

ABSTRAK

Night Market sebagai pengusaha lokal melakukan kegiatan bisnis retail di bidang fashion. Banyaknya kompetitor lain, memaksa night market untuk memperluas pemsarannya, akan tetapi metode bisnis yang di lakukan night market belum maksimal, karena belum memanfaatkan digital marketing sebagai metode pemsarannya. Dengan analisa dan implementasi digital marketing selain dapat meningkatkan keuntungan dapat juga memperoleh pelanggan yang banyak.

Kata kunci: Digital Marketing, Enter Night Market, Jaket Bomber.



ABSTRACT

As an local business, Night Market conducting business retail in the field of fashion activities. Many of rivals, make night market insist to expand marketing, but the method bussines night market doesn't maximal, because they doesn't utilizing digital advertising as marketing method. With analysis and implemented digital advertising, besides being able to increase profits can also acquire a lot of customers.

Keywords: Digital Advertising, Enter Night Market, Jacket Bomber.



DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
PRAKATA.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR ISTILAH.....	xii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Tujuan.....	1
1.4 Ruang Lingkup.....	2
1.5 Sumber Data.....	2
1.6 Batasan Masalah.....	2
1.7 Sistematika Pembahasan.....	3
BAB 2. TEORI PENUNJANG.....	4
2.1 Digital marketing.....	4
2.1.1 Outbound Marketing.....	4
2.1.2 Inbound Marketing.....	4
2.1.3 Attract.....	5
2.1.3.1 Social Media Management.....	5
2.1.3.2 Social Media Advertising.....	5
2.1.3.3 Search Engine Optimization & Marketing.....	6
2.1.3.4 Blog/Digital Native Ads.....	6
2.1.3.5 Convert.....	6
2.1.3.6 Delight.....	7
2.2 Brand(Merek).....	7
2.2.1 Definisi Brand(Merek).....	7

2.3 Brand Awareness.....	8
2.3.1 Top of Mind.....	8
2.3.2 Brand Recall.....	8
2.3.3 Brand Recognition.....	8
2.3.4 Unware of Brand.....	8
2.4 Tools.....	9
BAB 3. Analisis dan Penelitian.....	10
1.1 Marketing bisnis yang sedang berjalan.....	10
1.2 Segmentasi Pasar.....	10
1.3 Media.....	11
1.4 Analisa dan Implementasi.....	11
1.4.1 Social Media Marketing.....	11
1.4.2 Search Engine Optimization(SEO).....	13
1.4.2.1 On Site SEO.....	13
1. Title Tag.....	13
2. Meta Description.....	14
3. Heading tags.....	14
1.4.2.2 Off-site SEO.....	15
1. Organic Links.....	15
2. Google Web Master.....	15
3.4.3 Google Analytic.....	19
1. Traffic Channel.....	19
2. Users by Time.....	20
3. Google Analytc Dashboard.....	21
4. Content Marketing.....	21
5. Responsive Mobile Design.....	23
6. Sprout Social.....	26
3.4.4 Mail Marketing.....	27
BAB 4. KESIMPULAN DAN SARAN.....	32
5.1 Kesimpulan.....	32
5.2 Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA.....	33
Lampiran-Lampiran	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Inbound Marketing.....	5
Gambar 2 Unware of Brand Inbound Marketing.....	8
Gambar 3 Total Reach.....	12
Gambar 4 Campaign 1.....	12
Gambar 5 Campaign 2.....	13
Gambar 6 Review Pembeli.....	13
Gambar 7 Title Tag Product.....	14
Gambar 8 Meta Description.....	15
Gambar 9 Heading Tags.....	15
Gambar 10 Share Post Facebook.....	16
Gambar 11 Verify Registration Google Webmaster.....	16
Gambar 12 Sitemap.....	17
Gambar 13 Traffic Channel.....	19
Gambar 14 Users by Time.....	20
Gambar 15 Chart Google Analityc Dashboard.....	21
Gambar 16 Posting Artikel di Blog.....	21
Gambar 17 Management Comment Admin.....	22
Gambar 18 Interaksi User di Blog.....	22
Gambar 19 Website nightmarket mobile version.....	23
Gambar 20 Website nightmarket table version.....	24
Gambar 21 Website nightmarket desktop version.....	24
Gambar 22 Hasil Pengukuran Responsive UI Google Bot.....	25
Gambar 23 Sprout Social Report.....	26
Gambar 24 Facebook Post Catalog.....	26
Gambar 25 Facebook Post Promotion.....	27
Gambar 26 Panel Subscriber.....	27
Gambar 27 Menu Subscriber.....	28
Gambar 28 Slide Campaign Subscriber.....	28
Gambar 29 Create New Campaign.....	29
Gambar 30 Rule Condition.....	30
Gambar 31 Campaign Discount Promotion.....	31
Gambar 32 Campaign Newsletter Ramadhan.....	31

