliki 24 jam waktu penyimpanan iklan sesuai dengan kebijakan yang berlaku di Instagram. Lebih dari 24 jam postingan *stories* yang sudah diunggah akan otomatis terhapus. Akan tetapi ada beberapa artis, selebgram, ataupun *influencer* yang menyediakan layanan tambahan agar iklan di *story* bisa *dikeep* dalam jangka waktu yang lebih panjang dengan cara menyimpan di *highlight* milik mereka. Tentunya untuk *PP story highlight* ini akan dikenakan biaya tambahan sesuai dengan kebijakan *talent* masing-masing.

2.5

Fungsi *Paid Promote*

Benefit atas iklan berbayar atau *Paid Promote* adalah *online shop* penyedia produk akan lebih dikenal dan biasanya akan menambahkan jumlah *followers*, serta meningkatkan penjualan *online shop* tersebut sehingga membantu mendongkrak omzet harian *online shop* penyedia produk. Berpengaruh atau tidaknya *Paid Promote* tersebut biasanya bergantung pada materi foto dan caption yang dibuat oleh pihak penyedia produk. Sama halnya dengan iklan yang sering kita jumpai di media massa lainnya. Semakin menarik dan inovatif iklan tersebut, maka semakin banyak juga yang akan menaruh perhatian pada produk yang anda jual.

2.6

Pengertian *Paid Endorse*

Paid Endorse atau biasa disingkat dengan PE dalam dunia bisnis *online* atau yang lebih dikenal dengan *soft selling promote* adalah promosi berbayar atau iklan berbayar dimana *online shop* penyedia produk akan mengirimkan produk yang ingin diiklankan kepada pihak yang bersangkutan untuk direview atau digunakan kemudian di *post* di instagram pihak yang bersangkutan. Pihak yang bersangkutan disini adalah pihak artis, selebgram, ataupun *influencer* lainnya di instagram. Sistem *Paid Endorse* yaitu materi iklan akan dikerjakan oleh pihak artis, selebgram, ataupun *influencer* tersebut. Pihak *online shop* hanya perlu mengirimkan produk kemudian menunggu sesuai jangka waktu yang ditentukan untuk diunggah di instagram talent yang mereka pilih. Pada sistem *Paid Endorse* ini terkadang bisa *request caption* yang akan dipost oleh talent sesuai dengan kebijakan yang berlaku.

2.7

Jenis – Jenis *Paid Endorse*

Secara garis besar, *Paid Endorse* terbagi menjadi 2 jenis, yaitu:

a. *Paid Endorse Feeds* Instagram

Paid Endorse Feeds didefinisikan sebagai iklan berbayar dimana postingan materi akan dilakukan di *feeds* (halaman utama) pihak yang

bersangkutan. Jangka penyimpanan PE ini bergantung pada kebijakan pemilik akun yang memposting iklan tersebut. Mulai dari *keep* 3 hari hingga 3 bulan atau bahkan ada yang tidak menghapus postingan iklan

yang sudah mereka unggah. Biasanya materi yang disiapkan bisa berupa foto maupun video *talent* bersama dengan produk yang telah dikirimkan *online shop* untuk diiklankan.

b. *Paid Endorse Story* Instagram

Paid Endorse Story didefinisikan sebagai iklan berbayar dimana postingan materi akan dilakukan di *story* pihak yang bersangkutan.

Jenis PE ini pada umumnya hanya memiliki 24 jam waktu penyimpanan iklan sesuai dengan kebijakan yang berlaku di Instagram.

Lebih dari 24 jam postingan *stories* yang sudah diunggah akan

otomatis terhapus. Materi yang disiapkan bisa berupa foto *talent*

bersama dengan produk *online shop* atau bisa berupa video *review* penggunaan produk yang dilakukan oleh *talent* (biasanya terdiri dari 2

opsi, pertama *review* dengan wajah *talent*, atau kedua *review* tanpa

wajah *talent* melainkan hanya audio saja).

2.8 Fungsi Paid Endorse

Fungsi atas *Paid Endorse* adalah lebih banyak followers yang tertarik untuk membaca materi foto dan *caption* atau menonton video yang telah dikerjakan oleh talent karena sistem *soft selling promote* tadi. Selain itu *online shop* penyedia produk akan lebih dikenal dan juga menambahkan jumlah *followers*, serta meningkatkan penjualan *online shop* tersebut sehingga membantu mendongkrak omzet harian *online shop* penyedia produk. Berpengaruh atau tidaknya *Paid Endorse* tersebut biasanya bergantung pada materi foto dan video yang dibuat oleh pihak *talent*. Kejelasan foto, ingatan script, kelancaran berbicara dalam *review*, dan ekspresi serta intonasi yang dilafalkan oleh *talent* menjadi faktor penting yang mendukung kualitas *endorse* sebuah produk.