



SURAT TUGAS

NOMOR : 011/ST/DIR/LPPM/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Euis Komalawati, M.Si
NIK : 201691076
Jabatan : Direktur LPPM Institut STIAMI

Dalam rangka implementasi pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu di bidang Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan ini menugaskan kepada nama-nama Dosen tersebut di bawah ini :

| No | Nama | NIDN |
|----|------------------------------------|------------|
| 1 | Endah Fantini, S.T., M.Ikom | 0320067804 |
| 2 | Ade Suryana, S.E., M.M | 0303087603 |
| 3 | Dr. Antoni Ludfi Arifin, S.E., M.M | 0311067706 |
| 4 | Eric Hermawan | - |

Untuk melakukan Pengabdian kepada Masyarakat dengan menulis Buku yang berjudul "**Digital Marketing**".

Dengan ketentuan setelah melaksanakan tugas di maksud agar menyampaikan laporan kepada Direktur LPPM Institut STIAMI.

Demikian Surat Tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Di Keluarkan : di Jakarta
Tanggal : 10 Februari 2021
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI
Direktur Lembaga Penelitian &
Pengabdian Kepada Masyarakat,


Dr. Euis Komalawati, M.Si
NIK : 201691076

Tembusan disampaikan kepada Yth. :

1. Rektor Institut STIAMI (sebagai laporan)
2. Para Wakil Rektor
3. Para Dekan & Direktur

KAMPUS PUSAT

Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Jakarta Pusat Telp. (021) 4213380 Faks. (021) 4228870
www.stiami.ac.id



