MODUL

PENGABDIAN MASYARAKAT

Pelatihan Digital Marketing untuk Menarik Minat Nasabah Pada Bank MNC KCU Bogor

Karyawan Bank MNC KCU Bogor

2022

PENJUALAN MENGGUNAKAN DIGITAL MARKETING

Sejarah Jejaring Sosial
Sejak komputer dapat dihubungkan satu dengan lainnya dengan adanya internet banyak upaya awal untuk mendukung jejaring sosial melalui komunikasi antar komputer. Situs jejaring sosial diawali oleh Classmates.com pada tahun 1995 yang berfokus pada hubungan antar mantan teman sekolah dan SixDegrees.com pada tahun 1997 yang membuat ikatan tidak langsung.

Dua model berbeda dari jejaring sosial yang lahir sekitar pada tahun 1999 adalah berbasiskan kepercayaan yang dikembangkan oleh Epinions.com, dan jejaring sosial yang berbasiskan pertemanan seperti yang dikembangkan oleh Uskup Jonathan yang kemudian dipakai pada beberapa situs UK regional di antara 1999 dan 2001.

Inovasi meliputi tidak hanya memperlihatkan siapa berteman dengan siapa, tetapi memberikan pengguna kontrol yang lebih akan isi dan hubungan. Pada tahun 2005, suatu layanan jejaring sosial MySpace, dilaporkan lebih banyak diakses dibandingkan Google dengan Facebook, pesaing yang tumbuh dengan cepat.

Jejaring sosial mulai menjadi bagian dari strategi internet bisnis sekitar tahun 2005 ketika Yahoo meluncurkan Yahoo! 360°. Pada bulan juli 2005 News Corporation membeli MySpace, diikuti oleh ITV (UK) membeli Friends Reunited pada Desember 2005. Diperkirakan ada lebih dari 200 situs jejaring sosial menggunakan model jejaring sosial ini.

Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli
Ini merupakan beberapa definisi dari para ahli:

Menurut Chris Garrett
Media sosial adalah alat, jasa, dan komunikasi yang memfasilitasi hubungan antara orang dengan satu sama lain dan memiliki kepentingan atau kepentingan yang sama.

Menurut Sam Decker
Media sosial adalah konten digital dan interaksi yang dibuat oleh dan antara satu sama lain.

Menurut Marjorie Clayman
Media sosial adalah alat pemasaran baru yang memungkinkan Anda untuk mengetahui pelanggan dan calon pelanggan dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin.

Menurut Lisa Buyer
Mendefinisikan media sosial sebagai bentuk hubungan masyarakat (PR) adalah yang paling transparan, menarik dan interaktif saat ini.Sosial media adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Sosial media dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian besar yaitu :
1. Social Networks, media sosial untuk bersosialisasi dan berinteraksi (Facebook, myspace, hi5, Linked in, bebo, dll)
2. Discuss, media sosial yang memfasilitasi sekelompok orang untuk melakukan obrolan dan diskusi (google talk, yahoo! M, skype, phorum, dll)

3. Share, media sosial yang memfasilitasi kita untuk saling berbagi file, video, music, dll (youtube, slideshare, feedback, flickr, crowdstorm, dll)
4. Publish, (wordpredss, wikipedia, blog, wikia, digg, dll)
5. Social game, media sosial berupa game yang dapat dilakukan atau dimainkan bersama-sama (koongregate, doof, pogo, cafe.com, dll)
6. MMO (kartrider, warcraft, neopets, conan, dll)
7. Virtual worlds (habbo, imvu, starday, dll)
8. Livecast (y! Live, blog tv, justin tv, listream tv, livecastr, dll)
9. Livestream (socializr, froendsfreed, socialthings!, dll)
10. Micro blog (twitter, plurk, pownce, twirxr, plazes, tweetpeek, dll)

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, biaya lebih murah. Sedangkan dampak negatif dari media sosial adalah menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya, interaksi secara tatap muka cenderung menurun, membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet, menimbulkan konflik, masalah privasi, rentan terhadap pengaruh buruk orang lain. Adanya media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial dalam masyarakat. Perubahan-perubahan dalam hubungan sosial (social relationships) atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan (equilibrium) hubungan sosial dan segala bentuk perubahan-perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan didalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat. Perubahan sosial positif seperti kemudahan memperoleh dan menyampaikan informasi, memperoleh keuntungan secara sosial dan ekonomi. Sedangkan perubahan sosial yang cenderung negatif seperti munculnya kelompok – kelompok sosial yang mengatasnamakan agama, suku dan pola perilaku tertentu yang terkadang menyimpang dari norma – norma yang ada.

Internet dan media sosial kerap kali dituding sebagai penyebab perubahan-perubahan radikal di dunia politik. Siapa menyangka, Amerika Serikat yang pernah punya sejarah panjang diskriminasi rasial dan trauma pemboman menara WTC bakal memiliki presiden kulit hitam dengan nama tengah kearab-araban pula. Barack Hussein Obama berhasil memanfaatkan momentum euforia publik atas kehadiran media sosial. Faktor sukses Obama dipengaruhi oleh strategi kampanye media sosial dan teknologi sehingga mampu mengumpulkan dana dan yang paling penting memberdayakan relawan sehingga mereka merasa sedang mengubah sesuatu.

Selain memunculkan aktor baru yang progresif, platform media baru yang diakomodasi oleh Internet turut membantu proses demokratisasi. Interaksi serta mobilisasi melalui media sosial menjadi katalis, munculnya gelombang pembangkanan sipil dan protes Arab Spring di wilayah Afrika Utara yang didominasi sistem pemerintahan otoriter. Di Hong Kong, anak muda mengorganisasi gerakan dan menciptakan kanal informasi alternatif kala Revolusi Payung meletup. Fitur unggah status, bagikan, dan sukai, di media sosial menjadikan protes damai ini sebagai gerakan sosial yang paling terdokumentasi dengan baik dalam sejarah.

Namun teknologi tidak pernah bersifat deterministik. Karenanya tumbuh kebaikan, pun berkatnya muncul pula keburukan. Strategi microtargeting yang mengekspoitasi prasangka rasial

melalui sejumlah media sosial diyakini menjadi salah satu kunci kemenangan Donald Trump di pemilu Amerika Serikat 2016. Akibatnya, hampir setengah dari penduduk Amerika Serikat pernah beradu argumen dengan seseorang (baik teman, keluarga, rekan kerja ataupun kerabat.) tentang pilihan politiknya. Friksi akibat beda pendapat melampaui pagar diskursus politik hingga ke tahap personal. Apalagi dengan adanya media sosial, ekspresi politik semakin kentara sehingga keberpihakan politik sudah merasuk hingga membentuk identitas sosial. Bahkan terbukti mengubah pola interaksi masyarakat Amerika Serikat dengan orang yang berhaluan politik lain.

Sosial media meghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu, dengan media sosial ini manusia dimungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka bereda dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan ttidak peduli siang atau pun malam.

Sosial media memiliki dampak besar pada kehidupan kita saat ini. Seseorang yang asalnya “kecil” bisa seketika menjadi besar dengan Media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam sedetik bisa menjadi “kecil” dengan Media sosial.

Apabila kita dapat memnfaatkan media sosial, banyak sekali manfaat yang kita dapat, sebagai media pemasaran, dagang, mencari koneksi, memperluas pertemanan, dll. Tapi apabila kita yang dimanfaatkan oleh Media sosial baik secara langsung ataupun tidak langsung, tidak sedikit pula kerugian yang akan di dapat seperti kecanduan, sulit bergaul di dunia nyata, autis, dll).

Orang yang pintar dapat memanfaatkan media sosial ini untuk mempermudah hidupnya, memudahkan dia belajar, mencari kerja, mengirim tugas, mencari informasi, berbelanja, dll.
Media sosial menambahkan kamus baru dalam pembendaharaan kita yakni selain mengenal dunia nyata kita juga sekarang mengenal “dunia maya”. Dunia bebas tanpa batasan yang berisi orang-orang dari dunia nyata. Setiap orang bisa jadi apapun dan siapapun di dunia maya. Seseorang bisa menjadi sangat berbeda kehidupannya antara didunia nyata dengan dunia maya, hal ini terlihat terutama dalam jejaring sosial.

Media sosial adalah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.
Saat ini terdapat berbagai macam media sosial untuk bisnis. Beberapa contoh media sosial untuk bisnis diantaranya Facebook, Youtube, Blog, Instagram, Twitter, Snapchat, LINE, dan Pinterest. Mungkin beberapa dari Anda sudah memanfaatkan media sosial untuk bisnis yang sedang Anda geluti. Kehadiran media sosial ini penting untuk meningkatkan pengunjung ke website bisnis online Anda. Di mana website Anda berfungsi sebagai media bisnis online dan media sosial berfungsi sebagai marketing channel atau kanal marketing. Sederhananya, media sosial adalah jembatan yang mengarahkan orang-orang untuk mengunjungi website toko online yang Anda jalankan.
Anda sebagai pelaku usaha wajib tahu manfaat promosi dan berjualan di sosial media. Mengapa kita wajib tahu, hal tersebut dikarenakan terkait data bahwa Indonesia termasuk salah satu negara dengan angka pengguna internet yang tinggi. Masyarakat Indonesia adalah salah satu potensi yang bisa dimanfaatkan untuk keperluan komersil. Dengan banyaknya pengguna internet di Indonesia, potensi digital marketing melalui pemanfaatan sosial media memiliki peluang lebih besar. Apalagi dari hasil penelitian didapatkan data bahwa lama rata-rata orang di Indonesia menghabiskan waktu berselancar di dunia maya sekitar 6 jam 43 menit setiap harinya. Bisa dikatakan, seperempat dari kehidupan masyarakat Indonesia dihabiskan untuk menggunakan internet.

Karena itulah, para pelaku usaha kecil dan menengah (UKM dan UMKM), juga para pemilik bisnis lainnya, perlu memanfaatkan sosial media sebagai media promosi demi meraih pasar yang lebih luas. *Social media marketing* adalah proses pemasaran yang dilakukan melalui pihak ketiga, yaitu *website* berbasis sosial media, seperti Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, bahkan TikTok.

Ada beberapa digital marketing yang populer di Indonesia.

1. Facebook

Facebook merupakan media sosial populer yang memiliki jumlah pengguna terbesar di dunia. Di Indonesia sendiri tercatat ada 130 juta pengguna Facebook. Usia penggunanya pun beragam, mulai dari usia remaja hingga dewasa.

Nah, jika target pasar Anda banyak yang menggunakan Facebook, Anda tentu wajib melakukan promosi di sana. Tenang, Facebook sendiri juga telah menyediakan beberapa fitur khusus untuk pebisnis yang mudah digunakan.

Ada dua fitur utama, yaitu:

- Facebook for Business
- Facebook Ads

Facebook for business, yang Anda bisa menerapkan strategi Facebook marketing dengan mengelola akun bisnis Anda. Anda bisa membuat konten promosi, update produk terbaru, hingga testimoni pelanggan. Intinya, postinglah sesuatu yang bermanfaat untuk pengikut Anda.

Anda juga bisa mencoba fitur Facebook Ads.

Fitur ini akan mempromosikan halaman khusus yang Anda posting ke target pasar. Anda hanya perlu mengatur kriteria pengguna yang akan menerima iklan Anda.

Jadi, iklan hanya akan muncul di pengguna yang berpotensi tertarik pada bisnis Anda.

2. Instagram

Tak kalah dengan Facebook, Instagram juga memiliki jumlah pengguna yang cukup banyak dan aktif. Tercatat ada 61 juta pengguna di Indonesia.

Fakta menariknya lainnya, 45% pengguna Instagram membeli produk setelah melihat di Instagram. Instagram benar-benar mampu membius penggunanya. Karena dimiliki Facebook, Instagram memiliki dua fitur yang sama:

1. Instagram for Business
2. Instagram Ads

Anda bisa membuat video tutorial, testimoni, dan iklan pada IG TV. Kalau bisnis Anda merupakan bisnis fashion, Anda bisa membuat konten video mix and match product. Jika Anda berbisnis kuliner, Anda bisa membuat video cara memasak atau review produk.

Maksimalkan fitur IG TV untuk sarana mendapatkan engagement atau brand awareness.

