



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (2) 2024: 914-919

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Dampak Penggunaan Sosial Media dan Tingkat Pengetahuan Teknologi terhadap Keberhasilan Kampanye Pemasaran Digital

Briyan Armanda Khoirino¹, Marista Basung^{2*}, Maifin Nada Azizah³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang.

* Corresponding author: e-mail: Briyangates2@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima April 2024 Disetujui Mei 2024 Diterbitkan Juni 2024</p>	<p>Kampanye pemasaran digital telah menjadi tonggak penting dalam strategi pemasaran perusahaan di era digital saat ini. Dalam lingkungan yang didominasi oleh media sosial dan teknologi informasi, pemahaman yang mendalam tentang dampak penggunaan media sosial dan tingkat pengetahuan teknologi menjadi kunci untuk mencapai keberhasilan dalam upaya pemasaran. Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak dari penggunaan media sosial dan tingkat pengetahuan teknologi terhadap keberhasilan kampanye pemasaran digital. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara dengan praktisi pemasaran digital dan analisis literatur yang relevan. Temuan menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memberikan kesempatan baru bagi merek untuk terhubung dengan audiens secara langsung, meningkatkan keterlibatan, kesadaran merek, dan loyalitas pelanggan. Di samping itu, tingkat pengetahuan teknologi dari tim pemasaran memainkan peran penting dalam merancang strategi yang efektif, mengoptimalkan penggunaan alat-alat digital, dan menganalisis kinerja kampanye secara tepat waktu.</p>
<p>Kata Kunci: Media Social, Kampanye Pemasaran.</p>	<p><i>ABSTRACT</i></p>
<p>Keywords: Social Media, Marketing Campaigns.</p>	<p><i>Digital marketing campaigns have become insignificant in a company's marketing strategy in today's digital era. In an environment dominated by social media and information technology, a deep understanding of the impact of social media use and level of technological knowledge are key to achieving success in marketing efforts. This study aims to explore the impact of social media use and level of technological knowledge on the success of digital marketing campaigns. Using a qualitative approach, data was collected through interviews with digital marketing practitioners and analysis of relevant literature. Findings show that the use of social media provides new opportunities for brands to connect with audiences directly, increasing engagement, brand awareness and customer loyalty. On the other hand, the level of technological knowledge of the</i></p>

marketing team plays an important role in designing effective strategies, optimizing the use of digital tools, and analyzing camp

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang harus berkembang, pemasaran telah mengalami pergeseran signifikan dari metode konvensional menuju pendekatan yang lebih interaktif dan terarah. Media sosial dan teknologi informasi telah menjadi pilar utama dalam pemasaran, memperkenalkan paradigma baru yang mengubah cara merek berinteraksi dengan konsumsinya. Di tengah arus ini, pertanyaan tentang dampak penggunaan media sosial dan tingkat pengetahuan teknologi terhadap keberhasilan kampanye pemasaran digital menjadi semakin relevan.

Media sosial telah mengubah lanskap pemasaran dengan cara yang tak terduga. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn telah menjadi saluran utama bagi mereka untuk berhubungan dengan audiens mereka secara langsung. Kemampuan untuk membangun hubungan, mendengarkan umpan balik, dan memberikan konten yang relevan telah mengubah cara mereka memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen. Di sisi lain, tingkat pengetahuan teknologi dari praktisi pemasaran juga menjadi kunci dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial dan alat-alat lainnya untuk mencapai tujuan pemasaran.

Dalam pendahuluan ini, kami akan mengeksplorasi dampak penggunaan media sosial dan tingkat pengetahuan teknologi terhadap keberhasilan kampanye pemasaran digital. Kami akan melihat bagaimana media sosial telah merubah cara mereka berinteraksi dengan konsumen, mempengaruhi keterlibatan dan kesadaran mereka. Selain itu, kami akan membahas pentingnya tingkat pengetahuan teknologi dalam merancang, melaksanakan, dan mengukur efektivitas kampanye pemasaran digital. Dengan memahami faktor-faktor ini, kita dapat mendapatkan wawasan yang lebih baik tentang bagaimana memanfaatkan media sosial dan teknologi untuk mencapai tujuan pemasaran yang sukses dalam era digital ini.

KAJIAN LITERATUR

Dalam kajian literatur tentang dampak penggunaan media sosial dan tingkat pengetahuan teknologi terhadap keberhasilan kampanye pemasaran digital, beberapa temuan penting telah diidentifikasi.

Pertama, media sosial telah menjadi komponen penting dalam strategi pemasaran digital, memberikan peluang besar bagi merek untuk terhubung dengan audiens secara langsung dan meningkatkan kesadaran merek serta keterlibatan konsumen.

Kedua, tingkat pengetahuan teknologi dari praktisi pemasaran memainkan peran krusial dalam merancang strategi yang efektif, mengoptimalkan penggunaan alat-alat digital, dan mengukur kinerja kampanye secara tepat waktu.

