

UNIVERSITAS
Dinamika

JUDUL PENELITIAN:

**MODEL STRATEGI DIGITAL MARKETING :
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK PENGUATAN *BRAND
AWARENESS***

TIM PENELITIAN

1. Rudi Santoso, S.Sos., M.M.

NIDN/NIM : 0717107501

Universitas Dinamika

2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Penelitian : Model Strategi *Digital Marketing* : Penggunaan Media Sosial
Untuk Penguatan *Brand Awareness*

Kode>Nama Rumpun Ilmu : 571/Manajemen

Ketua Peneliti

Nama Lengkap : Rudi Santoso, S.Sos., M.M.

NIDN : 0717107501

Jabatan Fungsional : Asisten Ahli

Program Studi : S1 Akuntansi

Nomor HP : 082229276767

Alamat Surel (*email*) : rudis@dinamika.ac.id

Anggota Penelitian

1. Nama Lengkap : -

NIDN : -

Alamat Surel (*email*) : -

Biaya Penelitian : Rp. 500.000,-

Surabaya, Maret 2024

Mengetahui,

Dekan

Ketua Pelaksana

Arifin Puji Widodo, SE., MSA.
NIDN: 0721026801

Rudi Santoso, S.Sos., M.M.
NIDN: 0717107501

Menyetujui,
Ketua P3kM

Dr. MJ. Dewiyani
NIDN: 0725076301

DESKRIPSI HASIL PENELITIAN

1. Sinopsis

Penelitian ini memberikan fokus pada model strategi penguatan *brand awareness*. Obyek penelitian ini adalah hunian apartemen di Bumi Serpong tepatnya Apartement Urban Town. Asumsi dasar penelitian ini adalah pertumbuhan pendudukan di perkotaan meningkatkan kebutuhan hunian. Urban Town adalah salah satu hunian dengan konsep apartemen yang dibangun dikawasan serpong. Sebagai tempat hunian baru, Urban Town membutuhkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Apartemen ini mempunyai peluang menjadi kompleks hunian yang bisa merebut hati pelanggan. Namun *brand* apartemen ini kurang mendapat perhatian konsumen. Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang begitu pesat, menggerakkan sebuah peluang bagi sebuah bisnis untuk memperluas jangkauan pemasaran dengan digital marketing yang dapat mempermudah dalam meningkatkan brand awareness. Oleh karena itu, diperlukannya penerapan digital marketing pada Apartemen Urban Town guna meningkatkan *brand awareness* pada calon *customer*.

2. Mekanisme/Alur Penelitian



ALUR PENELITIAN MODEL STRATEGI DIGITAL MARKETING

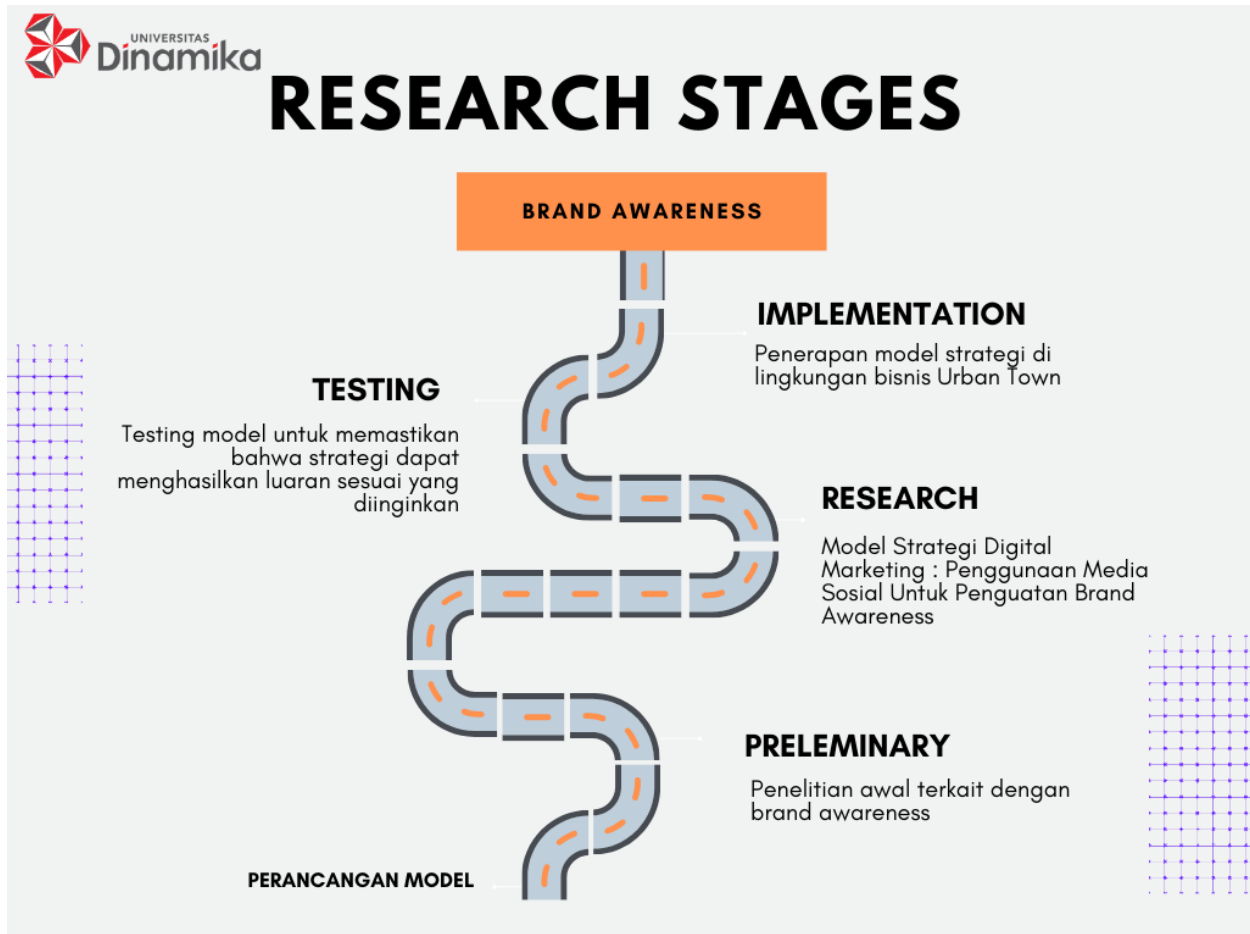
Penelitian ini memberikan fokus pada model strategi penguatan brand awareness. Obyek penelitian ini adalah hunian apartemen di Bumi Serpong tepatnya Apartemen Urban Town. Asumsi dasar penelitian ini adalah pertumbuhan penduduk di perkotaan meningkatkan kebutuhan hunian.



Mekanisme penelitian dilakukan melalui 4 fase yaitu:

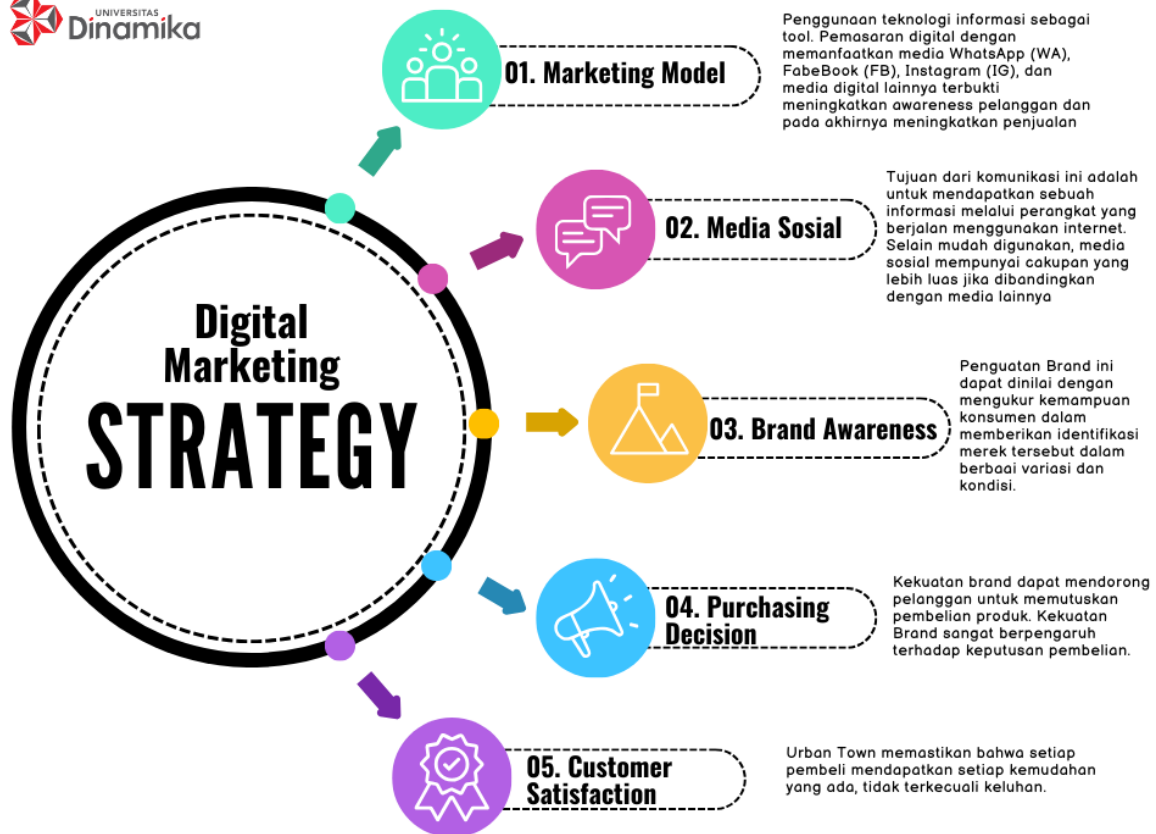
1. *Gap Analysis*; Tahapan ini, peneliti menganalisis gap antara kebutuhan tempat hunian dan ketersediaan *occupancy* apartemen urban town dari sisi kekuatan brand urban town. Kebutuhan pelanggan akan hunian ini dapat dikomunikasikan dengan menggunakan model pemasaran digital berbasis media sosial.
2. Penarikan *Hypothesis*; Hipotesis penelitian yang diajukan adalah: a) *Brand* kuat meningkatkan permintaan hunian Urban Town; b) Digital Marketing meningkatkan kekuatan Brand; c) Media sosial mendorong *awareness* calon pelanggan Urban Town.
3. *Testing Model*; Tahapan ini dilakukan *testing* model strategi. Testing dilakukan pada periode tertentu untuk mengukur keberhasilan model.
4. Implementasi Model; Implementasi model sekaligus untuk membuktikan bahwa model strategi dapat diterapkan untuk menguatkan *Brand* Urban Town

3. Tahapan Penelitian



Tahap awal dilakukan perencanaan model sebagai dasar melakukan riset awal. Riset awal mengkaji tentang kekuatan brand dan keputusan pembelian. Riset ini adalah preliminary untuk benchmark penelitian lanjutan. Penelitian awal ini menghasilkan model strategi generik untuk penguatan brand dalam rangka meningkatkan *awareness* pelanggan khususnya calon pelanggan Urban Town. Model strategi kemudian dilakukan testing pada periode tertentu untuk mengamati pola perilaku pelanggan setelah diberlakukan strategi. Kemudian hasil penerapan dilakukan evaluasi untuk dijadikan dasar implementasi kepada Urban Town.

4. Model Prototype



Model yang dikembangkan bertumpu pada lima sub model yaitu *marketing model*; *Media sosial*; *Brand Awareness*; *Purchasing Decision*; *Customer Satisfaction*. Kelima sub model tersebut dinarasikan lebih detail sebagai berikut:

Marketing Model;



01. Marketing Model

Salah satu upaya dalam memasarkan produk dan jasa adalah menggunakan sarana digital atau lebih dikenal dengan digital marketing. Ciri digital marketing adalah dalam hal penggunaan teknologi informasi dalam prosesnya. Pemasaran digital dengan memanfaatkan media WhatsApp (WA), FabeBook (FB), Instagram (IG), dan media digital lainnya terbukti meningkatkan awareness pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan penjualan. Perlunya pemahaman bagaimana membuat konten pemasaran yang menarik untuk dikomunikasikan ke calon pelanggan. Sehingga manajemen konten

diperlukan untuk mengukur respon terhadap konten yang dipublikasikan. Hal ini tentu saja dengan memperhatikan demografi pelanggan.

Media Sosial;



02. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu tools yang ber-platform daring digunakan sebagai media komunikasi jarak jauh. Di dalam media sosial terdapat proses interaksi antara pengguna satu dengan lainnya. Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk mendapatkan sbauh informasi melalui perangkat yang berjalan menggunakan internet. Selain mudah digunakan, media sosial mempunyai cakupan yang lebih luas jika dibandingkan dengan media lainnya. Hal inilah yang menjadi salah satu keunggulan media sosial. Agar pengguna media sosial (medsos) lebih mudah dan cepat, dibutuhkan koneksi internet yang stabil dan cepat. Cukup dengan mengakses media sosial, perusahaan atau entitas lainnya dapat terhubung dengan pelanggan, membuat forum, diskusi bersama, mengunggah aktivitas keseharian perusahaan, dan aktifitas lainnya.

Brand Awareness;



03. Brand Awareness

Penguatan Brand ini dapat dinilai dengan mengukur kemampuan konsumen dalam memberikan identifikasi merek tersebut dalam berbaai variasi dan kondisi. Kegiatan peningkatan kesadaran merek ini perlu dilakukan oleh perusahaan. Hal ini karena konsumen akan membeli produk atau jasas yang sudah dikenal oleh mereka. Bran yang kuat akan lebih cepat memberikan dorongan keputusan pembelian oleh konsumen. Brand yang kuat juga memberikan efek kepercayaan merek tersebut oleh pelanggan.

Purchasing Decision;



04. Purchasing Decision

Keputusan pembelian dipengaruhi kekuatan merek yang dibangun melalui komunikasi pemasaran menggunakan media sosial. Keputusan pembelian ini juga akan berpotensi meningkatkan revenue perusahaan ketika quantity selliing meningkat. Perusahaan dapat mendorong peningkatan keputusan pembelian

dengan menguatkan merek dan awareness pelanggan melalui komunikasi pemasaran yang massive.

Customer Satisfaction;

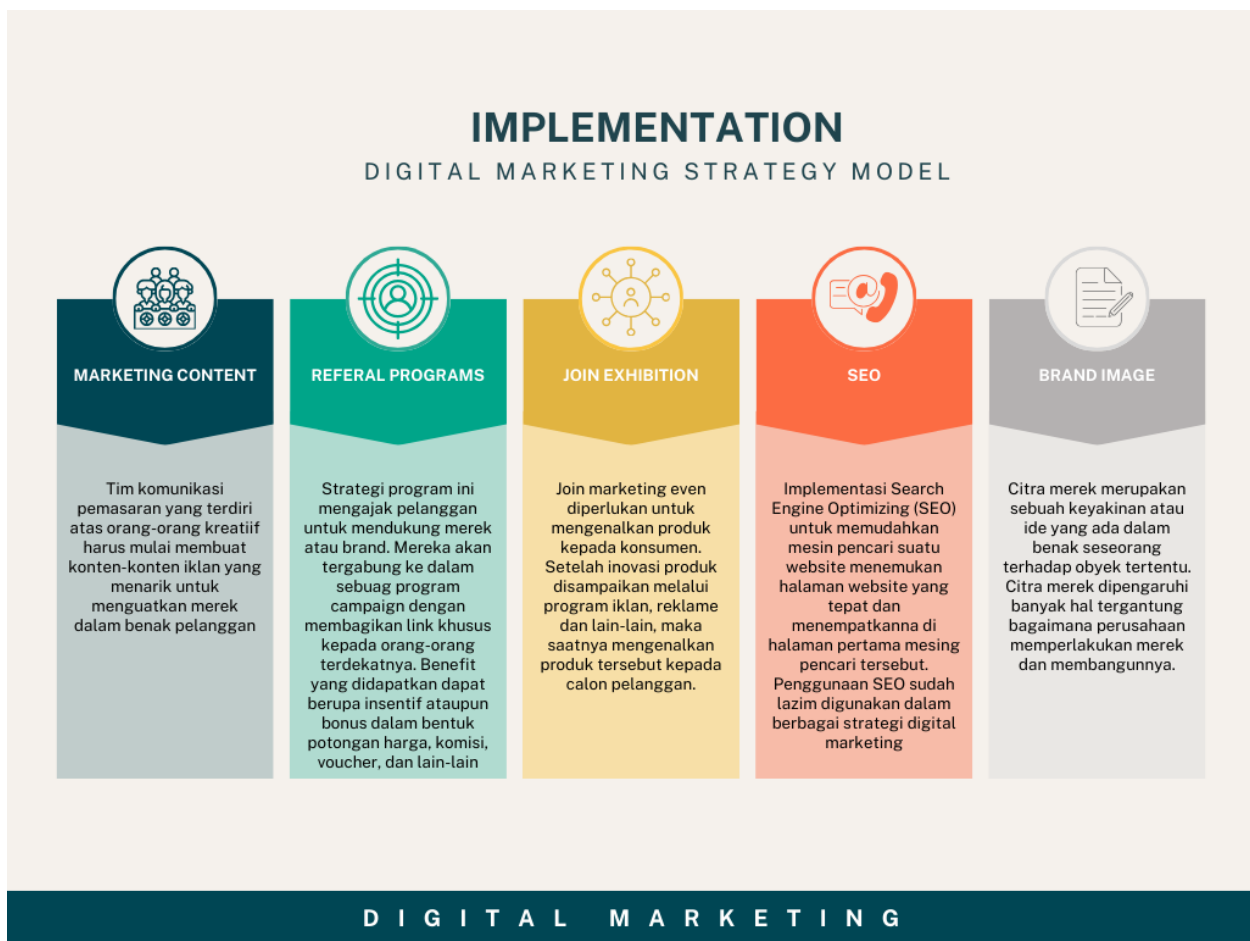


05. Customer Satisfaction

Urban Town memastikan bahwa setiap pembeli mendapatkan setiap kemudahan yang ada, tidak terkecuali keluhan. Hal ini dapat disampaikan langsung oleh para pembeli baik secara lisan dan juga

tulisan. Para pembeli dapat langsung mengunjungi kantor PP Urbantown Serpong kemudian menemui bagian manajemen building sesuai jadwal yang ada atau dapat mengirimkan pesan melalui platform yang tersedia.

5. Penerapan Prototype



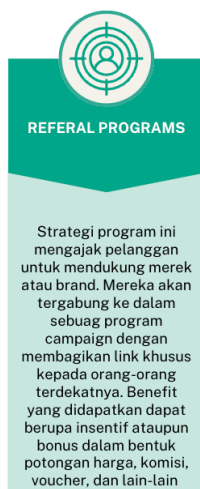
Penerapan model strategi peningkatan brand awareness melalui marketing model; Media Sosial; Brand awareness; Purchasing Decision; dan Customer Satisfaction menggunakan 5 (lima) tahapan. Berikut ini tahapan yang akan dilakukan, yaitu:

A. Create Marketing Content



Tim komunikasi pemasaran yang terdiri atas orang-orang kreatif harus mulai membuat konten-konten iklan yang menarik untuk menguatkan merek dalam benak pelanggan. Inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan harus dapat dikomunikasikan dengan sederhana sehingga dapat diterima oleh semua segmen pasar. Hal tersebut membutuhkan divisi *content creator* yang khusus menjadi think tank dalam setiap perubahan produk baik dari sisi fisik maupun non fisik. Konten pemasaran ini juga harus memperhatikan kondisi lapangan (demografi konsumen) beserta kebutuhannya.

B. Referral Program



Strategi program ini mengajak pelanggan untuk mendukung merek atau brand. Mereka akan tergabung ke dalam sebuah program campaign dengan membagikan link khusus kepada orang-orang terdekatnya. Benefit yang didapatkan dapat berupa insentif ataupun bonus dalam bentuk potongan harga, komisi, voucher, dan lain-lain setelah penerima referral membeli produk dari link yang disebar oleh peserta *campaign*. Prosesnya memang akan mengalami kesulitan untuk dimonitor karena setiap anggota mempunyai kode atau link khusus. Untuk itu, perusahaan akan menggunakan *software* khusus untuk *optimizing* alur prosesnya. Proses pembuatan link sampau dengan pengiriman *reward* akan dilakukan otomatis oleh sistem yang dibuat

perusahaan.

C. Join The Exhibition



JOIN EXHIBITION

Join marketing even diperlukan untuk mengenalkan produk kepada konsumen. Setelah inovasi produk disampaikan melalui program iklan, reklame dan lain-lain, maka saatnya mengenalkan produk tersebut kepada calon pelanggan.

Join marketing even diperlukan untuk mengenalkan produk kepada konsumen. Setelah inovasi produk disampaikan melalui program iklan, reklame dan lain-lain, maka saatnya mengenalkan produk tersebut kepada calon pelanggan. Pelanggan akan mendapatkan pengalaman langsung terhadap produk baru tersebut secara nyata. Karena dalam *even* pameran produk, pelanggan dapat melihat, mendengar, merasakan sensasi menggunakan, menilai, menganalisis sesuai kebutuhan, memilih dan lain sebagainya terhadap produk tersebut secara langsung. Pameran produk juga memberikan *experiential marketing* terhadap pelanggan. Selain mengengalkan produk, pameran ini juga bermanfaat untuk mengenal *competitor*; riset *trend* pasar; dan evaluasi kinerja tim pemasaran.

D. Strategi Search Engine Optimization (SEO)



SEO

Implementasi Search Engine Optimizing (SEO) untuk memudahkan mesin pencari suatu website menemukan halaman website yang tepat dan menempatkannya di halaman pertama mesin pencari tersebut. Penggunaan SEO sudah lazim digunakan dalam berbagai strategi digital marketing

Implementasi *Search Engine Optimizing* (SEO) untuk memudahkan mesin pencari suatu *website* menemukan halaman *website* yang tepat dan menempatkannya di halaman pertama mesin pencari tersebut. Penggunaan SEO sudah lazim digunakan dalam berbagai strategi *digital marketing*. Maka dengan menempatkan produk, *link*, dan segala hal yang berkaitan dengan produk tersebut di halaman pertama mesin pencari, akan meningkatkan potensi mendapatkan pengunjung lebih banyak. Kunjungan yang lebih banyak tersebut menunjang tujuan komunikasi pemasaran yang lebih cepat dan efisien. Maka, penggunaan SEO dalam setiap strategi pemasaran menjadi hal yang wajib.

E. Strategi Membangun Citra Merek



BRAND IMAGE

Citra merek merupakan sebuah keyakinan atau ide yang ada dalam benak seseorang terhadap obyek tertentu. Citra merek dipengaruhi banyak hal tergantung bagaimana perusahaan memperlakukan merek dan membangunnya.

Citra merek merupakan sebuah keyakinan atau ide yang ada dalam benak seseorang terhadap obyek tertentu. Citra merek dipengaruhi banyak hal tergantung bagaimana perusahaan memperlakukan merek dan membangunnya. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam membangun citra merek adalah atribut yang melekat dalam merek tersebut, *benefit* yang didapatkan konsumen, dan karakter dari merek itu sendiri. Salah satu cara mencapai strategi ini adalah dengan menyampaikan karakter brand kepada konsumen. Hal ini bisa diwujudkan dalam bentuk logo yang khas, konten pemasaran, sampai dengan

maskot merek. Promosi dan komunikasi pemasaran harus terus ditingkatkan untuk memperkuat citra merek dalam benak pelanggan

6. Kesimpulan

Model strategi *Digital Marketing*: Penggunaan Media Sosial Untuk Penguatan *Brand Awareness* ini menegaskan kembali bahwa untuk meningkatkan hunian di Urban Town harus meningkatkan kesadaran merek pelanggan. Kesadaran merek tersebut dapat mendorong calon pelanggan memutuskan pembelian. Sustainability pelanggan dapat dijaga dengan pelayanan yang baik untuk mencapai customer satisfaction. Kepuasan pelanggan tersebut akan menjaga loyalitas pelanggan. Dengan bantuan SEO dan meningkatkan brand, maka selain pelanggan semakin loyal, Urban Town berpotensi mendapatkan peningkatan revenue dari quantity selling yang meningkat.