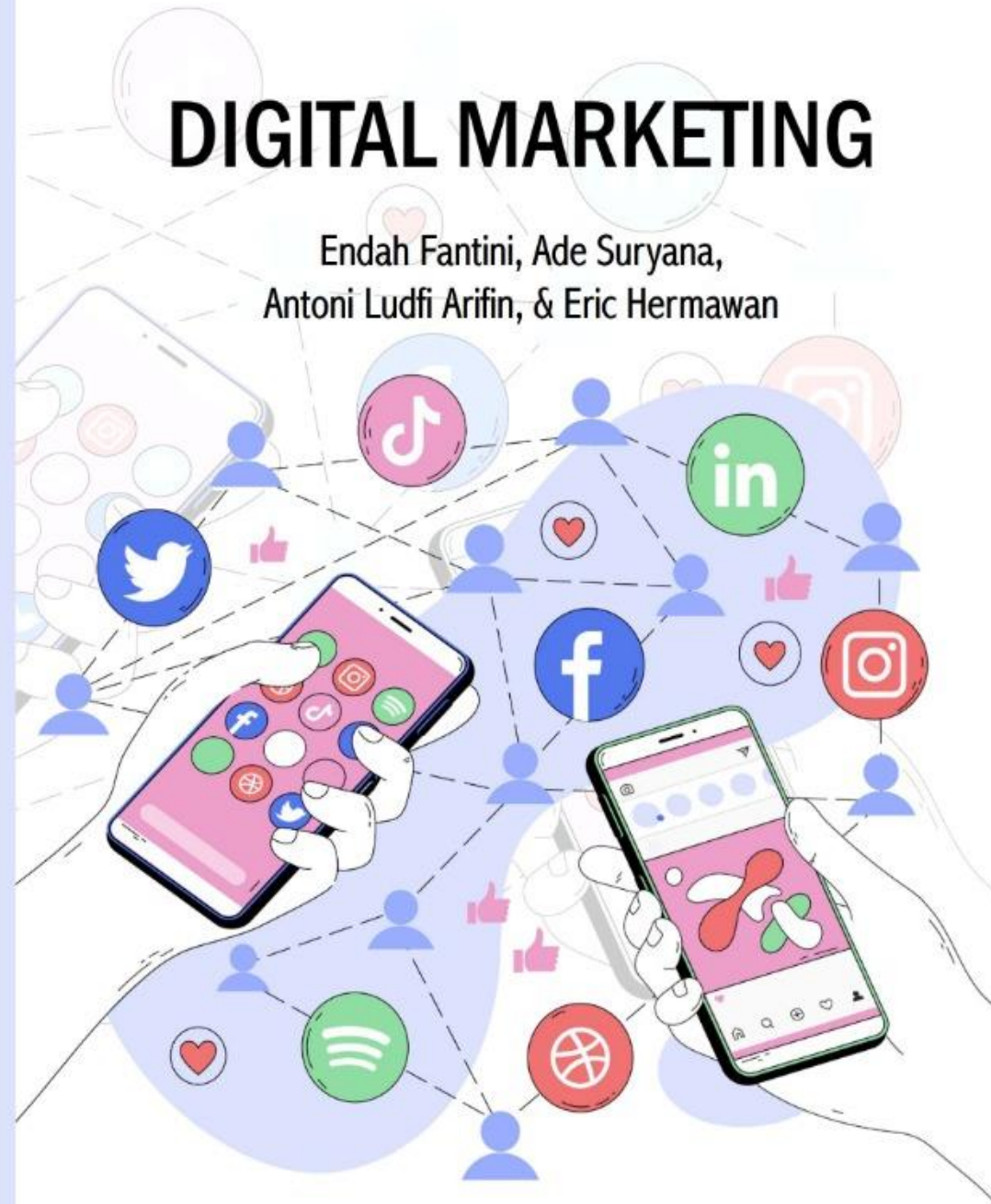
DIGITAL MARKETING

Digitalisasi proses bisnis tidak dapat dipungkiri, jika pelaku bisnis tidak mampu memanfaatkan teknologi informasi dan digitalisasi bisnis dengan baik, dikhawatirkan akan terdisrupsi. Dengan semakin berkembangnya platform digital terutama dalam transaksi di *marketplace* (*ecommerce*), maka digital marketing juga berperan dalam meningkatkan nilai tambah bagi konsumen. Proses bisnis distribusi dan promosi perlu dilakukan.



DIGITAL MARKETING

Endah Fantini, Ade Suryana,
Antoni Ludfi Arifin, & Eric Hermawan





DIGITAL MARKETING

Endah Fantini, Ade Suryana,
Antoni Ludfi Arifin, & Eric Hermawan



DIGITAL MARKETING

UU No 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan Sifat Hak Cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

DIGITAL MARKETING

Endah Fantini, Ade Suryana,

Antoni Ludfi Arifin, & Eric Hermawan



YAYASAN PENDIDIKAN
CENDEKIA MUSLIM

DIGITAL MARKETING

**Endah Fantini, Ade Suryana,
Antoni Ludfi Arifin, & Eric Hermawan**

Editor:
Chairina Aulia

Desainer:
Mifta Ardila

Sumber:
www.cendekiamuslim.com

Penata Letak:
Chairina Aulia

Proofreader:
TIM YPCM

Ukuran:
viii, 64 hlm., 17,6x25 cm

ISBN:
No ISBN

Cetakan Pertama:
Desember 2021

Hak Cipta 2021, pada Endah Fantini, dkk.

Isi di luar tanggung jawab percetakan

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

Anggota IKAPI: 027/SBA/21
YAYASAN PENDIDIKAN CENDEKIA MUSLIM

Perumahan Gardena Maisa 2, Blok C.12, Koto Baru, Kecamatan Kubung,
Kabupaten Solok, Provinsi Sumatera Barat – Indonesia 27361
HP/WA: 0823-9205-6884
Website: www.cendekiamuslim.com
E-mail: cendekiamuslimpress@gmail.com

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| PRAKATA | vii |
| CHAPTER 1 PERENCANAAN KAMPANYE PERIKLANAN DIGITAL | 1 |
| CHAPTER 2 PERENCANAAN KAMPANYE PERIKLANAN DIGITAL | 7 |
| CHAPTER 3 KONSEP DASAR PERENCANAAN KAMPANYE PERIKLANAN DIGITAL | 11 |
| CHAPTER 4 KONSEP DASAR PERENCANAAN KAMPANYE PERIKLANAN DIGITAL | 15 |
| CHAPTER 5 ELEMEN DASAR IKLAN DIGITAL | 19 |
| CHAPTER 6 ELEMEN DASAR IKLAN DIGITAL | 23 |
| CHAPTER 7 ELEMEN DASAR IKLAN DIGITAL | 27 |
| CHAPTER 8 ELEMEN DASAR IKLAN DIGITAL | 33 |
| CHAPTER 9 PROSES KOMUNIKASI KREATIF, PESAN KOMUNIKASI DAN KONSEP IKLAN MEDIA | 37 |

| | | |
|-----------------------------|--|-----------|
| CHAPTER 10 | PROSES KOMUNIKASI KREATIF, PESAN KOMUNIKASI DAN KONSEP IKLAN MEDIA | 41 |
| CHAPTER 11 | STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DAN IMPLIKASI KEHADIRAN MEDIA BARU SEBAGAI MEDIA IKLAN DIGITAL | 45 |
| CHAPTER 12 | PRODUKSI IKLAN MEDIA DIGITAL | 49 |
| CHAPTER 13 | KONSEP KREATIF DAN MENCIPTAKAN SEBUAH KARYA IKLAN DIGITAL | 53 |
| CHAPTER 14 | IMPLIKASI KEHADIRAN MEDIA SIBER .. | 57 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 63 |

