

BAB 1

PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan latar belakang penulisan laporan Tugas Akhir ini, permasalahan yang ada di perusahaan, tujuannya, dan solusi dari permasalahan tersebut. Berikut penjelasan dibawah ini.

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman teknologi *internet* pun sudah tidak asing lagi bagi semua kalangan masyarakat di Indonesia. Dengan adanya *internet* masyarakat bisa saling berhubungan dengan satu sama lainnya diberbagai seluruh dunia. Teknologi *internet* juga dimanfaatkan sebagai media promosi oleh perusahaan untuk menawarkan produk atau jasa kepada calon pembeli. Banyak perusahaan yang memaksimalkan kegunaan *internet* untuk mendapatkan keuntungan.

Oleh karena itu penerapan *digital marketing* menjadi topik dalam tugas akhir ini, perusahaan Brother's Photo sebagai tempat penerapan *digital marketing* yang dilakukan. Digital marketing memiliki beberapa teori yang dapat dipakai seperti sosial campaign, advertising, search engine optimalitation, sosial media managemen, *content marketing* dan lain-lain. Teori tersebut mempunyai tujuan yang sama yaitu sebagai teknik *digital marketing* dan memasarkan promo atau produk di *internet* dan beberapa media sosial secara *digital*.

Saat ini Brother's Photo belum menerapkan *digital marketing*. Brother's Photo merupakan studio foto di Karawang yang menawarkan jasa foto/video *individual, group, couple, pre-wedding, dan wedding*. Brother's Photo ini hanya mempromosikan jasanya secara *manual* dan Tugas Akhir ini bertujuan ingin menerapkan *digital marketing* dengan menggunakan strategi AIDA yaitu untuk membangun *brand awareness* yang bertujuan untuk mendapatkan para calon *customer* dengan cara menggunakan metode *Search Engine Optimization (SEO)* dan *Social Media Marketing (SMM)*, agar calon *customer* mengunjungi website Brother's Photo dan mengeksplere produk/jasa yang ditawarkan di *website* Brother's Photo tersebut. Kunci pengukur kerberhasilan strategi *reach* yaitu *unique visitors, value per visit, dan followers*. Lalu menggunakan strategi *Act & Convert* yaitu pengunjung *website* menjadi *customer* setelah ia mengeksplere

website dan tertarik dengan suatu produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Untuk memperoleh pengunjung menjadi *customer*, halaman *website* dibuat ringkas dan sederhana agar para pengunjung mudah mencari informasi produk yang mereka inginkan. Kunci pengukur keberhasilan *act & convert* yaitu *leads conversion rate, time on side, share/comments/likes*, dan profit. Lalu yang terakhir strategi *engage* yaitu membangun hubungan dengan *customer* agar mereka melakukan pembelian lagi.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun berbagai masalah yang sedang dialami oleh Brother's Photo yaitu:

1. Bagaimana menerapkan *digital marketing* pada Brother's Photo?
1. Bagaimana *website* Brother's Photo berada dihalaman pertama pada *search engine* Google?
2. Bagaimana memaksimalkan *attention* pada *website* Brother's Photo?
3. Bagaimana memaksimalkan *desire* pada Brother's Photo?

1.3 Tujuan Pembahasan

Tujuan pembahasan dari latar belakang dan rumusan masalah adalah:

1. Menerapkan beberapa metode *digital marketing* dengan strategi AIDA.
2. Dengan menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO).
3. Menerapkan *Social Media Marketing* (SMM), *Search Engine Optimization* (SEO), *Content Marketing*, dan mempromosikan konten ke sosial media.
4. Dengan menerapkan *Social Media Marketing* (SMM) dan *Email Marketing* untuk membuat hubungan dengan pelanggan dan memberi promo diskon.

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sosial media yang digunakan dalam *Social Media Marketing* (SMM) adalah *Facebook*, dan *Instagram*.
2. Membuat *website* dengan menggunakan *WordPress*.
3. Menggunakan *Google Analytics* untuk melihat *traffic website*.
4. Dalam *Search Engine Optimization* (SEO) yang diprioritaskan adalah *Google*.

5. Dalam *Content Marketing* konten yang digunakan yaitu foto, video, dan artikel.
6. *Email Marketing* menggunakan *MailChimp*.
7. Menggunakan *View Insights* pada Instagram.
8. *Google Trends* digunakan untuk menganalisis *keyword*.

1.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk Tugas Akhir ini adalah data *primer* dan data *sekunder*. Data *primer* berasal dari hasil wawancara kepada sang *owner* Brother's Photo yang bernama Andika serta melakukan *observasi* diperusahaan. Data *sekunder* berasal dari hasil *analytics* yang terdapat dari *Google Analytics* dan *analytics* dari media sosial yang digunakan saat ini.

1.6 Sistematika Penyajian

Gambaran jelas mengenai susunan penulisan laporan dan bab-bab yang terdapat didalamnya dijelaskan dengan sistematika dibawah ini:

BAB I PENDAHULUAN

BAB II LANDASAN TEORI

BAB III ANALISIS DAN RANCANGAN SISTEM

BAB IV IMPLEMENTASI DAN ANALISA

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN