



**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA

LAPORAN KEGIATAN WORKSHOP DIGITAL MARKETING

“Strategi Beriklan di Internet dan Media Sosial”



**PENGESAHAN WORKSHOP DIGITAL MARKETING
PROGRAM STUDI SARJANA KEPERAWATAN DAN PROFESI NERS
SEKOLAH TINGGI ILMU KEPERAWATAN PPNI JAWA BARAT**

Kepala Lembaga PMB



Ade Supriadi, M.Si.

Ketua

STIKep PPNI Jawa Barat



Diwa Agus Sudrajat, M.Kep

Wakil Ketua I. Bag Akademik

STIKep PPNI Jawa Barat



Linlin Lindayani, PhD

VISI DAN MISI

STIKEP PPNI JAWA BARAT

Visi:

Menjadi perguruan tinggi yang unggul dan profesional dalam bidang keperawatan, berbasis riset, inovasi, dan teknologi serta berdaya saing di tingkat nasional dan internasional.

Misi :

1. Menyelenggarakan program pendidikan berbasis riset, teknologi, dan inovasi kurikulum, pengajar serta metode pembelajaran yang berkualitas.
2. Menyelenggarakan dan mengembangkan kegiatan riset kesehatan dan teknologi informasi yang inovatif untuk mendukung peningkatan pelayanan kesehatan.
3. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat berdasarkan hasil riset sebagai kontribusi dalam penyelesaian masalah kesehatan.
4. Menyelenggarakan *good university governance* yang didukung oleh teknologi informasi.
5. Menciptakan lingkungan yang kondusif untuk menyelenggaraan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
6. Menjamin lulusan STIKep PPNI Jawa Barat menjadi manusia yang berkarakter, bermartabat, dan berintegritas.
7. Menyelenggarakan kerja sama lintas sektoral baik nasional maupun internasional untuk mendukung pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

VISI DAN MISI

PROGRAM STUDI SARJANA KEPERAWATAN DAN PROFESI NERS

Visi :

Menjadi program studi pendidikan ners yang cakap, mandiri, dan profesional serta unggul dalam pengembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam caring keperawatan yang berbasis riset, inovasi, dan mampu berdaya saing di tingkat nasional serta internasional.

Misi :

1. Melaksanakan program pendidikan profesional keperawatan sesuai dengan teknologi informasi dan komunikasi dalam caring keperawatan berbasis riset, dan inovasi kurikulum, pengajar serta metode pembelajaran yang berkualitas.
2. Melaksanakan dan mengembangkan kegiatan riset teknologi informasi dan komunikasi dalam caring keperawatan yang inovatif untuk mendukung peningkatan pelayanan kesehatan.
3. Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat berdasarkan hasil riset teknologi informasi dan komunikasi dalam caring keperawatan sebagai kontribusi untuk penyelesaian masalah kesehatan.
4. Melaksanakan *good university governance* yang didukung oleh teknologi informasi.
5. Menciptakan lingkungan yang kondusif untuk menyelenggaraan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
6. Mendukung lulusan STIKep PPNI Jawa Barat menjadi manusia yang berkarakter, bermartabat, dan berintegritas.
7. Melaksanakan kerja sama lintas sektoral baik nasional maupun internasional untuk mendukung pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat

VISI DAN MISI

PROGRAM STUDI DIII KEPERAWATAN

Visi :

Menjadi program studi pendidikan keperawatan vokasional yang cakap, kreatif, serta unggul dalam penerapan teknologi informasi dan komunikasi dalam keperawatan holistik yang berbasis riset, inovasi, serta berdaya saing di tingkat nasional dan internasional.