Anda juga bisa menggunakan fitur Ads dari Instagram. Jika Anda perhatikan, ketika Anda mencari sesuatu di pencarian Instagram, Anda pasti akan mendapatkan beberapa iklan yang sejenis dengan pencarian Anda. Disitulah menariknya Instagram. Iklan dapat menyasar pengguna yang memiliki peluang ketertarikan terhadap produk tersebut.

Untuk menjangkau lebih banyak customer, Anda juga bisa berkolaborasi dengan para influencer. Influencer dapat meningkatkan *brand awareness*, jumlah *followers*, dan penjualan bisnis Anda.

3. Twitter

Anda bisa melakukan promosi dengan Thread di Twitter bisa jadi salah satu opsinya. Apalagi target pasar Anda banyak yang menggunakan Twitter. Di Indonesia sendiri, jumlah pengguna Twitter yaitu sebanyak 56% dari jumlah pengguna internet. Terlebih lagi, angka statistik *market share* di Twitter Indonesia terus meningkat. Hal itu bisa terjadi sebab di Twitter, Anda bisa

mendapatkan *exposure* lebih tinggi. Artinya, Tweet Anda bisa muncul di timeline pengguna yang menyukai, me *retweet*, atau mengomentari tweet Anda.
Alhasil pengikut dari pengguna tersebut juga dapat melihat tweet produk atau promosi Anda.
Nah, Anda bisa mencoba untuk membuat tweet promosi, produk, atau mencoba membuat thread ringan untuk *seru-seruan*.
Jadi, kalau Anda ingin mendapatkan atensi yang lebih banyak, Anda bisa coba beriklan dengan fitur Twitter Ads. Sama seperti Instagram dan Facebook, di Twitter Ads, Anda bisa mengatur target pengguna yang mendapatkan iklan dan budget sesuai kebutuhan.

4. YouTube
Anda mungkin kaget, kalau YouTube merupakan media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak. Di Indonesia, dari 150 juta pengguna internet, ada 88% pengguna yang menggunakan YouTube. Bagi pemilik bisnis, banyaknya jumlah pengguna YouTube merupakan suatu peluang untuk bisa melakukan strategi pemasaran. Tidak perlu melulu membuat konten promosi produk. Anda bisa membuat konten video kreatif yang sesuai dengan target pasar Anda. Sebenarnya sudah banyak pelaku bisnis yang menerapkan strategi pemasaran di YouTube

Manfaat Promosi Digital Marketing
Jika Anda adalah pemilik *brand*, pelaku UKM dan UMKM, atau pebisnis mikro lainnya, maka berikut ini manfaat promosi di sosial media yang perlu diketahui :

1. **Meningkatkan Kesadaran terhadap Brand dan Produk**

Sosial media menawarkan banyak kesempatan bagi pemilik untuk berkreasi melalui kampanye dan promosi. Dengan menghadirkan promosi produk maupun jasa di *platform* media sosial, pengguna sosial media akan lebih mungkin menyadari keberadaan *brand* yang Anda usung.
Dengan kata lain, Anda bisa mulai dengan menjadikan sosial media sebagai media promosi *online*. Cara promosi produk yang digunakan bisa sekaligus menerapkan strategi pemasaran di media sosial, misalnya dengan konten yang *soft selling*, mengangkat kisah sukses, penggunaan foto produk yang menarik minat, dan sebagainya.

2. **Membangun Interaksi dengan Pelanggan**

Pengguna internet di Indonesia senang saling berinteraksi satu sama lain, terlepas apakah mereka saling mengenal atau tidak. Kesenangan inilah yang perlu Anda manfaatkan. Caranya bisa dengan membuat konten yang memancing pengguna internet untuk memberikan komentar, misalnya dengan ajakan agar pengguna sosial media memberi ide terkait suatu hal yang berhubungan dengan produk, meminta saran, mengajak pengguna menceritakan pengalaman mereka setelah mencoba sendiri produk yang ditawarkan, dan sebagainya.
Jangan takut akan kritik yang diberikan di dalam komentar. Kritik yang mereka berikan bisa jadi akan memancing komentar dari pengguna lainnya. Di saat yang sama, Anda juga perlu menerapkan jawaban yang tepat untuk komentar-komentar kritik tersebut dan menyikapinya dengan baik. Memberi jawaban yang baik bisa memberi gambaran pula kepada calon pelanggan maupun yang sudah jadi pelanggan tetap kalau Anda memiliki layanan pelanggan yang patut diacungi jempol.

