

“Komunikasi Pemasaran dan Social Media Marketing”

“Marketing Communication and Social Media Marketing”

Disampaikan: Abdul Haris

What is meant by marketing communications?

(Sutisna, 2002:268). Marketing communication is a means by which companies try to inform, persuade, and remind consumers directly or indirectly about the products and brands being sold. Marketing communications also perform many functions for consumers.

Apa yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran?

(Sutisna, 2002:268). **Komunikasi pemasaran** (marketing communication) adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. **Komunikasi pemasaran** juga melaksanakan banyak fungsi bagi konsumen.

What is brainly marketing communication?

Marketing communications is a form of communication that aims to strengthen marketing strategies, in order to reach a wider market segment. Companies use various forms of marketing communications to promote what they offer and achieve financial goals.

Apa itu komunikasi pemasaran brainly?

Marketing communications merupakan bentuk **komunikasi** yang bertujuan untuk memperkuat strategi **pemasaran**, guna meraih segmen pasar yang lebih luas. Perusahaan menggunakan berbagai bentuk **komunikasi pemasaran** untuk mempromosikan apa yang mereka tawarkan dan mencapai tujuan finansial.

What is the purpose of marketing communications?

The purpose of marketing communication includes three main objectives, namely disseminating information (informative communication), influencing to make a purchase or attract consumers (persuasive communication), and reminding the audience to make repeat purchases (recall communication).

Apa tujuan dari komunikasi pemasaran?

Tujuan komunikasi pemasaran meliputi tiga **tujuan** utama, yaitu menyebarkan informasi (**komunikasi** informatif), mempengaruhi untuk melakukan pembelian atau menarik konsumen (**komunikasi** persuasif), dan mengingatkan khalayak untuk melakukan pembelian ulang (**komunikasi** mengingatkan kembali).

What is the function of marketing communications?

Marketing communications allow small businesses to develop avenues for reaching and interacting with customers. Maintaining communication connections creates avenues for promoting products and services and building brand awareness.

Apa fungsi dari komunikasi pemasaran?

Komunikasi pemasaran memungkinkan bisnis kecil mengembangkan jalan untuk menjangkau dan berinteraksi dengan pelanggan. Mempertahankan koneksi **komunikasi** menciptakan jalan untuk mempromosikan produk dan layanan serta membangun kesadaran merek.

What is meant by social media marketing?

Social media marketing is one of the various types of marketing that is now widely used. Simply put, this type of marketing utilizes the role of social media in the marketing process. Today, many companies are using social media marketing.

Apa yang dimaksud dengan sosial media marketing?

Social media marketing adalah salah satu dari berbagai jenis **marketing** yang sekarang banyak digunakan. Sederhananya, **marketing** jenis ini memanfaatkan peran **media sosial** dalam proses marketingnya. Dewasa ini, sudah banyak perusahaan yang menggunakan **social media marketing**.

Bagaimana mengembangkan komunikasi pemasaran melalui media sosial?

1. Fokus Pada Sasaran. ...
2. Menggabungkan Banyak Platform. ...
3. Aktif **Dalam** Berinteraksi. ...
4. **Menggunakan** Influencer. ...
5. Bersabar. ...
6. Menentukan Target Dan Jenis **Media** Yang Digunakan. ...
7. Membuat Konten Yang Seru Dan Kreatif. ...
8. Menjalin **Komunikasi** Efektif Secara Personal.

Apa saja jenis jenis pemasaran melalui media sosial?

Berikut ini adalah beberapa strategi social media marketing yang bisa dilakukan:

1. Menggunakan **Instagram Marketing**. ...
2. Berbagai **Instagram Tools Terbaik** untuk Promosi Bisnis. ...
3. Memanfaatkan **Instagram Ads**. ...
4. Menggunakan **Facebook Marketing**. ...
5. Memanfaatkan **Facebook Ads untuk Hasil Lebih Optimal**. ...
6. Menggunakan **Twitter Marketing**.