Misi :

1. Melaksanakan program pendidikan vokasional yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi dalam keperawatan holistik yang berbasis riset, teknologi, dan inovasi kurikulum, pengajar serta metode pembelajaran yang berkualitas.
2. Menerapkan hasil riset dengan penerapan teknologi informasi dan komunikasi dalam keperawatan holistik yang kreatif untuk mendukung peningkatan pelayanan kesehatan.
3. Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat berdasarkan hasil riset dengan penerapan teknologi informasi dan komunikasi dalam keperawatan holistik sebagai kontribusi untuk menyelesaikan masalah kesehatan.
4. Melaksanakan *good university governance* yang didukung oleh teknologi informasi.
5. Menciptakan lingkungan yang kondusif untuk menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
6. Mendukung lulusan STIKep PPNI Jawa Barat menjadi manusia yang berkarakter, bermartabat, dan berintegritas.
7. Melaksanakan kerja sama lintas sektoral baik nasional maupun internasional untuk mendukung pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua, sehingga kita dapat menyelenggarakan workshop digital marketing dengan tema "Strategi Beriklan di Internet dan Media Sosial" ini dengan lancar. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya.

Workshop ini diselenggarakan sebagai respon terhadap pesatnya perkembangan teknologi informasi dan digital yang mengubah cara kita berkomunikasi dan berbisnis. Dalam era digital yang terus berkembang, strategi beriklan di internet dan media sosial menjadi kunci penting bagi kesuksesan pemasaran. Oleh karena itu, kami berkomitmen untuk menyediakan platform pembelajaran yang relevan dan bermanfaat bagi para peserta.

Selama workshop ini, kami akan membahas berbagai aspek penting dari strategi beriklan di internet dan media sosial, termasuk pemahaman tentang platform digital, teknik pemasaran yang efektif, dan cara mengukur hasil kampanye iklan. Para peserta akan mendapatkan wawasan dan keterampilan yang dapat diterapkan langsung untuk meningkatkan efektivitas pemasaran dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan berpartisipasi dalam penyelenggaraan workshop ini, termasuk pembicara, fasilitator, dan peserta. Harapan kami, workshop ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan yang berguna dalam memajukan strategi pemasaran digital di masa depan.

Akhir kata, semoga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang memuaskan. Terima kasih atas kehadiran dan partisipasinya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN WORKSHOP DIGITAL MARKETING	2
VISI DAN MISI STIKEP PPNI JAWA BARAT	3
VISI DAN MISI PROGRAM STUDI SARJANA KEPERAWATAN DAN PROFESI NERS	4
VISI DAN MISI PROGRAM STUDI DIII KEPERAWATAN	5
KATA PENGANTAR.....	6
DAFTAR ISI	7
BAB I	9
PENDAHULUAN	9
1.1 Latar Belakang.....	9
1.2 Tujuan	10
1.3 Sasaran.....	11
1) Mahasiswa STIKep PPNI Jawa Barat	11
2) Dosen dan Tenaga Pendidik	11
3) Tim Pemasaran Kampus.....	Error! Bookmark not defined.
4) Organisasi Kemahasiswaan dan Unit Kegiatan Mahasiswa	11
BAB II	12
PELAKSANAAN	12
2.1 Workshop Digital Marketing.....	12
2.2 Mekanisme Pelaksanaan Workshop Digital Marketing	12
2.3 Luaran Kegiatan Workshop Digital Marketing.....	13
2.4 Narasumber dan Partisipan	13
BAB III	14
EVALUASI.....	14
3.1 Evaluasi Kegiatan Workshop Digital Marketing.....	14
3.2 Akar Masalah Kegiatan Workshop Digital Marketing	14
3.3 Faktor Penghambat Kegiatan Workshop Digital Marketing	15

3.4 Faktor Pendukung Kegiatan Workshop Digital Marketing.....	15
3.4 Rencana Tindak Lanjut Kegiatan Workshop Digital Marketing	16
LAMPIRAN.....	17
Presensi Workshop.....	17
Dokumentasi Workshop.....	17
Sertifikat Narasumber	20

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital saat ini, pemasaran melalui internet dan media sosial telah menjadi komponen integral dalam strategi bisnis yang sukses. Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, pemasaran digital telah bertransformasi menjadi salah satu alat paling efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan brand awareness. Keberadaan platform digital seperti Google, Facebook, Instagram, dan LinkedIn memberikan kesempatan yang belum pernah ada sebelumnya bagi perusahaan untuk beriklan secara tepat sasaran dan efisien.