3. **Meningkatkan Peringkat SEO**

Mengkombinasikan strategi pemasaran di media sosial untuk promosi produk secara *online* dengan menyertakan *website* yang bisa dituju oleh pelanggan untuk mendapatkan informasi lebih lengkap jelas akan sangat membantu meningkatkan peringkat SEO.
Dengan memposting usaha Anda di media sosial, *traffic* menuju *website* atau halaman penjualan Anda akan mengalami peningkatan pula. Algoritma mesin pencari (SEO) juga akan bergerak untuk meningkatkan posisi usaha Anda di laman pencarian. Dampak positifnya, calon pelanggan

baru yang sebelumnya telah melihat iklan produk di Facebook misalnya, akan lebih mudah menemukan produk Anda.

4. **Memiliki Pengaruh yang Lebih Kuat Dibandingkan Kompetitor**

Semakin aktif Anda menerapkan cara promosi produk secara *online* di sosial media, disertai pula dengan layanan interaktif yang terus memancing pengguna internet mengunjungi kanal-kanal sosial media yang Anda kelola, maka bisa meningkatkan pengaruh *brand* Anda menjadi lebih kuat dibandingkan dengan kompetitor. Semakin kuat pengaruh *brand* Anda di sosial media, akan semakin banyak pula pengguna internet yang dengan sukarela mengikuti dan menjadi *follower* sosial media Anda. Ini jelas akan meningkatkan kepercayaan dan otomatis bisa meningkatkan lebih banyak pelanggan yang ingin membeli produk yang Anda tawarkan.

5. **Hemat Biaya**

Pemasaran melalui media sosial tentu menghemat pengeluaran dan biaya iklan. Malah bisa dikatakan penerapan sosial media marketing jauh lebih murah dibandingkan jenis iklan promosi lainnya, asalkan Anda tahu cara dan strategi yang tepat dalam memanfaatkan sosial media sebagai media promosi *online*.

6. **Meningkatkan Loyalitas Pelanggan**

Aktif tidaknya sosial media yang Anda kelola akan memberi pengaruh yang sangat signifikan dalam membangun loyalitas pelanggan. Jika Anda membuka peluang komunikasi yang baik dengan pelanggan, bisa jadi Anda akan meningkatkan hubungan yang erat dengan mereka. Komunikasi yang baik sudah banyak terbukti mampu membangun hubungan yang solid. Hal ini sesuai dengan hasil studi sosial media marketing yang pernah dilakukan di Amerika Serikat. Di dalam studi tersebut ditemukan bahwa segmen pelanggan milenial 62% lebih loyal pada merek yang terlibat langsung dengan mereka di media sosial.

Oleh karena itu, pemasaran media sosial yang seharusnya Anda terapkan tidak saja hanya mempromosikan produk atau jasa, tetapi juga perlu membangun interaksi dengan pelanggan dan calon pelanggan.

7. **Mendapatkan Informasi Mengenai Pasar**

Manfaat terakhir dari promosi di sosial media adalah Anda bisa mendapatkan informasi mengenai pasar secara lebih lengkap. Dari interaksi yang terjadi, baik antara pelanggan baru dengan pelanggan lama, maupun antara pelanggan dengan Anda sebagai pemilik usaha, bisa didapatkan data terkini mengenai kebutuhan pelanggan yang sesungguhnya.
Usaha yang sukses adalah usaha yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Untuk itu, manfaatkan promosi di sosial media dengan maksimal dan kumpulkan sebanyak mungkin data terkini mengenai kebutuhan pelanggan. Setelahnya, cobalah penuhi dan dijamin akan semakin banyak pula pelanggan setia yang akan Anda dapatkan.

Tips-Tips Mengelola Media Sosial untuk Bisnis

1. **Bentuk Tim Pengelola**

Dengan memiliki tim khusus pengelola sosial media untuk promosi bisnis online, pembuatan strategi komunikasi akan lebih mudah. Anda bisa mengatur tim dengan memberlakukan rotasi atau pergantian shift setiap berapa waktu sekali. Anda hanya perlu menentukan guideline sehingga tim Anda bisa konsisten mengelolanya.
Tim pengelola ini penting karena tidak mungkin menyerahkan pekerjaan besar ini hanya kepada satu orang. Bekerja dalam tim akan membuat pengelolaan akan lebih ringan sehingga bisnis online Anda bisa selalu aktif. Karena idealnya sebuah bisnis online harus responsif setiap saat.

