Kampus Merdeka
INDONESIA JAYA

TATA CARA BERIKLAN
DALAM DIGITAL MARKETING

Okta Nur Wahyu Pratama, dkk

TATA CARA BERIKLAN

DALAM DIGITAL MARKETING

Okta Nur Wahyu Pratama
Akmal Al Faritsi
Dimas Sandhi Ajie Pamungkas S
Nur Ilham Prambodo
Anissa Ollivia Cahya Pratiwi
Indra Pangestu
Frizsa Dias Puspitasari
Fiviana Sulistiyana
Surya Kharisma Octavian
Reha Voge Ashari

CV. AE MEDIA GRAFIKA

Tata Cara Beriklan dalam Digital Marketing

ISBN: 978-623-5516-35-6

Cetakan ke-1 Desember 2021

PENYUSUN
Okta Nur Wahyu Pratama
Akmal Al Faritsi
Dimas Sandhi Ajie Pamungkas S
Nur Ilham Prambodo
Anissa Ollivia Cahya Pratiwi
Indra Pangestu
Frizsa Dias Puspitasari
Fiviana Sulistiyana
Surya Kharisma Octavian
Reha Voge Ashari

PENGARAH
Slamet Riyanto, ST., MM

DESAIN
Firman Rany Muid

EDITOR
Estuning Dewi Hapsari, S.Pd., M.Pd.

Penerbit
CV. AE MEDIA GRAFIKA
Jl. Raya Solo Maospati, Magetan, Jawa Timur 63392
Telp. 082336759777
email: aemediagrafika@gmail.com
website: www.aemediagrafika.com

Anggota IKAPI Nomor: 208/JTI/2018

Hak cipta @ 2021 pada penulis
Hak Penerbitan pada CV. AE MEDIA GRAFIKA

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat taufik serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulisan buku Tata Cara Beriklan Dalam Digital Marketing ini dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat serta Salam kami haturkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang telah mengangkat umatnya dari zaman kebodohan dan menghantarkan pada era teknologi sekarang ini.

Buku berjudul "Tata Cara Beriklan dalam Digital Marketing" merupakan buku yang dibuat untuk memenuhi luaran Program Holistik Pembinaan dan Pemberdayaan Desa. Pada kesempatan ini, tim penulis mengucapkan terimakasih kepada Direktorat Belmawa, Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi dan Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Universitas PGRI Madiun beserta tim PHP2D yang mendukung kegiatan ini.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis sangat terbuka untuk menerima saran dan masukan untuk perbaikan buku ini. Harapan penulis, buku ini dapat memberikan manfaat dalam pengembangan pembelajaran di Perguruan Tinggi dan bagi pembacanya.

Madiun, November 2021
Tim Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA iii

DAFTAR ISI v

BAB 1 BERIKLAN DI YOUTUBE

A. Tentang YouTube 1
B. Tentang Iklan YouTube 2
C. Manfaat Iklan YouTube 4
D. Format Iklan untuk YouTube..... 6
E. Persyaratan Iklan Youtube 13
F. Langkah-Langkah Membuat Channel Youtube 15
G. Langkah-Langkah Beriklan di YouTube ... 16

BAB 2 BERIKLAN DI FACEBOOK

A. Tentang Facebook..... 23
B. Langkah-Langkah Pembuatan Akun Facebook 25
C. Langkah-Langkah Beriklan di Facebook .. 27

BAB 3 BERIKLAN DI INSTAGRAM

A. Tentang Instagram 35
B. Keunggulan Instagram Ads 36
C. Tentang Format Iklan Instagram 37
D. Langkah-Langkah Pembuatan Akun di Instagram 39
E. Langkah-Langkah Beriklan di Instagram ...49

BAB 4 BERIKLAN DI TOKOPEDIA

A. Tentang Tokopedia 54
B. Langkah-Langkah Pembuatan Akun Tokopedia 56
C. Membuat Toko di Tokopedia.....58
D. Riset Produk dan Riset Supplier pada Tokopedia 63
E. Kelebihan Beriklan di Tokopedia 69
F. Langkah-Langkah Beriklan di Tokopedia ..70