Selanjutnya, keterlibatan konsumen dan kesadaran merek merupakan hasil langsung dari penggunaan media sosial yang efektif. Interaksi langsung antara merek dan konsumen melalui platform media sosial dapat memperkuat hubungan dan membangun loyalitas pelanggan. Analisis kinerja kampanye optimisasi strategi juga menjadi bagian penting dari pendekatan pemasaran digital yang berhasil. Dengan memanfaatkan alat analisis yang tersedia di media sosial, tim pemasaran dapat mengidentifikasi tren, melacak konversi, dan melakukan perubahan yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas kampanye.

Dalam keseluruhan kajian literatur ini, menyoroti pentingnya penggunaan media sosial dan tingkat pengetahuan teknologi dalam mencapai tujuan pemasaran digital. Implikasi

praktis dari temuan ini termasuk perlunya investasi dalam pengembangan keterampilan teknologi dan strategi pemasaran yang berbasis pada data untuk mengoptimalkan kampanye pemasaran digital di masa depan.

METODE

Dalam rangka memahami peran yang dimainkan oleh penggunaan media sosial dan tingkat pengetahuan teknologi dalam konteks kampanye pemasaran digital, penelitian ini mengadopsi pendekatan survei yang holistik. Melalui proses survei yang komprehensif, kami bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana frekuensi penggunaan media sosial untuk keperluan pemasaran berhubungan dengan tingkat keberhasilan kampanye pemasaran digital, serta sejauh mana tingkat pengetahuan teknologi memengaruhi strategi dan hasil kampanye tersebut. Proses survei ini akan melibatkan pengumpulan data dari responden yang memiliki pengalaman dalam bidang pemasaran digital, baik sebagai praktisi langsung maupun sebagai konsumen yang aktif terlibat dalam interaksi dengan kampanye pemasaran digital. Kami akan memanfaatkan kuesioner yang dirancang secara cermat, mencakup pertanyaan yang terstruktur untuk mengeksplorasi berbagai aspek, mulai dari pola penggunaan media sosial dalam konteks pemasaran hingga tingkat pemahaman dan penguasaan teknologi yang dimiliki oleh responden. Selain itu, survei ini juga akan meminta partisipan untuk memberikan penilaian dengan melakukan wawancara mereka terhadap keberhasilan kampanye pemasaran digital yang mereka ikuti, termasuk faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi atau membatasi efektivitas kampanye tersebut. Dengan demikian, diharapkan bahwa hasil survei ini akan memberikan wawasan yang mendalam tentang kompleksitas interaksi antara penggunaan media sosial, tingkat pengetahuan teknologi, dan keberhasilan kampanye pemasaran digital, yang akan memberikan kontribusi berharga bagi perkembangan praktik pemasaran di era digital yang terus berkembang jadi semakin tinggi penggunaan sosial media dan pengetahuan masyarakat tentang teknologi maka makin tinggi juga tingkat keberhasilan pemasaran digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, akan dibahas hasil survei terkait dampak penggunaan media sosial dan tingkat pengetahuan teknologi terhadap keberhasilan kampanye pemasaran digital. Survei dilakukan untuk mengevaluasi hubungan antara frekuensi penggunaan media sosial, tingkat pengetahuan teknologi, dan keberhasilan kampanye pemasaran digital, serta implikasinya dalam konteks praktik pemasaran saat ini. Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Teknologi Survei ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan media sosial secara aktif untuk keperluan pemasaran, dengan tingkat variabilitas dalam penggunaan platform media sosial tertentu. Selain itu, sebagian besar responden juga menunjukkan tingkat pengetahuan teknologi yang cukup tinggi, terutama dalam hal alat dan teknologi yang digunakan dalam pemasaran digital. Pengaruh Terhadap Keberhasilan Kampanye Analisis awal menunjukkan adanya korelasi positif antara frekuensi penggunaan media sosial untuk pemasaran dan tingkat keberhasilan kampanye pemasaran digital. Sementara itu, tingkat pengetahuan teknologi juga tampak memengaruhi pendekatan dan hasil kampanye, meskipun dengan variasi yang lebih besar.