DAFTAR TABEL

Tabel Daftar Istilah.....	xii
Tabel 1 Pengukuran Sebelum Penerapan SEO.....	17
Tabel 2 Pengukuran Setelah Penerapan SEO.....	18
Tabel 3 Pengukuran dampak perubahan terhadap penerapan SEO.....	18
Tabel 4 Pengukuran Waktu Penggunaan.....	15



Tabel Daftar Istilah

Nama	Definisi
<i>Sessions</i>	Jumlah visitor yang mengunjungi website, tiap 1 visitor mengunjungi website di hitung 1 sessions. Namun jika visitor tersebut tidak melakukan aktivitas apapun pada website selama 30 menit maka dia kembali mengakses website, akan terhitung 2 sessions.
<i>Users</i>	Visitor yang mengunjungi website.
<i>Page Views</i>	Total halaman yang dilihat oleh visitor, Jika 1 visitor membuka halaman yang sama secara berulang-ulang tetap akan terhitung di dalam pageview.
<i>Page / Sessions</i>	Halaman yang terbuka dalam setiap kunjungan.
<i>Sessions Duration</i>	Lamanya waktu yang dilakukan visitor dalam setiap kunjungannya di dalam website.
<i>Bounce Rate</i>	Perhitungan terhadap visitor yang mengunjungi website apakah cepat keluar atau sering melakukan aktifitas di dalamnya.
<i>New Sessions</i>	Perhitungan visitor yang baru mengunjungi website.
<i>SEO (Search Engine Optimization)</i>	Proses untuk mempengaruhi visibilitas di dalam halaman website dengan pencarian yang alami / organic search. Agar dapat meningkatkan volume trafik kunjungan pengguna internet.
<i>Keywords</i>	Kata kunci yang dipergunakan dalam mesin pencarian untuk mencari halaman yang di inginkan pengunjung website.
<i>SEO On-Page</i>	Proses optimasi terhadap halaman website agar sesuai dengan keinginan mesin pencarian, seperti memberi nama domain yang pendek, judul tag, meta deskripsi, kategori, url, headings, dll.
<i>SEO Off-Site / Backlink</i>	Proses pembuatan link balik atau dikenal juga sebagai inbound, dimana tautan yang berasal dari website lain memberikan umpan balik agar visitor lain mengunjungi halaman website.
<i>Domain</i>	Mengubah alamat ip menjadi halaman website
<i>Follow / Do Follow</i>	Persentase terhadap tautan yang memungkinkan visitor untuk mengunjungi kembali halaman website sekitar 60%-90%.
<i>No Follow</i>	Persentase terhadap tautan yang memungkinkan visitor untuk mengunjungi kembali halaman website sekitar 10%-40%.

<i>Hirarki</i>	Tautan balik dari halaman website yang berasal dari root domain / homepage.
<i>Anchor text</i>	Variasi atau keberagaman teks jangkar terhadap kata kunci yang tepat, sesuai brand perusahaan, url original, dll.
<i>Organic Search</i>	Pencarian langsung yang dilakukan oleh pengguna internet melalui search engine dengan menggunakan keyword yang sesuai dengan nama website atau konten website.
<i>Organic Trafik</i>	Trafik yang di dapat langsung dari mesin pencari (Google, yahoo, dan bing)
<i>Impression</i>	Kesan yang didapatkan pengunjung terhadap konten yang mereka lihat.