PRAKATA

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis ucapkan atas karunia dan hidayah Tuhan Yang Maha Pengasih, yang mana penulis dapat menyelesaikan buku dengan judul “Digital Marketing”. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, hampir diseluruh bidang masyarakat menggunakan media digital. Begitu pun dengan pemasaran atau marketing. Buku ini hadir dengan tujuan untuk menambah pemahaman bagi mahasiswa atau pembaca dalam berkecimpung di masa digitalisasi dengan wawasan yang memadai. Buku ini berisi bagian-bagian yang dapat dipelajari dalam perkuliahan komunikasi bisnis.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu hingga buku ini dapat selesai ditulis dan dipublikasikan. Penulis berharap buku ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi semua pihak yang membutuhkan. Selain itu penulis juga sangat mengharapkan saran maupun kritikan untuk perbaikan dan pengembangan penyusunan buku ini di kemudian hari.

September 2021

Penulis

CHAPTER 1

PERENCANAAN KAMPANYE PERIKLANAN DIGITAL

CAPAIAN PEMBELAJARAN

Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar perencanaan kampanye periklanan digital

MATERI POKOK

1. Pengertian perencanaan Iklan
2. Pengertian perencanaan Iklan Digital

PERENCANAAN

Perencanaan adalah aktivitas menggagas ide dan konsep tentang suatu hal yang dilakukan secara sistematis, atau merancang kegiatan sebelum mengambil tindakan.

Perencanaan IKLAN adalah aktivitas mengatur pesan-pesan iklan, biasanya bersifat memasarkan, di berbagai media yang berbeda dengan target *audience* yang berbeda juga. (Moriarty).

PERENCANAAN IKLAN

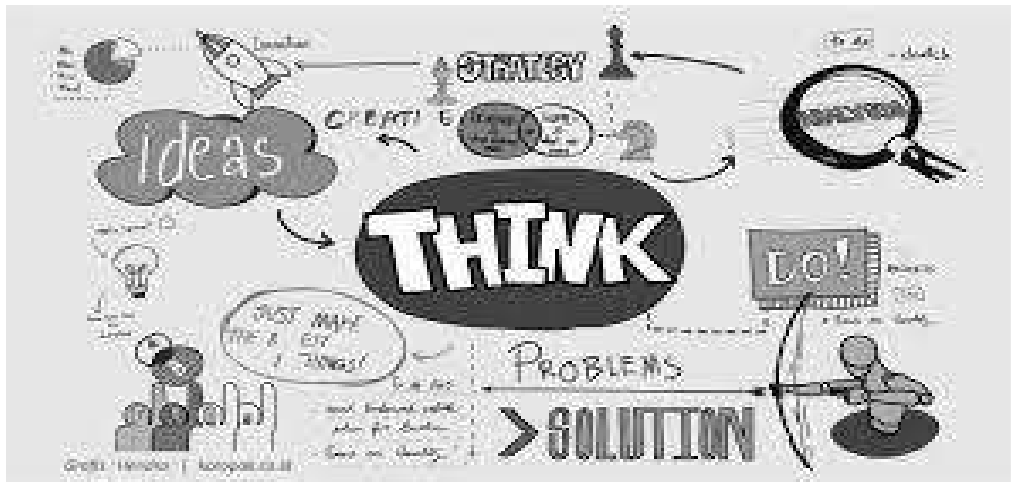
Secara garis besar dibedakan atas:

1. Analisis Situasi
2. Strategi media
3. Strategi pesan
4. Alat komunikasi marketing pendukung
5. Manajemen kampanye.

PERENCANAAN IKLAN DIGITAL

Perencanaan iklan, termasuk perencanaan iklan digital lazimnya didahului oleh:

1. Riset pasar,
2. Penentuan produk/perusahaan
3. Perilaku konsumen



Sumber: seoanaksholeh.com



DIGITAL MARKETING

Digitalisasi proses bisnis tidak dapat dipungkiri, jika pelaku bisnis tidak mampu memanfaatkan teknologi informasi dan digitalisasi bisnis dengan baik, dikhawatirkan akan terdisrupsi. Dengan semakin berkembangnya platform digital terutama dalam transaksi di *marketplace (ecommerce)*, maka digital marketing juga berperan dalam meningkatkan nilai tambah bagi konsumen. Proses bisnis distribusi dan promosi perlu dilakukan.



Penerbit Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim
Perum Gardena Maisa 2, C.12, Koto Baru, Kubung,
Solok Sumatra Barat – Indonesia 27361
Email : cendekiamuslimpress@gmail.com
Website : www.cendekiamuslim.com



IKAPI
IKATAN PENERBIT INDONESIA

MARKETING