Social media **marketing** sudah bukan hal asing bagi sebagian insan pemasaran. **Promosi** produk melalui platform media sosial ini dianggap cukup efektif menjangkau calon pelanggan dengan mudah. Namun, apakah mereka sudah melakukannya dengan benar? Atau, apakah mereka menggunakan satu platform saja dan ternyata belum mendapatkan hasil maksimal?

Artikel berikut, akan mengajak kita untuk belajar social media marketing dengan berbagai platform yang berbeda.

Mulai dengan pengertian Social Media Marketing dulu.

Apa itu Social Media Marketing?

Social media marketing adalah sebuah strategi marketing dengan menggunakan media sosial sebagai platform dalam melakukannya. Banyak jenis konten yang bisa diupload melalui sosial media, seperti konten untuk informasi umum, panduan, hingga penawaran produk. Social media marketing juga bisa dilakukan dengan gratis ataupun menggunakan iklan berbayar.

Pada prakteknya, upaya social marketing sering digunakan bersamaan dengan upaya digital marketing lainnya. Contohnya, penggunaan blog, email dan lainnya.

Karena platform media sosial cukup banyak, pemilihan platform yang tepat sesuai bisnis Anda merupakan salah satu kunci kesuksesan strategi pemasaran ini.

Oh ya, sebelum masuk ke berbagai strategi social media marketing, ada baiknya Anda melakukan riset untuk mendukung upaya Anda dan belajar social media marketing terlebih dahulu.

Caranya bagaimana? Mulailah dengan potensi media sosial di Indonesia.

Data dari **WeAreSocial**, **160 juta** orang Indonesia adalah pengguna media sosial aktif. Dari jumlah tersebut, pengguna terbanyak adalah usia **25-24 tahun**. Ini tentu menjadi informasi penting bagi Anda yang menyasar target pasar usia tertentu.

Saat ini, **Facebook** masih menjadi platform media sosial yang paling populer. Dan, **Whatsapp** merupakan aplikasi berkirim pesan yang umum digunakan. Dengan mengetahui data ini, Anda bisa menerapkan upaya yang sesuai dengan strategi bisnis Anda.

Selain itu, perlu diingat bahwa **99% akses media sosial** tersebut dilakukan melalui perangkat mobile. Jadi, sesuaikan konten promosi Anda agar mobile friendly.

Jenis Media Sosial Terbaik yang Bisa Anda Manfaatkan

Lalu, media sosial mana yang terbaik dan paling cocok untuk bisnis Anda? Temukan infonya di bawah ini!

1. Facebook

Pengguna Aktif Bulanan: 2,7 miliar pengguna

Demografi Terbesar: 25-34 tahun

Gender: 56% laki-laki, 44% perempuan

Tak bisa dipungkiri bahwa Facebook adalah media sosial terbesar di dunia. Bahkan, tak hanya individu saja yang berbondong-bondong menggunakan Facebook, tapi ada 65 juta bisnis yang memanfaatkan Facebook Page untuk mempromosikan bisnisnya.

2. YouTube

Pengguna Aktif Bulanan: 2 miliar pengguna

Demografi Terbesar: 15-25 tahun

Gender: 72% laki-laki, 28% perempuan

YouTube merupakan media sosial terbaik untuk menjalankan video marketing. Bagaimana tidak? Ada sekitar satu miliar jam video yang ditonton setiap harinya di YouTube. Maka dari itu, sudah banyak bisnis yang membuat channel di YouTube dan rutin upload video yang relevan.

3. Instagram

Pengguna Aktif Bulanan: 1 miliar

Demografi Terbesar: 25-34 tahun

Gender: 43% laki-laki, 57% perempuan

Instagram memiliki segudang fitur menarik yang bisa Anda manfaatkan untuk promosi secara cuma-cuma. Sebut saja Stories, Instagram Live, dan IGTV. Selain itu, ada juga fitur akun bisnis yang memberikan analisis lengkap tentang performa akun bisnis Anda.

4. Twitter

Pengguna Aktif Bulanan: 330 juta

Demografi Terbesar: 30-49 tahun

Gender: 68% laki-laki, 32% perempuan

Twitter berfokus pada konten atau informasi secara real-time. Sehingga menjadi tempat untuk berbagi berita dan hiburan terbaru di seluruh penjuru dunia. Alhasil, pergerakan di Twitter sangatlah cepat. Sangat cocok bagi bisnis yang rutin memproduksi konten.