Seiring dengan semakin meningkatnya kompetisi di pasar global, penting bagi setiap bisnis untuk memiliki pemahaman mendalam tentang strategi beriklan yang efektif di platform digital. Beriklan di internet dan media sosial tidak hanya membutuhkan pengetahuan tentang berbagai alat dan teknik yang tersedia, tetapi juga pemahaman tentang bagaimana mengelola kampanye iklan untuk mencapai hasil yang optimal.

Dalam konteks ini, workshop digital marketing dengan tema "Strategi Beriklan di Internet dan Media Sosial" diadakan sebagai upaya untuk memberikan wawasan yang komprehensif kepada para profesional, pengusaha, dan individu yang tertarik dalam memanfaatkan potensi pemasaran digital. Workshop ini bertujuan untuk membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan praktis tentang bagaimana merancang dan mengimplementasikan kampanye iklan yang efektif, serta bagaimana mengukur dan menganalisis hasil dari kampanye tersebut.

Selain itu, workshop ini juga berfungsi sebagai platform untuk berbagi pengalaman dan best practices di bidang digital marketing, serta untuk menjawab berbagai tantangan dan pertanyaan yang sering dihadapi dalam praktik beriklan di internet dan media sosial. Dengan menghadirkan pembicara ahli dan fasilitator berpengalaman, diharapkan peserta dapat memperoleh pemahaman yang mendalam dan terkini mengenai strategi beriklan yang dapat diterapkan dalam konteks bisnis mereka masing-masing.

Dengan latar belakang tersebut, diharapkan workshop ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan efektivitas pemasaran digital dan membantu peserta meraih kesuksesan yang lebih besar dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif ini.

1.2 Tujuan

1) Meningkatkan Pemahaman tentang Platform Digital

Workshop ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai berbagai platform digital dan media sosial yang tersedia untuk beriklan. Peserta akan mempelajari fitur, keunggulan, dan kekurangan dari masing-masing platform, seperti Google Ads, Facebook Ads, Instagram, LinkedIn, dan lainnya. Dengan pemahaman ini, peserta dapat memilih platform yang paling sesuai dengan kebutuhan dan target audiens mereka.

2) Mengajarkan Teknik Pemasaran yang Efektif

Salah satu tujuan utama adalah untuk mengajarkan teknik dan strategi pemasaran yang efektif di internet dan media sosial. Peserta akan mendapatkan pengetahuan tentang bagaimana merancang kampanye iklan yang menarik, menulis copy yang persuasif, serta memilih dan menargetkan audiens dengan tepat. Fokus juga akan diberikan pada penggunaan alat analitik untuk mengoptimalkan hasil iklan.

Meningkatkan Jumlah Pendaftar

Dengan adanya promosi yang efektif, kami berharap dapat meningkatkan jumlah pendaftar ke STIKep PPNI Jawa Barat. Kegiatan ini bertujuan untuk menarik calon mahasiswa berkualitas yang tertarik untuk bergabung dengan institusi kami dan mengejar pendidikan di bidang kesehatan.

3) Membangun Relasi dengan Masyarakat dan Pihak Terkait

Salah satu tujuan dari partisipasi dalam Edufair adalah untuk membangun relasi yang lebih baik dengan masyarakat, calon mahasiswa, serta berbagai pihak terkait seperti lembaga pendidikan dan organisasi kesehatan. Hal ini diharapkan dapat memperluas jaringan kerjasama dan dukungan bagi STIKep PPNI Jawa Barat.

1.3 Sasaran

- 1) Mahasiswa STIKep PPNI Jawa Barat**
- 2) Dosen dan Tenaga Pendidik**
- 3) Bagian Kerjasama dan Marketing**
- 4) Organisasi Kemahasiswaan dan Unit Kegiatan Mahasiswa**

BAB II

PELAKSANAAN

2.1 Workshop Digital Marketing

Workshop Digital Marketing ini dirancang untuk memandu peserta dalam memahami dan mengimplementasikan strategi beriklan yang efektif di internet dan media sosial. Selama sesi ini, peserta akan diajarkan tentang cara memanfaatkan berbagai platform periklanan online seperti Google Ads dan media sosial utama termasuk Facebook, Instagram, dan LinkedIn. Workshop ini mencakup teknik periklanan, penargetan audiens, dan pengelolaan anggaran iklan yang optimal. Dengan sesi praktis dan studi kasus nyata, peserta akan memperoleh keterampilan langsung untuk merancang dan melaksanakan kampanye iklan yang sukses, serta strategi konten yang menarik untuk berbagai platform digital. Ideal untuk profesional pemasaran, pemilik usaha, dan individu yang ingin meningkatkan kehadiran online mereka, workshop ini bertujuan memberikan pengetahuan yang aplikatif dan up-to-date dalam dunia pemasaran digital yang terus berkembang.