2. **Buat Komitmen**

Mengelola media sosial sebuah bisnis online bisa jadi hal yang menantang dan membutuhkan waktu yang tidak sedikit. Sebelum mulai pengelolaan, pastikan semua anggota tim pengelola menjadikan pekerjaan ini sebagai prioritas.

Komitmen ini adalah pengingat untuk anggota tim bahwa tanggung jawab mereka besar karena kanal marketing adalah jembatan bagi para konsumen untuk datang ke bisnis online Anda.

3. **Tentukan Tujuan**

Buatlah strategi dengan tujuan jelas dan terukur keberhasilannya. Jangan mengelola media sosial tanpa rencana dan tujuan jelas. Pikirkan bagaimana dengan memanfaatkan kanal marketing ini, Anda dapat meningkatkan brand awareness produk. Tingkat keberhasilan dari strategi Anda harus terukur agar lebih mudah ketika melakukan evaluasi. Buatlah tujuan yang menantang, tetapi tetap mungkin untuk dicapai.

4. **Buat Kalender Konten**

Banyak perusahaan yang belum sepenuhnya mengerti bahwa media sosial adalah sebuah kanal marketing mandiri. Mengelola kanal marketing ini tidak bisa asal *posting* jika ingin membentuk komunitas konsumen yang aktif dan loyal. Buatlah jadwal konten yang menyeluruh dalam kurun waktu tertentu. Perlu juga merencanakan kapan konten harus dirilis dan di kanal yang mana.

5. **Buatlah Konten yang Menarik**

Pemilik bisnis online dituntut untuk selalu kreatif dalam menyediakan konten agar bisa menarik perhatian orang-orang di jejaring sosial. Konten marketing yang tersebar di jejaring sosial banyak jumlahnya, Anda harus punya konten yang segar dan kreatif untuk bisa menonjol di antara pesaing-pesaing Anda.

6. **Dengarkan Konsumen**

Media sosial menyediakan platform terbuka yang memungkinkan pemilik bisnis online untuk berkomunikasi dua arah dengan konsumennya. Jadi kanal marketing ini tidak hanya berfungsi untuk mempromosikan produk, tetapi juga sebagai media untuk mendengarkan konsumen.

Manfaatkan jejaring sosial untuk memahami konsumen, apa yang mereka inginkan dan butuhkan. Pendekatan seperti ini tidak hanya akan membantu para pemilik bisnis untuk mengerti konsumennya, tetapi dapat dimanfaatkan pula sebagai kesempatan untuk membentuk konsumen yang loyal.

7. **Passion**

Salah satu rintangan terbesar dalam mengelola media sosial adalah keharusan untuk merilis konten baru secara teratur. Pemilik bisnis haruslah memiliki passion di bisnis yang ia jalani. Hal ini penting agar pemilik bisnis agar selalu semangat untuk mencari ide-ide baru di kanal marketing ini. Ketika pemilik bisnis online dan tim memiliki passion yang sama akan lebih mudah untuk melakukan brainstorming ide-ide untuk strategi bisnis online yang mereka jalani.

8. **Monitor**

Mengelola media sosial tidak hanya berhenti pada membuat strategi komunikasi dan guideline pembuatan konten untuk perusahaan Anda. Setelah itu Anda juga perlu memonitor perkembangannya secara teratur dan melakukan evaluasi secara berkala. Seperti yang sudah disebutkan di poin sebelumnya bahwa harus ada tingkat keberhasilan terukur dalam pengelolaan sebuah kanal marketing. Di poin inilah Anda dapat mengukur tingkat keberhasilan tersebut. Lakukan monitor media secara reguler agar dapat diketahui perkembangan yang ada. Dengan melakukan monitoring ini, Anda dapat menganalisis strategi seperti apa yang paling efektif, strategi mana yang kurang efektif, kapan waktu terbaik untuk merilis konten baru, apa saja feedback dari konsumen, dan strategi seperti apa yang harus diambil ke depannya berdasarkan data.

