



PPK ORMAWA DPM FIK

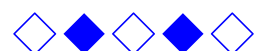


MODUL LITERASI MARKETSENSE



Disusun Oleh:

Tim PPK ORMAWA
DPM FIK
UDINUS



KATA PENGANTAR



Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, berkat Rahmat dan Karunia-Nya, modul Literasi MarketSense ini dapat terselesaikan dengan baik.

Modul ini merupakan bagian dari Program Pengembangan Kapasitas Organisasi Mahasiswa (PPK Ormawa) yang dilaksanakan oleh Dewan Perwakilan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer (DPM FIK). Literasi MarketSense hadir sebagai wadah untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pemahaman marketing di Era Society 5.0.

Kami menyadari bahwa modul ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan untuk kesempurnaan modul ini di masa mendatang.

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan modul ini. Semoga dengan terciptanya modul ini dapat bermanfaat dan menginspirasi banyak pihak dalam hal mewujudkan lingkungan yang bersih, sehat, dan lestari.



Memahami Literasi MarketSense, Memahami Marketing

Apa Itu Marketing?

Marketing adalah proses strategis yang mencakup serangkaian kegiatan untuk mempromosikan, menjual, dan mendistribusikan produk atau layanan kepada konsumen.

Tujuan utama dari marketing adalah untuk menarik perhatian konsumen, membangun kesadaran merek, serta meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan



Tujuan Marketing

Beberapa tujuan utama marketing yaitu:

- **Meningkatkan Kesadaran Merek**
Upaya marketing yang baik dapat memperkenalkan merek kepada konsumen dan meningkatkan pengenalan merek.
- **Membangun Loyalitas Pelanggan**
Marketing bertujuan untuk menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan



Wajib Tau! Dasar-Dasar Digital Marketing



Apa Itu Digital Marketing?

Istilah digital marketing muncul sesuai dengan cara kerja dan penggunaannya. Digital marketing merupakan proses pemasaran maupun promosi suatu brand, produk, maupun jasa yang dilakukan melalui media digital dan membutuhkan jaringan internet dalam kegiatannya.



Melalui digital marketing, perusahaan memanfaatkan beragam tools digital baik secara fisik maupun non-fisik.



Metode digital marketing umumnya lebih menghemat biaya secara keseluruhan. Jika metode ini dijalankan dengan baik dan brand serta followers sudah dibangun, biaya yang dikeluarkan akan lebih sedikit.



Wajib Tau! Dasar-Dasar Digital Marketing



Strategi Digital Marketing

Untuk mencapai tujuan pemasaran secara efektif, perlu mengembangkan strategi digital marketing yang komprehensif. Beberapa langkah dalam merancang strategi digital marketing meliputi:



1. **Penelitian Pasar:** Memahami audiens target dan perilaku mereka.
2. **Penetapan Tujuan:** Menentukan apa yang ingin dicapai melalui kampanye digital.
3. **Pemilihan Saluran:** Memilih saluran digital yang paling sesuai untuk menjangkau audiens target.

4. **Pembuatan Konten:**

Mengembangkan konten yang menarik dan relevan untuk audiens.

5. **Analisis dan Pengukuran:**

Menggunakan alat analitik untuk mengukur efektivitas kampanye dan melakukan penyesuaian jika diperlukan



Level Up Brand-mu Sekarang Juga!

Pentingnya Brand Awareness!

Mempengaruhi Keputusan Pembelian Merek yang dikenal lebih mungkin dipilih oleh konsumen dibandingkan dengan merek yang tidak dikenal. Kesadaran merek membantu menciptakan kepercayaan dan kredibilitas di mata konsumen



Membangun Loyalitas Pelanggan Merek yang memiliki kesadaran tinggi cenderung memiliki pelanggan yang lebih loyal, yang akan kembali membeli produk mereka di masa depan



Meningkatkan Penjualan

Dengan meningkatnya kesadaran merek, kemungkinan penjualan juga meningkat, karena konsumen lebih cenderung memilih produk dari merek yang mereka kenal

Content Marketing Untuk Menjangkau Jutaan Mata



Apa Itu Content Marketing?

Content marketing adalah proses secara tidak langsung dan langsung mempromosikan bisnis atau merek melalui konten teks, video, atau audio yang bernilai tambah baik secara online maupun offline.



Hal itu bisa terjadi dalam bentuk long-form (seperti blog, artikel, e-book, dan sebagainya), short-form (seperti update Twitter, update Facebook, gambar, dan sebagainya), atau bentuk percakapan (misalnya, sharing konten melalui Twitter atau berpartisipasi dalam diskusi aktif via komentar blog atau melalui forum online).

Tujuan Content Marketing

- Membangun hubungan jangka panjang
- Meningkatkan brand awareness
- Menghasilkan leads dan konversi



Content Marketing Untuk Menjangkau Jutaan Mata



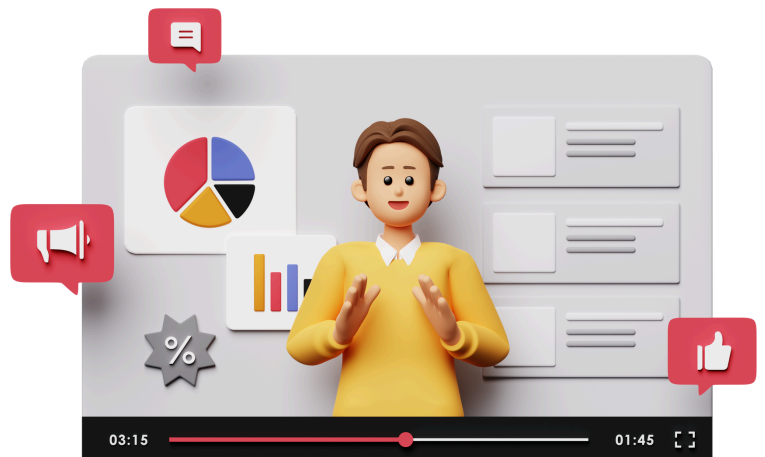
Strategi Content Marketing

Bagaimana cara membangun strategi content marketing yang sukses. Untuk membangun strategi content marketing yang sukses, ada beberapa langkah penting yang harus diikuti. Berikut adalah panduan lengkap untuk menciptakan strategi yang efektif:



Tentukan Tujuan Anda Langkah pertama adalah menetapkan tujuan yang jelas dan spesifik

- Meningkatkan traffic website.
- Membangun brand awareness.
- Meningkatkan engagement di media sosial.
- Mendorong konversi atau penjualan.



Kenali Audiens Anda

Memahami siapa audiens Anda sangat penting. Anda perlu mengetahui demografi, preferensi, dan masalah yang dihadapi audiens.

Gunakan persona pembeli untuk menggambarkan pelanggan ideal Anda berdasarkan riset pasar dan data aktual. Analisis data dari alat seperti Google Analytics juga sangat membantu untuk memahami perilaku audiens.



Content Marketing Untuk Menjangkau Jutaan Mata



Lakukan Riset Kata Kunci

Riset kata kunci membantu Anda mengetahui istilah yang digunakan audiens saat mencari informasi.

Dengan menargetkan kata kunci yang tepat, Anda dapat meningkatkan visibilitas konten di mesin pencari. Gunakan alat seperti Google Keyword Planner atau SEMrush untuk menemukan kata kunci relevan



Buat Content Plan

Content Plan membantu mengatur dan menjadwalkan publikasi konten secara konsisten.

Ini memastikan semua tim selaras dalam pelaksanaan strategi content marketing dan membantu menjaga ritme publikasi

Evaluasi dan Optimalkan Konten

Secara teratur evaluasi kinerja konten menggunakan metrik yang relevan seperti jumlah tampilan, interaksi, atau konversi. Gunakan analisis ini untuk mengetahui apa yang berhasil dan tidak berhasil serta melakukan penyesuaian jika diperlukan

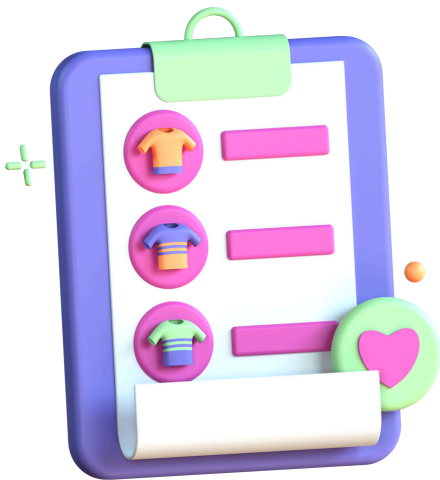


Membangun Brand Image yang Kuat



Apa Itu Brand Image?

Brand image adalah gambaran yang dibentuk di dalam pikiran konsumen ketika melakukan 'interaksi' dengan brand. Brand image merupakan perspektif secara subjektif mengenai merek yang terbentuk melalui beberapa hal seperti logo, desain, dan pengalaman konsumen secara pribadi.



Pentingnya Brand Image!

Brand image sangat berfungsi untuk memperkuat positioning dari misi bisnis yang ingin dicapai. Tentu saja, apa tujuan bisnis dan mengapa bisnis ini dihadirkan akan menjadi dasar mengapa orang harus tertarik dengan merek bisnis kalian lewat produk atau jasa yang ditawarkan.

Saat kalian mempercayai merek yang mencerminkan kepribadian dan identitas bisnis kalian, maka citra merek yang dihadirkan akan tetap berada pada misi bisnis yang dicanangkan. Sehingga, tujuan yang jelas dapat dikomunikasikan dengan efektif kepada orang lain.



Membangun Brand Image yang Kuat



Strategi Membangun Brand Image

Membangun brand image yang kuat adalah investasi jangka panjang yang dapat memberikan keuntungan besar bagi bisnis Anda. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat Anda terapkan:



Memiliki Positioning yang Tepat

Merek dapat di-positioning-kan dengan berbagai cara, misalnya dengan menempatkan posisinya secara spesifik di benak pelanggan. Membantu positioning adalah menempatkan semua aspek dari brand value (termasuk manfaat fungsional) secara konsisten, sehingga selalu jadi nomor satu di benak pelanggan.

Memiliki Brand Value yang Tepat

Semakin tepat merek di-positioning-kan di benak pelanggan, merek tersebut akan semakin kompetitif. Untuk mengelola hal tersebut kita perlu mengetahui brand value. Brand value membentuk brand personality.



Brand personality lebih cepat berubah dibandingkan brand positioning. Karena brand personality mencerminkan gejolak perubahan selera konsumen





PPK ORMAWA DPM FIK



SATERNER (*Sapta Literacy Corner*) merupakan program yang diusung oleh Tim Pelaksana PPK Ormawa DPM FIK Universitas Dian Nuswantoro 2024. Program ini memiliki tujuh pojok literasi, yaitu Literasi SpeakUp, Literasi KreatifGrafis, Literasi EcoLife, Literasi HealthCare, Literasi DigiTech, Literasi MarketSense, Literasi MoneySpent.

Tim PPK ORMAWA
Dewan Perwakilan Mahasiswa
Universitas Dian Nuswantoro