

PENINGKATAN JANGKAUAN PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL DAN WEB: SUATU PENGANTAR

Oleh: Amanita Novi Yushita, M.Si

amanitanovi@uny.ac.id

*Makalah ini disampaikan pada Program Pengabdian pada Masyarakat“ Pelatihan Pembuatan Web bagi Kelompok Pengrajin Handicraft yang Tergabung dalam Dewan Kerajinan Nasional (Dekranas) Kota Yogyakarta guna Meningkatkan Jangkauan Pemasaran”.

Dalam perkembangan teknologi sekarang ini, sudah tidak diragukan lagi sebagai salah satu teknologi informasi yang lajang nyata, eksplosif, cepat dan meluas adalah internet dengan *World Wide Web (www)*. Setiap orang di seluruh dunia sangat mudah mengakses informasi, komunikasi dengan orang-orang di berbagai belahan dunia, berbagi artikel, video, foto, dan berbagai bentuk media lainnya. Tidak hanya faktor physical mempengaruhi bagaimana orang terhubung dengan internet, tetapi alasan orang menggunakan internet dan mengakses content-content tertentu juga membawa pengaruh bagaimana interaksi mereka secara *online*.

Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya dengan mudah bisa berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial network atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki bisa jadi merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia saat ini. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Media sosial adalah salah satu alternatif kegiatan pemasaran yang tidak membatasi wilayah jangkauan, waktu, pelanggan dan tempat. Media sosial mampu mendukung kegiatan pemasaran sebuah perusahaan atau organisasi melalui beberapa cara, diantaranya :

a. Sebagai Sarana Berkomunikasi

Komunikasi tidak lagi membutuhkan biaya yang tinggi untuk menghasilkan hasil yang optimal. Sosial *networking* adalah salah satu solusinya. Pemasaran intinya adalah membangun hubungan antara perusahaan dengan konsumen. Sebuah hubungan baik akan tercipta melalui komunikasi. Perangkat-perangkat blog seperti Twitter, jejaring sosial seperti Facebook, distribusi video lewat Youtube, berbagi foto lewat Flickr, dapat dimanfaatkan UKM untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi dengan konsumen dan calon konsumen mereka.

b. Sebagai Media Berkolaborasi

Sistem konservatif, konsumen hanya menerima informasi searah dari produsen tentang produk/jasa yang mereka tawarkan. Konsumen sulit untuk langsung berinteraksi, tetapi dengan media sosial seperti Facebook dan Twitter kini konsumen dapat menyuarakan ketidak puasannya, mengusulkan ide, memberikan komentar atau pendapatnya dengan bebas. Konsumen yang menyukai produk tertentu secara alami terkelompok menjadi satu komunitas yang kuat. Kolaborasi konsumen inilah yang menentukan tren, membentuk pola pembelian, atau sebaliknya mematahkan produk di pasar jika mereka tidak puas. Perusahaan mau tidak mau harus mendengarkan apa kata konsumen.

c. Sebagai Media Hiburan

Media sosial lebih menarik dan disukai masyarakat karena sifatnya yang menghibur. Bagi pemilik UKM, di media sosial lah sebagian besar sasaran pasar mereka bercokol. Media sosial bukan sarana menjual tapi sarana berbagi informasi. Jika perusahaan Anda memiliki citra yang positif dalam hal penyebaran informasi maka dengan sendirinya masyarakat akan melirik produk Anda.

d. Sebagai Media Promosi

Iklan sudah menjadi keharusan bagi bisnis apapun. Namun, seringkali menjadi hambatan bagi pemula dan pemilik bisnis kecil karena mahalnya biaya yang harus mereka keluarkan untuk berpromosi. Jejaring sosial hadir memberikan solusi yang sangat tepat, anda dapat mempromosikan produk anda tanpa biaya sepeserpun.

e. Membangun Merek.