Dari uraian diatas dapat dikatakan bahwa untuk mengembangkan produk dan jasa, sebuah bisnis online membutuhkan feedback dari konsumen mengenai produk dan jasa yang mereka jual

sebelumnya. Dan media sosial adalah kanal marketing yang berperan besar dalam mendapatkan pengalaman konsumen tersebut. Penjualan online menggunakan media sosial ini mempermudah pemilik bisnis online untuk mempelajari konsumen lebih cepat. Data pengalaman konsumen yang didapatkan melalui jejaring sosial dapat dimanfaatkan sebagai dasar untuk membuat keputusan lebih baik ke depannya. Dengan menguasai strategi pemasaran di jejaring sosial, Anda dapat memperluas pasar bisnis online Anda. Semakin banyak orang yang mengetahui produk Anda melalui jejaring sosial, kemungkinan semakin banyak juga orang yang akan berbelanja di website Anda. Website dan media sosial adalah dua hal yang selalu berhubungan dalam meningkatkan kesuksesan dalam bisnis online. Keduanya tidak dapat dipisahkan. Maksimalkan pemasaran di media sosial untuk meningkatkan konsumen di website bisnis online Anda.

Dampak media sosial

Setelah mengetahui berbagai jenis media sosial yang sering digunakan untuk membantu kebutuhan bisnis, selanjutnya kita masuk pada penjelasan mengenai dampak media sosial bagi pengguna aplikasi. Berikut merupakan beberapa dampak yang ditimbulkan dalam pemakaian social media.

Dampak Positif

Berikut merupakan dampak positif dari penggunaan medsos ditinjau dari segi bisnis.

1. Meningkatkan keuntungan dari penjualan produk

Apabila anda sering mempromosikan produk anda melalui iklan atau postingan, maka berpeluang besar untuk mendapatkan trafik pengunjung untuk membeli dan menggunakan produk anda. Pastikan untuk selalu memberikan informasi produk sedetail mungkin untuk meningkatkan kepercayaan customer.

2. Meningkatkan kredibilitas perusahaan atau organisasi

Selanjutnya, kredibilitas perusahaan dapat diukur dari seberapa besar dan banyaknya sebuah perusahaan memberikan layanan dan produk yang berkualitas dan dibutuhkan oleh customer. Dengan memanfaatkan media sosial, anda juga dapat menyusun profil perusahaan untuk membantu produk penjualan dan pemasaran barang atau jasa.

3. Menjalin kerja sama bisnis secara luas

Semakin kredibilitas anda meningkat, semakin timbul banyaknya relasi dan jaringan yang terhubung secara cepat melalui aplikasi medsos. Kerja sama, umumnya akan dilakukan dengan diskusi antar founder perusahaan terkait. Anda dapat mencoba menggunakan fitur medsos untuk membantu kerja sama tersebut.

Dampak Negatif

Berikut adalah dampak negatif dari pemakaian aplikasi medsos untuk kepentingan bisnis.

1. Memperkenalkan produk yang tidak sesuai (palsu)

Semakin mudah akses dan fitur yang disediakan, juga dapat menimbulkan resiko kejahatan yang besar pula. Setiap orang memiliki kesempatan untuk menawarkan dan memperkenalkan produk secara bebas melalui media sosial.

Yang perlu anda perhatikan adalah informasi produk tersebut apakah memang terbukti asli atau palsu. Anda juga dapat melihat hasil review dari konsumen yang lain. Selain itu, juga dapat memberikan feedback atau laporan kepada platform terkait dengan pemalsuan produk yang dilakukan salah satu brand atau penjual produk.

2. Menyebarkan berita atau informasi hoax

Saat ini, semakin banyak informasi yang tersebar secara bebas dan cepat melalui internet. Berita atau artikel yang ditampilkan juga dapat mengandung unsur pembohongan publik apabila anda tidak mengecek atau memverifikasi keaslian konten tersebut.

Pastikan untuk selalu mencari referensi sumber yang valid, serta tidak langsung menelan mentah – mentah informasi yang mencurigakan. Selanjutnya, anda juga dapat melaporkan pihak media yang menyebarkan isu hoax atau berita palsu kepada pihak yang berwenang. Karena sekarang di Indonesia, telah ada peraturan perundangan – undangan yang mengatur permasalahan tersebut, yaitu UU ITE.