Hasil Wawancara

Narasumber	Pertanyaan	Jawaban
Faisal		Sosial media telah menjadi salah satu sarana paling efektif dalam mencapai

<p>Adriansyah</p>	<p>Bagaimana menurut Anda peran utama sosial media dalam kampanye pemasaran digital saat ini?</p> <p>Dalam pengalaman Anda, apa saja dampak positif yang dapat diperoleh dari penggunaan sosial media dalam strategi pemasaran digital?</p>	<p>target pasar secara langsung. Dengan jangkauan yang luas dan kemampuan segmentasi yang presisi, sosial media memungkinkan kami untuk berinteraksi dengan audiens potensial secara lebih personal dan mendalam.</p> <p>alah satu dampak positif yang paling terlihat adalah peningkatan kesadaran merek. Melalui konten kreatif dan interaksi yang berarti, kami dapat membangun hubungan yang kuat dengan konsumen kami, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas merek dan konversi penjualan.</p>
<p>M. Toha</p>	<p>Menurut Anda, apakah adanya peningkatan tingkat pengetahuan teknologi dalam tim pemasaran berdampak langsung pada keberhasilan sebuah kampanye pemasaran digital? Mengapa demikian?</p>	<p>Ya, tingkat pengetahuan teknologi yang tinggi sangat penting dalam mengoptimalkan kampanye pemasaran digital. Tim yang memiliki pemahaman yang mendalam tentang algoritma sosial media, analisis data, dan perkembangan teknologi terbaru memiliki keunggulan dalam merancang strategi yang efektif dan responsif.</p>
<p>M. risky</p>	<p>Apa saja tantangan yang Anda hadapi dalam mengintegrasikan teknologi baru ke dalam strategi pemasaran</p>	<p>alah satu tantangan utama adalah tingkat perubahan yang cepat dalam teknologi dan platform sosial media. Untuk mengatasi ini, kami melakukan investasi dalam pelatihan</p>

<p>M.Apdullah</p>	<p>digital Anda, dan bagaimana Anda mengatasinya?</p> <p>Berdasarkan pengalaman Anda, apakah ada keterkaitan antara tingkat interaksi pengguna sosial media dengan tingkat keberhasilan suatu kampanye pemasaran digital? Jika ya, bagaimana Anda mengukurnya?</p>	<p>dan pengembangan tim, serta menjalin kemitraan dengan agen atau ahli teknologi yang dapat membantu kami tetap relevan.</p> <p>Ya, ada keterkaitan yang erat antara tingkat interaksi pengguna sosial media dan keberhasilan kampanye pemasaran digital. Kami mengukurnya melalui analisis data seperti tingkat keterlibatan (engagement rate), jumlah interaksi (likes, comments, shares), dan konversi yang dihasilkan dari interaksi tersebut. Semakin tinggi tingkat interaksi, semakin besar kemungkinan kampanye kami sukses.</p>
-------------------	--	---

KESIMPULAN

Dalam konteks perkembangan pemasaran digital, penggunaan media sosial dan tingkat pengetahuan teknologi memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan kampanye pemasaran. Hasil survei ini mengindikasikan bahwa frekuensi penggunaan media sosial dan tingkat pemahaman teknologi berkontribusi signifikan terhadap efektivitas kampanye. Penemuan ini menunjukkan bahwa praktisi pemasaran perlu memperhatikan strategi penggunaan media sosial yang tepat dan meningkatkan pemahaman mereka tentang teknologi yang digunakan dalam pemasaran digital.

Kesimpulan ini menggarisbawahi pentingnya terus mengikuti perkembangan media sosial dan teknologi untuk memperbaiki strategi pemasaran digital. Dengan memahami dinamika yang terlibat dalam penggunaan media sosial dan teknologi, praktisi pemasaran dapat mengoptimalkan upaya mereka untuk mencapai tujuan pemasaran dengan lebih efisien dan efektif.

Dalam konteks masa depan, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menjelajahi aspek-aspek lain dari penggunaan media sosial dan tingkat pengetahuan teknologi yang mungkin mempengaruhi keberhasilan kampanye pemasaran digital. Dengan demikian, kesimpulan dari penelitian ini menawarkan pandangan yang berharga bagi praktisi pemasaran dalam menghadapi tantangan dan peluang yang terus berkembang dalam ranah pemasaran digital.

REFERENSI

- Aditya, F. (2019). "Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Keberhasilan Kampanye Pemasaran Digital." *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(2), 45-58.
- Kartika, A. (2017). *Manajemen Pemasaran Digital: Pemanfaatan Media Sosial dan Teknologi dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Erlangga.
- Nugroho, E., & Pratiwi, D. (2021). *Manajemen Pemasaran Digital: Konsep dan Implementasi Strategi Pemasaran Online*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Pratama, B., & Wibowo, R. (2020). *Media Sosial dan Pemasaran Digital: Strategi Efektif Meningkatkan Brand Awareness dan Penjualan*. Penerbit Buku Kompas.
- Rahayu, D., & Setiawan, A. (2016). "Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Keberhasilan Kampanye Pemasaran." *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 30-42.
- Santoso, S. (2018). *Strategi Pemasaran Digital: Meningkatkan Daya Saing Produk dan Jasa*. Salemba Empat.
- Susanto, H. (2019). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen Online*. Penerbit Andi.
- Wirawan, A. (2015). *Pemasaran Digital: Panduan Praktis Memasarkan Produk dan Jasa Anda Secara Online*. Andi Publisher.