2.2 Mekanisme Pelaksanaan Workshop Digital Marketing

Mekanisme pelaksanaan Workshop Digital Marketing oleh STIKep PPNI Jawa Barat pada bulan Maret 2023 dilaksanakan secara virtual melalui platform Zoom Meeting. Dalam kegiatan ini, peserta diberikan akses untuk bergabung dalam sesi-sesi pembelajaran yang mencakup berbagai aspek digital marketing, seperti strategi pemasaran online, penggunaan media sosial, dan analisis data. Selama workshop, peserta dapat berinteraksi langsung dengan Narasumber dan sesama peserta melalui fitur chat dan diskusi dalam Zoom, serta mengikuti presentasi dan demonstrasi yang disajikan secara real-time. Dengan pendekatan virtual ini, workshop memberikan fleksibilitas dan kemudahan akses kepada semua peserta, tanpa mengurangi kualitas materi dan pengalaman belajar.

2.3 Luaran Kegiatan Workshop Digital Marketing

1) Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan

Peserta memperoleh pengetahuan mendalam mengenai berbagai teknik dan strategi digital marketing, termasuk penggunaan platform media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), pemasaran konten, dan analisis data. Keterampilan ini diharapkan dapat diaplikasikan dalam konteks profesional mereka.

2) Pembuatan Rencana Pemasaran Digital

Setiap peserta diharapkan dapat menyusun rencana pemasaran digital yang komprehensif untuk diterapkan dalam kegiatan bisnis atau organisasi mereka. Rencana ini mencakup strategi pemasaran, target audiens, dan metode evaluasi yang efektif

3) Sertifikat Partisipasi

Peserta yang menyelesaikan workshop akan menerima sertifikat partisipasi sebagai pengakuan atas komitmen dan pencapaian mereka dalam mengikuti pelatihan digital marketing.

2.4 Narasumber dan Partisipan

Narasumber: Patah Herwanto, S.T., M.Kom

Partisipan:

- 1) Nita Puspa
- 2) Putri Azzahra
- 3) Afifah Hulu
- 4) Yuda
- 5) Yunie Srie Andinie
- 6) Rena
- 7) Rizal Ilbert

BAB III

EVALUASI

3.1 Evaluasi Kegiatan Workshop Digital Marketing

Evaluasi kegiatan Workshop Digital Marketing yang dilaksanakan oleh STIKep PPNI Jawa Barat secara virtual melalui Zoom Meeting pada bulan Maret 2023 menunjukkan hasil yang positif dan memberikan wawasan berharga untuk perbaikan ke depannya. Secara umum, peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan mereka terkait digital marketing, seperti yang tercermin dari umpan balik dan hasil evaluasi kuis yang dilakukan setelah workshop. Tingkat kepuasan peserta juga tinggi, dengan mayoritas menyatakan bahwa materi yang disajikan relevan dan berguna untuk kebutuhan mereka. Selain itu, interaksi aktif dalam sesi tanya jawab dan diskusi menunjukkan keterlibatan yang baik dari peserta. Namun, terdapat beberapa saran untuk peningkatan, seperti penambahan waktu untuk diskusi kelompok dan pemanfaatan fitur Zoom yang lebih maksimal untuk sesi praktek. Hasil evaluasi ini menjadi dasar penting untuk perencanaan dan pelaksanaan workshop di masa depan, memastikan bahwa program pelatihan dapat terus berkembang dan memenuhi kebutuhan peserta dengan lebih baik.

3.2 Akar Masalah Kegiatan Workshop Digital Marketing

Akar masalah dalam pelaksanaan Workshop Digital Marketing oleh STIKep PPNI Jawa Barat pada bulan Maret 2023 terletak pada beberapa faktor utama. Meskipun workshop secara umum berjalan dengan baik dan peserta menunjukkan peningkatan pengetahuan, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi. Salah satunya adalah keterbatasan interaksi langsung dalam pertemuan virtual dapat menghambat kesempatan peserta untuk berdiskusi dan berkolaborasi secara mendalam. Selain itu, beberapa peserta mengalami kesulitan dalam mengakses materi secara real-time akibat masalah teknis atau koneksi internet yang tidak stabil.

Faktor-faktor ini mengindikasikan perlunya peningkatan dalam penyediaan dukungan teknis dan desain kegiatan yang lebih interaktif untuk memastikan semua peserta dapat memanfaatkan workshop dengan optimal. Dengan mengidentifikasi dan menangani akar masalah ini, diharapkan pelaksanaan workshop di masa depan dapat berjalan lebih lancar dan efektif.

3.3 Faktor Penghambat Kegiatan Workshop Digital Marketing

Faktor penghambat kegiatan Workshop Digital Marketing yang dilaksanakan oleh STIKep PPNI Jawa Barat mencakup beberapa tantangan signifikan. Salah satu kendala utama adalah masalah teknis yang terjadi selama sesi virtual, seperti gangguan koneksi internet dan kesulitan dalam mengakses platform Zoom, yang mempengaruhi kelancaran komunikasi dan partisipasi peserta. Selain itu, keterbatasan waktu untuk sesi diskusi dan tanya jawab juga menghambat kesempatan peserta untuk mendalami materi secara lebih mendalam dan berinteraksi secara efektif dengan Narasumber. Selain itu, beberapa peserta mengalami kesulitan dalam mengaplikasikan materi yang disampaikan secara langsung karena kurangnya alat atau sumber daya yang memadai. Faktor-faktor ini menunjukkan perlunya perbaikan dalam aspek teknis, desain kurikulum, serta penyediaan dukungan yang lebih baik untuk memaksimalkan efektivitas dan pengalaman peserta dalam workshop mendatang.

3.4 Faktor Pendukung Kegiatan Workshop Digital Marketing

Faktor pendukung kegiatan Workshop Digital Marketing yang dilaksanakan oleh STIKep PPNI Jawa Barat mencakup beberapa elemen kunci yang berkontribusi pada keberhasilan acara. Pertama, penggunaan platform Zoom Meeting sebagai media virtual memungkinkan peserta dari berbagai lokasi untuk bergabung dengan mudah, mengatasi keterbatasan jarak dan waktu. Kedua, materi pelatihan yang disusun dengan baik dan relevan, serta disampaikan oleh Narasumber yang berpengalaman, memberikan wawasan mendalam dan aplikatif tentang digital marketing.

Selain itu, antusiasme dan keterlibatan aktif peserta dalam sesi interaktif dan diskusi kelompok memperkuat proses pembelajaran dan jaringan profesional. Dukungan teknis yang memadai dan perencanaan logistik yang matang juga memainkan peran penting dalam menjaga kelancaran acara, memastikan bahwa peserta dapat mengikuti workshop tanpa gangguan berarti. Faktor-faktor ini secara keseluruhan mendukung pencapaian tujuan workshop dan meningkatkan pengalaman belajar bagi semua peserta.

3.4 Rencana Tindak Lanjut Kegiatan Workshop Digital Marketing

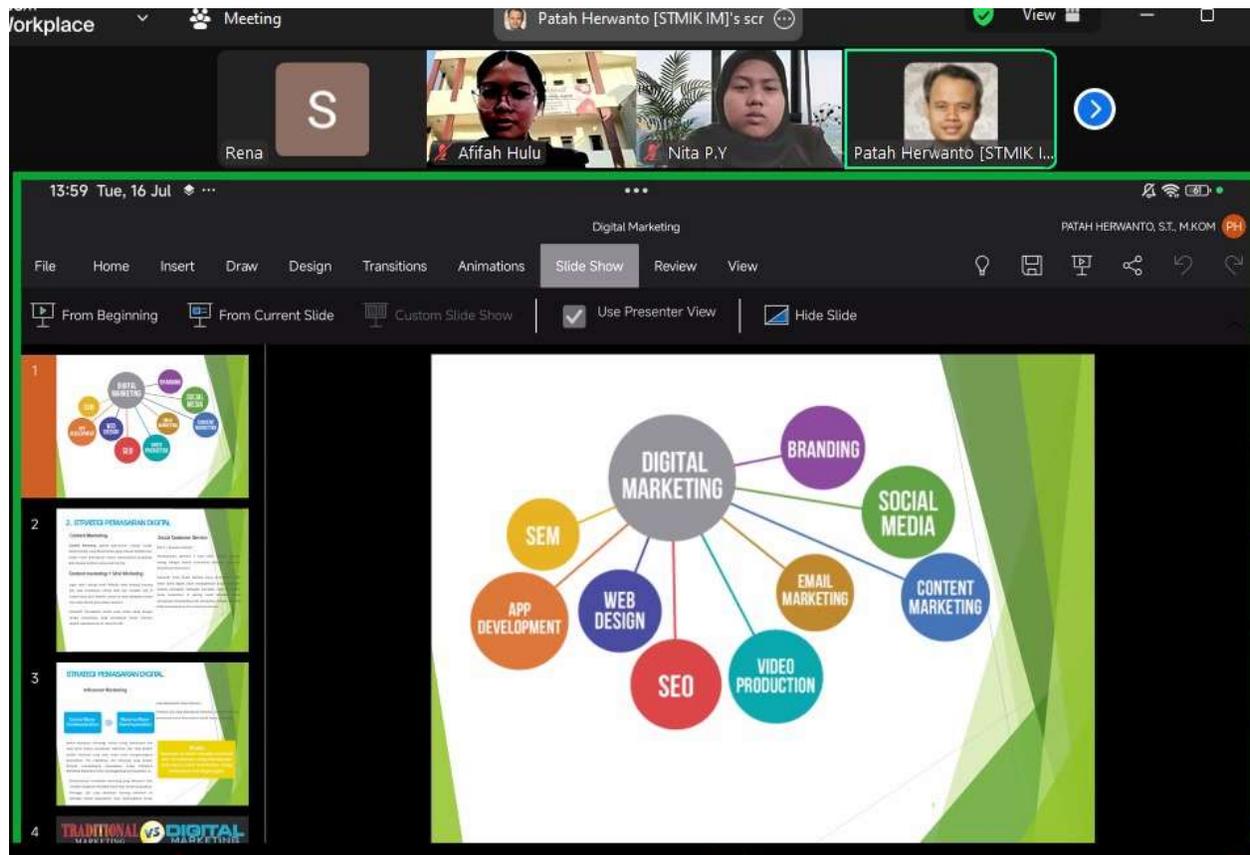
Rencana tindak lanjut setelah pelaksanaan Workshop Digital Marketing oleh STIKep PPNI Jawa Barat pada bulan Maret 2023 meliputi beberapa langkah strategis untuk memastikan dampak yang berkelanjutan dan perbaikan berkelanjutan dari kegiatan tersebut. Pertama, akan dilakukan evaluasi terhadap umpan balik peserta dan hasil workshop untuk mengidentifikasi hal-hal yang perlu diperbaiki dan menyesuaikan materi pelatihan di masa depan. Selanjutnya, STIKep PPNI akan menyusun rencana untuk mengadakan sesi follow-up atau pelatihan lanjutan guna memperdalam topik-topik yang telah dibahas serta memperkenalkan tren dan teknik terbaru dalam digital marketing. Selain itu, akan dibentuk kelompok diskusi atau forum online yang memungkinkan peserta untuk terus berbagi pengalaman, bertanya, dan berkolaborasi setelah workshop. Untuk mendukung implementasi pengetahuan yang diperoleh, STIKep PPNI juga akan menyediakan materi tambahan, panduan praktis, dan sumber daya yang dapat diakses peserta secara berkelanjutan. Langkah-langkah ini diharapkan dapat memperkuat penerapan pengetahuan digital marketing yang telah dipelajari dan meningkatkan hasil yang dicapai oleh peserta dalam praktik mereka.