5. TikTok

Pengguna Aktif Bulanan: 689 juta

Demografi Terbesar: 18-24 tahun

Gender: 41% laki-laki, 59% perempuan

TikTok adalah media sosial berbagi video pendek yang penggunanya meningkat drastis beberapa tahun belakangan. Utamanya bagi anak-anak muda Generasi Z. Sehingga sangat cocok bagi Anda yang target pasarnya adalah anak-anak muda.

6. LinkedIn

Pengguna Aktif Bulanan: 738 juta

Demografi Terbesar: 46-55

Gender: 51% laki-laki, 49% perempuan

LinkedIn adalah media sosial untuk para pekerja dan profesional di bidangnya. Maka dari itu, demografi terbesar merupakan pengguna dengan umur 40 tahun ke atas. Alhasil, LinkedIn sangat cocok untuk mencari konsumen apabila bisnis Anda bergerak di [B2B](#).

7. Pinterest

Pengguna Aktif Bulanan: 400 juta

Demografi Terbesar: 30-49 tahun

Gender: 22% laki-laki, 78% perempuan

Bisa dikatakan Pinterest adalah papan digital dimana Anda bisa “menempel” gambar, video, hingga gif sekalipun di akun Anda. Jadi, media sosial ini sangatlah cocok untuk mempromosikan produk-produk Anda dengan foto yang mencolok. Apalagi jika target pasar Anda adalah perempuan.

8. Snapchat

Pengguna Aktif Bulanan: 287 juta

Demografi Terbesar: 13-34

Gender: 40% laki-laki, 58% perempuan

Snapchat bisa dikatakan media sosial yang unik. Kenapa? Sebab, interaksi di Snapchat menggunakan video pendek, alih-alih teks seperti media sosial lainnya. Snapchat umumnya digunakan bisnis untuk membangun brand awareness pada anak-anak muda.

Strategi Social Media Marketing yang Efektif

Berikut ini adalah beberapa strategi social media marketing yang bisa Anda lakukan:

1. Menggunakan Instagram Marketing

Potensi Instagram untuk promosi produk tidak dapat diragukan. **80% pengguna** mengaku postingan di Instagram mempengaruhi buying decision mereka. Nah, untuk memastikan social media marketing Anda berhasil, ada beberapa strategi penting saat menggunakan Instagram. Yang utama, segera beralih ke akun profesional atau Instagram bisnis. Kemudian, optimasi profil bisnis Anda. Jika dua langkah di atas sudah dilakukan, lanjutkan dengan menciptakan konten kreatif dan hashtag unik.

2. Berbagai Instagram Tools Terbaik untuk Promosi Bisnis

Jika Anda yakin bahwa Instagram adalah platform terbaik untuk promosi bisnis Anda, lakukanlah upaya yang lebih agresif. Caranya, memanfaatkan Instagram tools. Instagram tools akan membantu upaya social media marketing Anda lebih mudah, baik dari sisi pembuatan konten, pelaksanaan promosi hingga analisa data. Beberapa tools yang bisa Anda manfaatkan adalah Snapseed untuk photo editing dan Later untuk penjadwalan posting konten.

3. Memanfaatkan Instagram Ads

Untuk melengkapi upaya Instagram marketing Anda, memasang iklan di platform tersebut juga merupakan ide yang cukup baik. Karena iklan terkait dengan penggunaan anggaran, pastikan iklan Anda efektif untuk menjangkau pelanggan. Jadi, bisa memberi Anda **return of investment (ROI)** alias balik modal. Untuk membuat iklan di Instagram, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Pertama, tentukan audiens dengan tepat. Lalu, pilih format iklan yang sesuai dengan produk Anda. Yang tak kalah penting, buat teks copywriting yang menarik

4. Menggunakan Facebook Marketing

Dengan banyaknya pengguna Facebook di Indonesia, Facebook marketing tentu menjadi upaya social media marketing wajib untuk bisnis Anda. Jika belum dilakukan, sekarang-lah saatnya. Ada berbagai strategi yang bisa Anda gunakan dalam pemasaran dengan Facebook. Mulai dari menciptakan konten menarik, menentukan budget dan menganalisa upaya yang dilakukan. Jangan lupa untuk menggunakan tools Facebook marketing yang tersedia.

