

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Promosi Digital/Digital Marketing

Digital marketing merupakan pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk dari digital marketing dengan menggunakan media elektronik atau internet yaitu *internet marketing* [4]. Digital marketing ini mempunyai beberapa kelebihan diantaranya yaitu proses penyebarannya yang cepat, jangkauan geografis yang luas, selain itu juga biaya yang dikeluarkan sedikit. Digital marketing ini bisa dilakukan dalam bentuk website, konten marketing, sosial media, dan lain-lain. Digital marketing sebagai media promosi bertujuan untuk menyampaikan, menyebarluaskan, atau memasarkan suatu produk sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli barang atau menggunakan jasa yang ditawarkannya.

B. Teknologi Informasi

Teknologi informasi adalah kombinasi antara teknologi komputer dan teknologi komunikasi yang digunakan untuk mengolah data, memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dengan mendalam dengan berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu [5]. Tujuan dari teknologi informasi bagi suatu perusahaan yaitu untuk mendukung kepentingan usahanya. Selain itu teknologi komunikasi juga mempunyai peran yang penting bagi perusahaan yaitu untuk meningkatkan kualitas informasi dan sebagai strategi untuk mengumpulkan dan mengolah data secara cepat dan tepat serta untuk penciptaan produk layanan baru sebagai daya saing dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan lain.

C. Sosial Media

Menurut Bogran sosial media didefinisikan sebagai suatu alat baru untuk berkomunikasi dan berkolaborasi serta memungkinkan adanya banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia secara umum dimasyarakat [6]. Jadi sosial media adalah suatu media yang memiliki fungsi untuk berkomunikasi dengan manusia lainnya secara online tanpa adanya Batasan waktu dan tempat. Sosial media mempunyai manfaat, berikut adalah manfaat dari sosial media:

1. Sebagai sarana untuk belajar, mendengarkan, dan menyampaikan berbagai informasi.
2. Sebagai sarana dokumentasi, administrasi, dan integrasi dari berbagai kegiatan.
3. Sebagai sarana perencanaan, strategi, dan manajemen pemasaran.
4. Sebagai sarana kontrol, evaluasi, dan pengukuran dari berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan.

Sosial media mempunyai karakteristiknya sendiri, Adapun karakteristik dari sosial media menurut Nasrullah yaitu sebagai berikut [7].

1. Jaringan (*Network*)

Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan agar komunikasi dapat terjadi antar perangkat.

2. Informasi (*Information*)

Dengan menggunakan media sosial, pengguna membagikan berbagai macam informasi.

3. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan dapat diakses dimanapun kapanpun selagi terhubung ke jaringan. Dan informasi tersebut tidak akan hilang dengan begitu saja.

4. Interaksi (*Interaction*)

Media sosial membentuk hubungan antar pengguna dengan melakukan interaksi antar pengguna.

5. Simulasi sosial (Simulation of Society)

Media sosial memiliki karakteristik sebagai media yang menjembatani berlangsungnya interaksi didunia virtual.

6. Konten oleh Pengguna (User Generated Content)

Dalam media sosial, konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi dari pengguna atau pemilik akun itu sendiri.

D. Konten

Konten merupakan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik baik berupa teks, gambar, suara, atau video [8]. Konten dapat berupa konten visual dan konten non visual. Konten visual merupakan konten yang memiliki komponen visual ataupun desain. contoh konten visual yaitu konten yang berada di Instagram. Berikut ini adalah jenis-jenis dari konten:

1. Teks

Teks merupakan konten tradisional, karena hanya berupa tulisan saja. Konten dalam bentuk teks ini dapat berupa berita, opini, esai ataupun tinjauan.

2. Gambar

Gambar merupakan konten yang dapat berupa foto yang diambil dari kamera ataupun gambar hasil dari desain grafis. Konten berupa gambar lebih banyak disukai oleh pengguna media sosial.

3. Podcast

Podcast adalah suara yang dimuat di website dimana file tersebut dapat diunduh dan dingarkan kapan saja.

4. Video

Konten berupa video sekarang merupakan konten yang populer diinternet sekarang ini.

5. Infografis

Infrografis merupakan sebuah gambar yang berisikan sebuah informasi.

6. Tautan

Tautan merupakan konten media online yang berupa anchor text dan URL yang mengarahkan kesebuah laman website.

7. E-Book

E-book adalah sebuah buku yang berupa file yang terdapat di internet dan bisa diunduh serta dibuka secara online.

8. Game

Game adalah permainan yang menggunakan media elektronik.

E. Instagram

Instagram merupakan salah satu aplikasi sosial media yang memungkinkan untuk berbagai informasi baik berupa video maupun foto dengan teman-temannya. Aplikasi ini didirikan pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Instagram dilengkapi dengan berbagai macam fitur yang menarik dan sangat bermanfaat. Instagram juga dapat mendukung bisnis dalam membangun brand mereka yaitu dengan menggunakan fitur Instagram business. Di dalam instagram ini, pengguna dapat memberikan komentar langsung diposting tersebut serta memberikan like dan membagikannya kepada orang lain. Berikut ini adalah beberapa fitur yang ada di Instagram sebagai berikut [9]:

1. Fitur Instagram Question

Fungsi dari fitur ini adalah untuk memungkinkan pengguna untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pengikut akun tersebut. Mereka dapat menjawab pertanyaan dari pengikutnya tanpa harus menandai orang yang mengajukan pertanyaan tersebut.

2. Fitur Instagram Direct

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berbagi foto, video, halaman hastag, profil, dan lokasi dengan satu orang atau lebih secara langsung dari umpan berita pengguna.

3. Fitur Instagram Stories

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk memposting pilihan foto/video ke dalam satu cerita. Instagram *story* ini akan menghilang setelah 24 jam. Instagram story tidak diposting ke dalam profil pengguna atau umpan berita. Di dalam Instagram *story*, pengguna dapat menambahkan striker, filter, tag, mereply *story* dari pengguna lain, serta dapat menggunakan fitur *swipe up* yang digunakan untuk menyematkan link atau tautan URL.

4. Fitur Instagram Live

Pada fitur Instagram live ini, pengguna dapat melakukan siaran langsung atau real time. Pengikut dapat memberikan komentar atau menyukai siaran langsung tersebut secara real time. Dan Instagram live ini dapat dilakukan maksimal empat pengguna dalam satu room.

5. Fitur IGTV

Dengan fitur ini, pengguna dapat membagikan sebuah video yang dapat berdurasi satu jam. Fungsi Instagram ini memberikan keuntungan bagi pengguna dengan cara diberi tahu secara real time saat penjual membagikan video yang biasanya berisi penawaran produk terbaru, diskon, dan event-event lainnya yang menguntungkan.

6. Fitur Profesional Dashboard

Fitur ini hanya tersedia untuk akun bisnis maupun kreator. Fitur ini dilengkapi dengan “Track Your Performance” yang dapat memungkinkan pengguna untuk melihat *insight* dan performa akun tersebut.

7. Fitur Instagram Reels

Fitur reels ini dapat memungkinkan pengguna untuk membuat video singkat dengan durasi hingga satu menit. Dan reels ini juga dapat menggabungkan video dengan pilihan audio, efek, dan tools lainnya. Reels juga mempunyai algoritma yang memungkinkan video yang sedang banyak digemari akan muncul dalam laman eksplor. Selain itu, dalam reels juga terdapat fitur *insight* sehingga pengguna dapat melacak efektivitas konten

dengan melihat jumlah suka, komentar, simpan, bagikan, putar, dan akun yang dijangkau.