LAMPIRAN

Presensi Workshop

Timestamp	Nama	Instansi	Tanggal Pelaksanaan
03/14/2023 8:22:29	Yuda	STIKep PPNI Jawa Barat	03/14/2023
03/14/2023 8:22:45	Putri Azzahra	STIKep PPNI Jawa Barat	03/14/2023
03/14/2023 8:43:05	Rizal Ilbert	STIKep PPNI Jawa Barat	03/14/2023
03/14/2023 8:43:14	Afifah Hulu	STIKep PPNI Jawa Barat	03/14/2023
03/14/2023 8:43:32	Rena	STIKep PPNI Jawa Barat	03/14/2023
03/14/2023 8:45:29	Yunie Srie Andinie	STIKep PPNI Jawa Barat	03/14/2023
03/14/2023 8:46:17	Patah Herwanto, S.T., M.Kom	STMIK-IM	03/14/2023
03/14/2023 8:56:05	Irawan Wicaksono	STIKep PPNI Jawa Barat	03/14/2023

Dokumentasi Workshop



The screenshot displays a Zoom meeting window with a presentation slide titled "Digital Marketing". The slide content includes:

- Central Hub:** DIGITAL MARKETING
- Surrounding Strategies:** SEM, APP DEVELOPMENT, WEB DESIGN, SEO, VIDEO PRODUCTION, EMAIL MARKETING, SOCIAL MEDIA, CONTENT MARKETING, and BRANDING.

The meeting interface shows the following details:

- Participants:** Rena, Afifah Hulu, Nita P.Y., Patah Herwanto [STMIK IM]
- Menu Bar:** File, Home, Insert, Draw, Design, Transitions, Animations, Slide Show, Review, View
- Slide Navigation:** From Beginning, From Current Slide, Custom Slide Show, Use Presenter View, Hide Slide
- Slide List (Left Panel):**
 1. [Slide thumbnail]
 2. 1. STRATEGI PEMASARAN DIGITAL
 3. 2. STRATEGI PEMASARAN DIGITAL
 4. TRADITIONAL MARKETING VS DIGITAL MARKETING



bing - PowerPoint

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL

You are screen sharing Stop share

Influencer Marketing

yang dipengaruhi sang influ
Tentunya, apa yang dipenga
perusahaan harus mencitra

One-to-Many-Communication → **Many-to-Many-Communication**

Berkat kemajuan teknologi, semua orang mempunyai hak yang sama dalam penyebaran informasi. Jika yang disebar adalah informasi yang baik maka akan menguntungkan perusahaan. Pun sebaliknya, jika informasi yang disebar ternyata merugikan perusahaan, maka Influencer Marketing diperlukan untuk menanggulangi permasalahan ini.

Sederhananya, mendekati seseorang yang influencer atau memiliki pengaruh terhadap brand atau merek perusahaan. Sehingga, apa yang dikatakan seorang influencer itu terhadap merek perusahaan akan memengaruhi orang

#F
Generasi ini lebih
dari perusahaan
nilai sosial untuk
komunitas d

TRADITIONAL vs DIGITAL MARKETING

You are screen sharing Stop share

A poll conducted by Inavero in 2013 revealed that the rate of traditional marketing strategies adoption in 2013 is expected to decrease at this rate:

- 32% Newspapers
- 29% Radio
- 29% Television
- 9% Direct Marketing
- 29% Events/Trade Shows/Virtual Events
- 12% Video Games
- 22% Trade Magazines
- 28% Consumer Magazines
- 15% Out of Home
- 9% Podcasts

Social Media and Search Engine Marketing are expected to boost in 2013, projected dramatic increase in marketing:

- 73% Social Networking Sites
- 56% Webcasts
- 59% Mobile Media
- 59% Pay-per-clicks
- 68% Search Engine Marketing

13:59 Tue, 16 Jul ...

Digital Marketing

PATAH HERWANTO, S.T., M.KOM

File Home Insert Draw Design Transitions Animations Slide Show Review View

From Beginning From Current Slide Custom Slide Show Use Presenter View Hide Slide

Notes Comments



Sertifikat Narasumber