Berada di situs jejaring social seperti facebook, twitter dan LinkedIn memastikan bisnis anda lebih dikenal oleh konsumen dan rekan-rekan anda. anda bisa mendatangkan kunjungan yang sangat besar dengan investasi minimum melalui kampanye di social media. Menciptakan dan membentuk brand image di situs jejaring sosial akan mempunyai dampak yang dahsyat bagi bisnis anda.

f. Riset Pasar

Pengguna jejaring sosial mengekspresikan pendapat mereka tentang apapun melalui situs jejaring sosial, ini memberikan umpan balik kepada anda dengan sangat cepat. Anda bisa menggunakan aspek ini untuk riset pasar yang efektif. Dengan data yang langsung berasal dari konsumen, seharusnya memberikan kemudahan kepada anda untuk memperbaiki bisnis anda dengan cara terbaik untuk melayani permintaan konsumen.

g. Mengecek Pesaing Anda

Sangat penting sekali mengetahui kinerja pesaing anda di pasar sehingga anda bisa memberikan yang lebih baik. Situs jejaring sosial memungkinkan anda untuk memantau pesaing anda, kampanye mereka, bagaimana mereka melayani pelanggannya, setiap transaksi dan penawaran yang mereka sediakan dan lain-lain.

Social Networking Site (SNS) atau biasa disebut juga jejaring sosial didefinisikan sebagai suatu layanan berbasis web yang memungkinkan setiap individu untuk membangun hubungan sosial melalui dunia maya seperti membangun suatu profil tentang dirinya sendiri, menunjukkan koneksi seseorang dan memperlihatkan hubungan apa saja yang ada antara satu member dengan member lainnya dalam sistem yang disediakan, dimana masing-masing *social networking site* memiliki ciri khas dan sistem yang berbeda-beda, beberapa contoh *Social Networking Site* diantaranya *MySpace, Facebook, Cyworld, twiter and Bebo*. Fungsi dari penerapan *Social Networking Site* itu sendiri berfokus pada koneksi yang akan dibangun oleh satu orang dengan orang lainnya, dimana dapat berupa hubungan

sahabat, keluarga, *event*, profesi hingga bisnis dan pekerjaan (Boyd & Ellison, 2007).



Mungkin pada sebagian orang, internet utamanya adalah sebagai saluran komunikasi sehingga orang ini hanya berfokus pada *email inbox*, sedangkan sebagian orang adalah sebagai saluran riset/eksplorasi sehingga *search engine* berperan terbesar dalam interaksi online-nya. Dengan begitu banyak *audience* yang berbeda berarti beragam jenis *channel* yang tersedia bagi marketer untuk dapat mewujudkan *e-marketing*.

e-Marketing atau istilah internet marketing, *web marketing*, dan *online marketing* merupakan aspek pemasaran dengan menggunakan internet dan teknologi interaktif untuk menciptakan media dialog antar perusahaan dengan pelanggan yang teridentifikasi untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa. Kegiatan *e-Marketing* umumnya meliputi pada hal-hal yang berhubungan dengan pembuatan produk periklanan, pencarian prospek atau pembeli, pembuatan desain web (*web design*), periklanan dengan menggunakan *banner*, *search engine*, *email*, *email advertising*, *affiliate marketing*, *interactive marketing*, dll.

Website merupakan salah satu media promosi yang paling populer saat ini, memiliki jangkauan ruang dan waktu yang tak terbatas. Untuk mendapatkan website sebagai media yang efektif dalam pemasaran produk maupun penyampaian informasi, diperlukan strategi tertentu secara tepat sehingga promosi website anda

berhasil. Apapun bisnisnya – pemanfaatan internet sebagai salah satu media pemasaran, dapat membantu menjangkau konsumen lebih banyak.



Perkembangan internet terus meningkat dari waktu ke waktu. Saat ini, media promosi tidak hanya didominasi oleh website. Media promosi juga merambah ke jejaring sosial. Menuntut sistem pemasaran yang lebih proaktif dan agresif, langsung ke calon-calon pelanggan potensial.

Selain itu, dengan semakin berkembangnya teknologi elektronika, internet juga semakin mudah dan cepat diakses oleh siapapun dan dari manapun. Kebutuhan website yang tidak hanya dapat diakses dari komputer meja (desktop) ataupun laptop, tetapi juga semakin menuntut adaptasinya dengan perangkat-perangkat bergerak (*mobile devices*) seperti handphone, smartphone, PDA, dan tablet. Tidak hanya dari sisi konten websitenya saja yang harus pintar beradaptasi dengan perangkat-perangkat bergerak ini, tetapi juga dari sisi tampilan, kecepatan dan sebagainya. Jadi, memiliki website saja belumlah cukup.