3. Menimbulkan persaingan yang tidak sehat

Semakin banyak produk yang berada di medsos, semakin besar pula persaingan yang terjadi antar kompetitor bisnis dan dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat pula. Hal tersebut berpotensi terjadi, karena setiap orang secara bebas dapat memberikan komentar dan dapat menimbulkan ujaran yang mengarah pada ancaman, serta pembohongan publik.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pastikan anda membangun brand yang kuat terlebih dahulu, agar kepercayaan konsumen lebih besar pada produk bisnis anda. Gunakan juga media promosi yang tepat dan sesuai peraturan yang berlaku.

Tanggapan masyarakat terhadap media sosial

Pesatnya teknologi saat ini memiliki pengaruh besar kepada masyarakat, salah satunya yaitu media sosial. Media sosial merupakan ruang yang memiliki pengaruh luas bagi setiap elemen masyarakat, termasuk pada perspektif mengenai informasi yang didapatkan. Selain itu, media sosial merupakan wadah dari berbagai perspektif masyarakat dalam merespon maupun mendebatkan sesuatu, seperti hal yang sedang hangat diperbincangkan di media sosial maupun informasi yang belum diketahui oleh masyarakat. Lantas, bagaimana pengaruh media sosial terhadap perspektif masyarakat?

Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIKOM), Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), semester lima, Muhammad Raihan mengatakan, media sosial merupakan ruang terbuka yang dapat digunakan masyarakat untuk saling berbagi pendapat, sekaligus sebagai wadah informatif bagi masyarakat.

“Masyarakat cenderung merespon informasi dengan kacamatanya sendiri. Maka, hal tersebut menimbulkan banyaknya pendapat yang dilontarkan oleh masyarakat mengenai perspektifnya. Bahkan, hal tersebut tidak jarang menimbulkan adanya konflik akibat mendebatkan sesuatu hal yang tertuang di dalamnya,” ujarnya.

Dirinya mengatakan, media sosial dapat membuat seseorang yang cenderung berpikiran tertutup menjadi lebih terbuka, akibat adanya peraduan perspektif masing-masing di media sosial. Ruang publik yang tercipta dalam media sosial memiliki efek besar pada masyarakat.

Mahasiswa FDIKOM, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), semester tiga, Hamid Maulana mengatakan, media sosial merupakan wadah yang memfasilitasi berbagai perspektif pemikiran masyarakat yang kaya. Media sosial juga berperan dalam mengembangkan pemikiran orang lain, sehingga informasi yang didapatkan dapat dilihat dari berbagai sisi.

“Berbagai perspektif yang hadir dalam setiap diri masyarakat menyebabkan adanya keterkaitan pemikiran personal dengan hal atau masalah yang sedang dibincangkan. Peraduan tersebut membuat pemikiran menjadi lebih berkembang,” ungkapnya.

Dirinya menambahkan, selain itu ruang demokrasi dalam media sosial perihal kebebasan perspektif menjadi sangat baik. Media sosial merupakan wadah bebas dalam berpendapat maupun berekspresi, sehingga ruang demokrasi tercipta di dalam media sosial tersebut.

Pengimplementasian media sosial pada UKM memberikan manfaat di antaranya sebagai galeri produk, mendata kebutuhan supplier, mendata kebutuhan distributor, survey target konsumen,dan memantau konsumen. Di samping itu media sosial juga bermanfaat sebagai forum disukusi, membantu pengambilan keputusan, memberikan respon pada konsumen, mendata kebutuhan konsumen, sebagai media pemasaran dan iklan, dan sebagai saran kontak personal dengan konumen.

Sosial media merupakan salah satu media yang mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, dan berbagai pihak yang berkepentingan, kapanpun dan berada dimanapun. Sosial media sangat membantu sebagai penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen di manapun mereka berada dan berapapun jaraknya.

Sumber :

Puntoadi, Danis. 2011. Meningkatkan penjualan melalui media sosial. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
Puntoadi, Danis. 2011. Menciptakan Penjualan Melalui Social Media, PT Elex Komputindo, Jakarta