Contohnya, **DrumUp** dan **SocialOomph**.

5. Memanfaatkan Facebook Ads untuk Hasil Lebih Optimal

Jika Anda memiliki budget khusus, menggunakan Facebook Ads bisa menjadi pilihan menarik. Sebab, Anda akan lebih mudah menarget audiens yang lebih spesifik dengan cepat. Berkat kemampuan Facebook mempelajari kebiasaan pengguna, Anda akan terbantu dalam menciptakan program promosi yang tepat sasaran. Cara membuat Facebook Ads hampir sama dengan Instagram. Langkahnya mulai dari memilih jenis iklan, menentukan audiens dan mengatur penjadwalan tayang iklan.

6. Menggunakan Twitter Marketing

Apabila strategi social media marketing Anda fokus pada brand visibility, Twitter bisa menjadi platform pilihan. Faktanya, **80% pengguna** melakukan mention brand dalam tweet mereka. Dan, lebih dari **50% brand mention** tersebut berakhir dengan pembelian produk. Nah, untuk menangkap peluang tersebut, Anda perlu menerapkan strategi Twitter marketing yang tepat. Pertama, optimalkan profil twitter bisnis Anda. Jangan lupa selalu sertakan hashtag pada setiap kampanye promosi produk

7. Memaksimalkan User-generated Content

User-generated content adalah postingan konsumen yang merekomendasikan produk Anda di akun pribadi mereka. Memanfaatkan user-generated content bisa menjadi strategi social media marketing yang jitu. Sebab, tingkat kepercayaan konsumen pada rekomendasi orang lain cukup tinggi, mencapai **92%**. Salah satu cara menggenjot user-generated content adalah membuat kontes atau giveaway dengan hashtag tertentu dan meminta follower melakukan mention.

8. Meningkatkan Penjualan dengan Retargeting

Retargeting adalah upaya mendekati kembali konsumen yang sebelumnya pernah membeli produk atau sekedar berkunjung ke website Anda. Tujuannya, melakukan penawaran sesuai jenis produk yang mereka lihat.. Salah satu cara yang paling populer adalah **Facebook Retargeting Ads** menggunakan **Pixel**.

9. Menggunakan Plugin Social Media Terbaik untuk Website

Masih menjalankan promosi melalui website dan media sosial secara terpisah? Pikirkan lagi. Karena dengan plugin social media WordPress, Anda bisa melakukannya secara terintegrasi dengan mudah. Banyak plugin WordPress untuk social media marketing. Baik untuk tujuan sharing, profiling hingga melakukan auto publish konten. Beberapa plugin yang bisa Anda coba adalah **Social Media Auto Publish**, **Social Warfare** dan **Instagram Feed**

Manfaat Social Media Marketing

Berikut beberapa manfaat social media marketing bagi bisnis—baik besar maupun kecil:

1. Hemat Biaya

Manfaat media social marketing yang pertama adalah Anda tak harus merogoh kantong terlalu dalam untuk melakukan social media marketing, lho. Bahkan, Anda bisa sepenuhnya menjalankannya tanpa biaya sepeserpun. Tak percaya?

Anda bisa membuat akun media sosial gratis, posting gambar atau video gratis, hingga membuat grup gratis. Pengeluaran hanya diperlukan apabila Anda membeli iklan berbayar di media sosial tersebut atau membeli tools pendukung.

2. Efektif dan Efisien

Dibanding pemasaran secara offline seperti pada spanduk atau baliho, social media marketing bisa lebih efektif menjangkau konsumen Anda. Kenapa? Sebab, Anda bisa mengatur target iklan dengan sangat mendalam.

