



**Judul Buku** : Audience : Marketing in the Age of Subscribers, Fans and Followers  
**Pengarang/Penulis** : Jeffrey K. Rohrs  
**Penerbit** : John Wiley & Sons, Inc : Hoboken  
**Tahun Terbit** : 2014  
**ISBN** : 9781118732731  
**Jumlah Halaman** : 290 halaman

Audience: Marketing in the Age of Subscribers, Fans and Followers karya Jeffrey K. Rohrs adalah panduan yang sangat relevan dan bermanfaat bagi para pemasar yang ingin memahami dan memanfaatkan kekuatan audiens di era digital. Buku ini menyoroti pentingnya membangun, mempertahankan, dan mengembangkan audiens sebagai aset penting dalam strategi pemasaran modern. Rohrs memberikan wawasan tentang bagaimana memaksimalkan potensi audiens dengan cara yang efektif dan berkelanjutan.

Buku ini dimulai dengan penjelasan mengenai konsep "Audiens" sebagai aset yang sering diabaikan dalam strategi pemasaran. Rohrs mengungkapkan bahwa banyak perusahaan lebih fokus pada pengiklanan dan penjualan tanpa menyadari bahwa audiens yang setia adalah kunci untuk pertumbuhan jangka panjang. Dengan cara yang jelas dan sistematis, Rohrs menjelaskan bagaimana perusahaan dapat membangun audiens melalui berbagai saluran digital seperti email, media sosial, dan konten yang relevan.

Salah satu bagian yang menarik dari buku ini adalah pembahasan mengenai "Proprietary Audience Development" (PAD) atau Pengembangan Audiens Milik Sendiri. Rohrs menekankan bahwa perusahaan harus berinvestasi dalam membangun audiens mereka sendiri

daripada mengandalkan platform pihak ketiga. Rohrs memberikan panduan praktis tentang cara mengembangkan audiens dengan menciptakan konten yang bernilai dan relevan. Ia menekankan pentingnya mengumpulkan data audiens untuk memahami kebutuhan dan preferensi mereka. Konsep "Audience Imperative" diawali dengan mengajak perusahaan untuk melihat audiens sebagai aset yang perlu dijaga dan dikembangkan secara berkelanjutan. Dengan cara ini, perusahaan dapat memaksimalkan nilai audiens dan membangun hubungan jangka panjang yang lebih kuat dengan pelanggan mereka.

Dalam bab-bab awal, Rohrs menguraikan jenis-jenis audiens seperti pencari (seekers), penguat (amplifiers), dan pengikut (joiners), serta bagaimana masing-masing memberikan nilai yang berbeda bagi bisnis. Dia menyoroti pentingnya memanfaatkan media berbayar, dimiliki, dan diperoleh untuk memperbesar, melibatkan, dan meningkatkan nilai audiens.

Buku ini kemudian membahas secara mendalam setiap saluran audiens, mulai dari situs web sebagai pusat magnetis pemasaran, hingga email, Facebook, Twitter, blog, aplikasi mobile, LinkedIn, dan YouTube. Rohrs memberikan strategi khusus untuk setiap platform, membantu pembaca memahami cara terbaik untuk memanfaatkan setiap saluran untuk mengembangkan audiens mereka.

Rohrs juga membahas pentingnya segmentasi audiens dan personalisasi dalam komunikasi pemasaran. Ia menunjukkan bagaimana teknologi dan data dapat digunakan untuk menciptakan pesan yang disesuaikan dengan segmen audiens tertentu, meningkatkan keterlibatan dan konversi. Bab ini memberikan banyak contoh kasus nyata dari perusahaan yang berhasil menerapkan strategi segmentasi dan personalisasi dengan efektif.

Bab lain yang menarik adalah pembahasan mengenai "Content Marketing" atau Pemasaran Konten. Rohrs menjelaskan bahwa konten yang berkualitas adalah kunci untuk menarik dan mempertahankan audiens. Ia memberikan panduan tentang bagaimana merencanakan, membuat, dan mendistribusikan konten yang relevan dan menarik bagi audiens. Buku ini juga menyertakan banyak contoh sukses dari perusahaan yang menggunakan pemasaran konten untuk membangun audiens yang setia.

Rohrs tidak hanya fokus pada strategi digital, tetapi juga membahas pentingnya keterlibatan offline dalam membangun audiens. Ia menunjukkan bagaimana acara, seminar, dan interaksi langsung dengan pelanggan dapat memperkuat hubungan dan meningkatkan loyalitas

audiens. Bab ini menyoroti pentingnya integrasi antara strategi online dan offline dalam menciptakan pengalaman yang kohesif bagi audiens.

Buku ini juga mencakup diskusi mendalam tentang metrik dan pengukuran keberhasilan dalam mengembangkan audiens. Rohrs menekankan pentingnya mengukur keterlibatan dan kepuasan audiens, serta menggunakan data tersebut untuk mengoptimalkan strategi pemasaran. Bab ini memberikan panduan praktis tentang bagaimana mengukur dan menganalisis data audiens untuk meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran.

Selain itu, Rohrs juga menyoroti tantangan dan hambatan dalam membangun audiens di era digital. Ia mengakui bahwa persaingan yang ketat dan perubahan cepat dalam teknologi memerlukan adaptasi yang terus-menerus. Namun, ia juga memberikan solusi praktis dan strategi untuk mengatasi tantangan tersebut dan tetap relevan dalam pasar yang terus berubah.

Kelebihan utama buku ini adalah penyajiannya yang sangat jelas dan praktis. Rohrs menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan menyertakan banyak contoh kasus nyata yang relevan. Buku ini juga dilengkapi dengan banyak diagram dan ilustrasi yang membantu memperjelas konsep-konsep yang dibahas. Namun, meskipun sangat informatif, buku ini mungkin terasa agak teknis bagi pembaca yang tidak memiliki latar belakang pemasaran digital. Salah satu kekuatan buku ini adalah penggunaan studi kasus dan data penelitian yang mendukung setiap argumen yang dibuat oleh Rohrs. Hal ini memberikan konteks nyata dan relevan bagi pembaca, memperlihatkan bagaimana teori-teori tersebut dapat diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari.

Secara keseluruhan, "Audience: Marketing in the Age of Subscribers, Fans and Followers" adalah panduan yang sangat bermanfaat bagi siapa saja yang ingin memahami dan memanfaatkan kekuatan audiens dalam pemasaran. Jeffrey K. Rohrs memberikan wawasan yang mendalam dan praktis tentang bagaimana membangun, mempertahankan, dan mengembangkan audiens sebagai aset penting dalam strategi pemasaran modern. Buku ini disarankan bagi pemasar, pengusaha, dan siapa saja yang ingin meningkatkan keterlibatan dan loyalitas audiens mereka di era digital.

Jika kamu ingin membaca lebih lengkap mengenai buku ini, kamu bisa meminjam buku ini di Perpustakaan Universitas Pembangunan Jaya! Selamat membaca.