

ABSTRAK

Salwa Afifah (2019021183)

PERAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA DIGITAL MARKETING PADA USAHA HAMPERS MAKANAN DAN MINUMAN DI NOCAKEID

Pada era digital seperti ini, manusia secara umum memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat elektronik. Adanya teknologi digital ini, telah mempengaruhi semua aspek kegiatan manusia, termasuk dalam pemasaran. Pemasaran berbasis digital digunakan untuk memperoleh konsumen, membangun preferensi mereka, promosi merek, memelihara konsumen, serta meningkatkan penjualan yang pada akhirnya meningkatkan profit. Digital marketing memungkinkan pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet, dan memungkinkan penjual untuk memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon pembeli tanpa batasan waktu dan geografis. Digital marketing juga merupakan cara komunikasi dua arah yang dapat menimbulkan nama merek (brand awareness) dan keterkaitan masyarakat terhadap produk dan merek tertentu.

Kemajuan teknologi digital ini lah, harus dapat kita manfaatkan, dengan menggunakan peranan influencer untuk menaikkan daya tarik tersendiri dan juga agar produk yang kita buat semakin dikenal oleh masyarakat. Memahami jalan kerjanya sosial media pada dunia digital, dapat dimanfaatkan dengan optimal untuk proses promosi suatu brand produk atau jasa. Dimana dengan memanfaatkan digital marketing saat ini dapat meningkatkan keinginan pelanggan dalam membeli produk kita. Platform seperti Instagram dapat kita manfaatkan dalam bersosial media, karena jangkauannya sangat luas sekali, kita juga dapat memasang iklan untuk mempromosikan produk kita juga dengan bantuan influencer yang memang memiliki pengaruh besar dalam dunia digital.

Kata Kunci : *Influencer*, Sosial media, *Digital Marketing*.