

Digital Marketing 101

Created by Nur Afni

Memahami bagaimana bisnis mendapatkan perhatian, pelanggan, dan penjualan di era digital.



Perhatian

Menarik perhatian calon pelanggan.



Pelanggan

Mengubah minat menjadi pelanggan setia.



Penjualan

Meningkatkan penjualan dan pertumbuhan bisnis.



Apa Itu Digital Marketing?

Digital Marketing adalah seluruh aktivitas pemasaran yang memanfaatkan platform digital untuk menarik, mengubah, dan mempertahankan pelanggan.



Intinya:

Digital marketing membantu bisnis hadir di setiap langkah perjalanan pelanggan, hingga mereka menjadi pelanggan setia.



AWARENESS

Menarik perhatian audiens dan membuat mereka tahu tentang brand.



INTEREST

Membangun ketertarikan dengan konten, edukasi, dan komunikasi yang relevan.



CONSIDERATION

Audiens mulai mencari informasi lebih lanjut dan membandingkan pilihan.



PURCHASE

Audiens memutuskan untuk membeli produk atau layanan.



LOYALTY

Pelanggan puas dan kembali lagi, bahkan merekomendasikan ke orang lain.

Kenapa Digital Marketing Penting?

Perilaku konsumen berubah drastis.
Perhatian mereka kini ada di platform digital,
bukan lagi di media konvensional.



Kapan terakhir kali kalian membeli sesuatu tanpa mencari informasinya terlebih dahulu di **internet**?

DULU



TV



Radio



Koran

SEKARANG



TikTok



Instagram



Marketplace



Google

Customer Journey

Orang tidak langsung membeli.

Mereka melewati beberapa tahap, mencari informasi, membandingkan, dan memastikan keputusan sebelum membeli.



Setiap interaksi adalah peluang untuk membangun kepercayaan dan mendorong keputusan.

Perjalanan pelanggan sebelum memutuskan untuk membeli



Tugas digital marketing adalah hadir di setiap tahap perjalanan ini.

Semakin relevan informasi yang diberikan di setiap tahap, semakin besar peluang untuk mendorong mereka hingga menjadi pelanggan.



Framework Sederhana

Tiga elemen utama yang menentukan pertumbuhan bisnis.



Menarik audiens
sebanyak-banyaknya.



Mengubah audiens
menjadi pelanggan.



Menjaga pelanggan
agar kembali dan loyal.



Ketiga elemen ini saling terhubung.
Seimbangkan semuanya untuk **hasil maksimal**.

Channel Digital Marketing

Setiap channel punya tujuan yang berbeda. Memahami perannya membantu kita menggunakan strategi yang tepat.



Intinya:

Gunakan channel yang tepat untuk menjangkau audiens di setiap tahap perjalanan mereka.



SOCIAL MEDIA

Tujuan:
Awareness

Membangun kesadaran dan menarik perhatian audiens baru.

Contoh Aktivitas:

- Konten organik
- Interaksi komunitas
- Story / Reels
- Influencer



MARKETPLACE

Tujuan:
Conversion

Mengubah minat menjadi pembelian.

Contoh Aktivitas:

- Optimasi produk
- Promo & voucher
- Iklan marketplace
- Flash sale



ADS

Tujuan:
Scale

Mempercepat pertumbuhan dan menjangkau audiens lebih luas.

Contoh Aktivitas:

- Iklan berbayar
- Retargeting
- Lookalike audience
- A/B testing



WEBSITE

Tujuan:
Credibility

Membangun kepercayaan dan menjadi pusat informasi bisnis.

Contoh Aktivitas:

- Landing page
- Blog / Edukasi
- Testimoni
- SEO on-page



Keempat channel ini **saling melengkapi**.

Strategi yang terintegrasi akan menghasilkan hasil yang lebih optimal.



Digital Marketing Bukan Cuma Bikin Konten

Digital marketing mencakup banyak area yang saling terhubung dan bekerja sebagai sistem.



Intinya:

Semua channel, data, dan teknologi bekerja bersama untuk mencapai tujuan bisnis.



Bukan berdiri sendiri, tapi saling terintegrasi

Sinergi antar channel adalah **kunci pertumbuhan bisnis** di era digital.

Personify a Brand

Pembuka:

Sebelum membuat konten, iklan, atau campaign, kita harus tahu:

“Kalau brand ini adalah manusia, dia siapa?”



Ini biasanya bikin peserta langsung paham kenapa **tone of voice penting**.

★ Contoh:



Nike

 **Ambitious Athlete**

- ✓ Competitive
- ✓ Disciplined
- ✓ Motivating



Apple

 **Minimalist Creative**

- ✓ Elegant
- ✓ Innovative
- ✓ Premium



Duolingo

 **Funny Chaotic Friend**

- ✓ Playful
- ✓ Relatable
- ✓ Memorable

✎ Latihan:



**Jika Bellagio
adalah manusia:**

-  Umur berapa?
-  Cara berpakaian?
-  Cara berbicara?
-  Nongkrong dimana?



**Jika Casablanca
Homme adalah
manusia:**

-  Umur berapa?
-  Cara berpakaian?
-  Cara berbicara?
-  Nongkrong dimana?



**Jika QCY
adalah manusia:**

-  Umur berapa?
-  Cara berpakaian?
-  Cara berbicara?
-  Nongkrong dimana?

SWOT Analysis for Digital Marketing

 **Jelaskan simpel:**

Internal	External
 Strength Kekuatan yang dimiliki brand dari dalam.	 Opportunity Peluang dari luar yang bisa dimanfaatkan brand.
 Weakness Kelemahan yang menjadi hambatan dari dalam.	 Threat Ancaman dari luar yang bisa merugikan brand.



Kesimpulan:

Strategi marketing yang baik bukan dimulai dari "mau posting apa hari ini", tapi dimulai dari **memahami posisi brand saat ini**.

Jangan mulai dari platform.

Mulailah dari memahami brand dan konsumennya.

★ **Contoh:**

Brand Parfum Lokal



Strength

- Harga terjangkau
- Produk sudah tersedia di marketplace



Opportunity

- TikTok masih besar
- Affiliate berkembang



Weakness

- Brand awareness rendah
- Budget terbatas



Threat

- Kompetitor banyak
- Perang harga marketplace

Karena kesalahan terbesar pemula biasanya:
"Brand saya harus main TikTokgak?"

Padahal pertanyaan yang benar:
Siapa pelanggan saya dan kenapa mereka harus peduli dengan brand saya?"

Itu mindset marketer yang lebih fundamental dan akan membuat kelasmu terasa lebih berobot.

Metrics Yang Wajib Diketahui

Mengukur kinerja membantu kita bisa mengambil keputusan lebih baik.



Ingat:

Data tidak hanya menunjukkan apa yang terjadi, tapi juga membantu kita memahami apa yang harus diperbaiki.



Reach

Jumlah orang yang melihat konten atau iklan Anda.

Contoh:

Iklan dilihat oleh 10.000 orang.



Engagement

Seberapa banyak orang berinteraksi dengan konten Anda.

Contoh:

200 like, 30 komentar, 50 share.



CTR (Click Through Rate)

Dari 100 orang yang lihat iklan, berapa yang tertarik untuk klik?

Contoh:

5.000 impression → 150 klik = 3% CTR



Conversion Rate

Dari 100 orang yang klik, berapa yang akhirnya melakukan pembelian atau aksi yang diinginkan?

Contoh:

150 klik → 6 pembelian = 4% CR



ROAS (Return on Ad Spend)

Berapa banyak revenue yang dihasilkan dari setiap rupiah yang diinvestasikan di iklan?

Contoh:

Spend Rp1.000,000 → Revenue Rp4.000,000 = 4x ROAS

Revenue

Ujung akhirnya: berapa pendapatan yang dihasilkan.

Contoh:

Total penjualan dari campaign = Rp25.000,000

Pahami **angka** pahami performa, tingkatkan **hasil**

Tidak semua angka harus tinggi, yang penting adalah trennya membaik dari waktu ke waktu.

Bagaimana Digital Marketing Digunakan di Dunia Kerja?

Setiap campaign melibatkan banyak elemen yang bekerja bersama.



Content

Membuat konten yang menarik dan relevan untuk audiens.



Ads

Menjalankan iklan berbayar untuk menjangkau target yang tepat.



Marketplace Promo

Memanfaatkan platform e-commerce dan promo untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan.



Voucher

Memberikan insentif untuk mendorong konversi dan loyalitas pelanggan.



Affiliates

Bekerja sama dengan affiliate untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan penjualan.



Live Stream

Berinteraksi langsung dengan audiens dan mendorong keputusan pembelian secara real-time.



Reporting

Menganalisis data untuk mengevaluasi performa dan mengoptimalkan strategi.



Analysis

Menggali insight dari data untuk membuat keputusan yang lebih tepat dan berdampak.



Digital marketing bukan pekerjaan satu orang, tapi kolaborasi berbagai peran untuk satu tujuan: mencapai hasil bisnis yang maksimal.

- ✓ Kerja sama tim yang solid
- ✓ Data sebagai dasar keputusan
- ✓ Strategi yang terukur dan adaptif

Case Study Sederhana

Bagaimana strategi digital marketing membantu penjualan?



+150%

Traffic berkualitas meningkat



+80%

Konversi meningkat



+120%

Revenue bertambah



+90%

Pelanggan baru meningkat

Apa yang kita pelajari?

Konsistensi, strategi yang tepat, dan kolaborasi adalah kunci mencapai hasil yang maksimal.



Kuncinya: semua elemen saling mendukung di **setiap tahap journey**.

Kesalahan Yang Sering Dilakukan Pemula

- ❌ Fokus followers, bukan pelanggan.
- ❌ Tidak melihat data dan hanya mengandalkan feeling.
- ❌ Copy competitor mentah-mentah tanpa strategi.
- ❌ Tidak memahami target market.
- ❌ Gonta-ganti strategi terlalu cepat.



Hindari kesalahan ini

Pemahaman yang tepat dan strategi yang konsisten akan membawa hasil yang optimal dalam jangka panjang.



Konsistensi + Data + Pemahaman = **Hasil**

Belajar dari kesalahan adalah langkah terbaik menuju hasil yang lebih baik.

Jika Saya Harus Belajar Dari Nol Hari Ini

Urutan belajar yang direkomendasikan.

- 01  Marketing Fundamentals
- 02  Consumer Behavior
- 03  Social Media
- 04  Marketplace
- 05  Analytics
- 06  Paid Ads
- 07  AI Tools



All core concept pelajaran ini bisa kamu terapkan dalam praktik marketing.

Belajar bertahap,
praktik konsisten, hasil nyata!