Perkembangan internet sebagai media promosi dan pemasaran produk / jasa semakin terus bergerak maju. Memiliki website saja tidaklah cukup. Website yang baik adalah website yang mampu beradaptasi dan siap dengan perkembangan internet dimasa mendatang. Ada beberapa tips dalam website yang harus diperhatikan agar promosi produk / jasa di internet menjadi lebih unggul:

1. Integrasi dengan Situs Jejaring Sosial

Facebook dan Twitter hanyalah dua dari sekian banyak situs-situs jejaring sosial. Pendekatan situs jejaring sosial yang memberikan keleluasaan pengguna untuk berinteraksi dengan banyak pengguna secara lebih personal memberikan keuntungan bagi strategi pemasaran di Internet. Hal-hal yang biasa kita dengar di pemasaran real, seperti istilah “dari mulut ke mulut”, dapat terjadi di situs jejaring sosial. Penyebaran informasi dari user ke user, group, komunitas, hingga global terjadi begitu cepat. Bahkan lebih cepat dari penyebaran informasi didunia real. Fenomena inilah yang harus disadari & segera diadaptasi ke website-website anda sebagai salah satu strategi pemasaran yang anda lakukan nantinya.

Integrasi situs jejaring sosial kedalam website sangat diperlukan sehingga penyebaran informasi baru dari website anda akan semakin cepat menyebar luas ke pengguna-pengguna internet, terutama pengguna di jejaring sosial. Sebagai contoh kecil saja adalah penggunaan [facebook like button](#) di seluruh halaman-halaman website. Dengan adanya facebook like button, pengunjung website tidak hanya disuguhi dengan informasi-informasi yang membosankan, tetapi juga memberikan kesempatan untuk berinteraksi dan menyebarkannya ke pengguna lain didalam jejaring pertemanannya. Belum lagi penggunaan plugin facebook comments, tweet button, dan masih banyak lagi yang lainnya.

2. Mobile Browser Friendly

Pengguna perangkat bergerak (*mobile device*) semakin banyak. Akses internet, membaca & mengirim email, interaksi di jejaring sosial, mendengarkan musik, menonton video, hanya sebagian kecil dari aktifitas-aktifitas yang dapat dilakukan dengan mobile device seperti handphone / smartphone. Teknologi pendukung, baik dari sisi infrastruktur maupun sistem juga terus berkembang sehingga memungkinkan apa yang biasa dilakukan diperangkat komputer biasa, dapat juga dilakukan di perangkat bergerak. Hal ini juga termasuk ketika pengguna mengakses website anda melalui handphonenya.

Sebut saja ketika seorang pengguna mengakses website anda melalui BlackBerry, iPhone atau smartpone dengan sistem operasi Android miliknya. Apa yang mereka lihat? Apakah tampilan / layout yang sama seperti ketika mengakses website anda melalui browser PC? Ataukah lebih sederhana namun tetap dengan konten yang penting/diperlukan? Apakah aksesnya lebih cepat atau terasa lambat? Apakah tagihan / pulsa internet / limit bandwidth mereka terkuras / tidak? Jika anda memposisikan diri anda sebagai pengguna ini, maka tentu anda sudah tahu apa yang harus anda lakukan untuk website anda.

Optimalisasi website yang dibangun & didesain sedemikian rupa agar lebih ramah terhadap perangkat-perangkat bergerak seperti handphone menjadi semakin penting dalam strategi pemasaran, inilah yang maksud dengan **Mobile Browser Friendly**. Dimana suatu web di design sedemikian rupa sehingga mampu mendeteksi & beradaptasi secara otomatis ketika diakses melalui handphone. Adaptasi tersebut meliputi layout / struktur tampilan yang lebih *compact*, gambar & foto yang lebih optimal (baik dari ukuran ataupun size) sesuai dengan layar handphone, sehingga kecepatan akses menjadi semakin tinggi dan bandwidth pengguna tidak akan terkuras. Serta masih banyak teknik-teknik lainnya untuk membangun suatu website agar lebih mobile browser friendly.

Daftar Pustaka

Boyd, Danah M., Ellison, Nicole B., *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol 13 No 1, 2007, article 11.

Dedy Rianto Rahadi dan Mifta Farid. Pemanfaatan jejaring sosial dalam mendukung keunggulan bersaing.

<http://m.satublogs.com/web-design/>

<http://makeseofriendly.blogspot.com>

<http://www.ciputraentrepreneurship.com>