Anda bisa mengatur umur, gender, tempat tinggal, hobi, hingga status hubungan sekalipun. Alhasil, pemasaran Anda akan jauh lebih efektif dengan cara yang efisien dan tak berbelit-belit.

3. Meningkatkan Brand Awareness

Seperti yang sudah disinggung di atas, ada 160 juta pengguna media sosial di Indonesia. Artinya, jika Anda menerapkan social media marketing dengan baik, ada 160 juta orang yang berpotensi mengenal bisnis Anda melalui media sosial. Wow!

Apalagi, jika Anda berhasil membuat post menarik yang viral di kalangan netizen. Bisa dipastikan bahwa brand Anda akan dikenal banyak orang dengan lebih cepat.

4. Memperluas Pangsa Pasar Bisnis

Media sosial bisa digunakan oleh siapapun dan dimanapun mereka berada. Dengan kata lain, target konsumen tidak terbatas di tempat Anda tinggal. Namun, dari Sabang sampai Merauke. Bahkan, hingga ke luar negeri sekalipun.

Asal, Anda memang menerapkan social media marketing dengan baik. Misalnya, menggunakan hashtag yang tepat, sehingga semua orang bisa mencari bisnis Anda dengan mudah.

5. Komunikasi yang Lebih Mudah ke Konsumen

Komunikasi yang baik adalah hal krusial dalam setiap hubungan. Termasuk hubungan antara bisnis dengan konsumennya. Nah, melalui social media marketing Anda bisa melakukan komunikasi dua arah dengan mudah ke konsumen.

Konsumen bisa mengirimkan private message, meninggalkan komentar, atau melakukan mention brand Anda. Hebatnya, Anda akan langsung mendapatkan pemberitahuan tentang hal tersebut dan bisa segera meresponnya.

6. Membagi Informasi Terbaru dengan Cepat

Manfaat social media marketing lainnya adalah memungkinkan Anda untuk membagikan informasi terkait bisnis Anda dengan cepat. Alhasil, konsumen Anda bisa tahu tentang diskon, flash sale, promo, atau informasi lainnya saat itu juga karena akan langsung muncul di timeline mereka.

Bayangkan jika menggunakan pemasaran tradisional seperti baliho atau spanduk. Anda akan membutuhkan waktu berjam-jam, bahkan berhari-hari. Itupun dengan harga yang jauh lebih mahal daripada melalui social media marketing.

7. Menarik Trafik ke Website Anda

Social media marketing juga bisa dijadikan jembatan bagi trafik baru ke website Anda, lho. Anda hanya tinggal memasukkan URL website Anda pada deskripsi. Sehingga orang-orang yang mengkliknya akan langsung diarahkan ke website Anda.

Apalagi jika post Anda memang menarik dan bermanfaat. Dijamin, pasti akan banyak orang yang membagikan post tersebut, sehingga trafik yang datang ke website Anda juga lebih banyak. *Win-win solution*, bukan?

Daftar Pustaka

- Alexandrescu, M. B., & Milandru, M. (2018). Promotion as a form of Communication of the Marketing Strategy. *Land Forces Academy Review*, 23(4), 268-274.
- Adrian, D., & Mulyandi, M. R. (2021). Manfaat pemasaran media sosial instagram pada pembentukan brand awareness toko online. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(02), 215-222.
- Dewi, W. W. A., & Avicenna, F. (2020). Social Media Marketing: Consumer Behavior on The Cruelty Free Concern of Beauty Brand. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 95-106.
- Dalem, A. A. G. A. P., & Sutari, N. G. A. K. (2017). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa GO-JEK dalam Meningkatkan Brand Awareness Cabang Bali. *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*, 15(2).
- Ekiyor, A., & Altan, F. (2020). Marketing communication and promotion in health services. *Promotion and Marketing Communications*, 2, 173.
- Pertiwi, B. A. S., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Strategi Green Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lokal Kerjodal. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1376-1382.
- Ogah, A. I., & Abutu, D. O. (2021). Theoretical analysis on persuasive communication in advertising and its application in marketing communication. *EJOTMAS: Ekpoma Journal of Theatre and Media Arts*, 8(1-2), 313-331.