BAB 5 BERIKLAN DI SHOPEE

A. Tentang Shopee 74
B. Kelebihan Beriklan di Shopee 76
C. Langkah-Langkah Pembuatan Toko di Shopee 77
D. Langkah-Langkah Beriklan Di Shopee.....79

DAFTAR PUSTAKA.....83

BAB 1
BERIKLAN DI YOUTUBE

A. Tentang YouTube

Pada dasarnya, youtube merupakan sebuah website yang menfasilitasi penggunanya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah ke situs ini. Video tersebut antara lain video klip musik dari musisi tertentu, film pendek, film televisi, trailer film, video edukasi, video blog milik para vlogger, video tutorial berbagai macam aktivitas, dan masih banyak lagi.

Youtube mulai berdiri sejak bulan Februari 2005. Yang diprakarsai oleh Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim. Markas besar Youtube berada di San Bruno, California, Amerika Serikat. Website yang kini memuat miliaran video berkembang sangat pesat dari awal didirikan. Bahkan pada tahun 2006 di bulan November, Google membeli Youtube dengan harga US$ 1,65 miliar.

Youtube mendapatkan penghasilannya dari iklan yang ditampilkan sebelum video-video youtube diputar. Iklan tersebut dinamakan dengan Google AdSense, sebuah program yang menawarkan pembayaran berdasarkan tingkat frekuensi sebuah video diputar. Pada bulan Februari 2017, tercatat ada video dengan total durasi 400 jam diunggah di Youtube setiap menitnya dan total satu miliar jam konten Youtube ditonton orang setiap harinya.

B. Tentang Iklan YouTube

Di YouTube, orang dapat menemukan video dengan berbagai cara. Cara tersebut diantaranya menelusuri di halaman penelusuran YouTube,

mengklik rekomendasi video di halaman tonton, atau memilih video dari feed halaman beranda. Kita dapat menggunakan YouTube untuk beriklan dengan lebih efektif kepada orang-orang yang menelusuri produk atau merek Kita.

Youtube memiliki fasilitas yang cukup unik. Adanya kombinasi unik antara akses, berbagi, dan komunitas video di YouTube menciptakan peluang yang tak tertandingi untuk interaksi audiens. Penglihatan, suara, dan gerakan dapat menimbulkan interaksi emosional dengan konten yang tidak kita dapatkan dari bentuk media lain.

Kita dapat memfasilitasi penemuan dan interaksi (berbagi, komentar, dan suka) dengan iklan video dengan mempromosikan iklan menggunakan iklan YouTube dan menghostingnya pada halaman profil yang dikurasi YouTube.

Pembuat video dapat mempelajari banyak hal tentang penonton mereka melalui kumpulan alat pengukuran yang canggih, termasuk YouTube Analytics. Demografi audiens, tingkat interaksi, dan

performa dibandingkan dengan video yang serupa merupakan beberapa data yang tersedia. Pembuat video dapat menggunakan data ini untuk mendorong penayangan yang lebih luas dan lebih lanjut di antara target audiens.

Semua iklan dan materi iklan harus mematuhi kebijakan periklanan Google. Saat membuat materi iklan, pastikan kita mengikuti pedoman. Dengan mematuhi pedoman, akan memberikan peluang terbaik untuk menjangkau pelanggan dan mendorong performa bisnis Kita.

C. Manfaat Iklan YouTube

Melalui beriklan di YouTube, akan memebrikan beberapa manfaat, antara lain sebagai berikut.

1. Terhubung dengan audiens

   Iklan yang diputar atau dijalankan di samping video YouTube dapat membantu kita menjangkau calon pelanggan dengan cara yang unik dan mudah diingat. Kita dapat melakukannya secara personal, berbagi keahlian dengan semua orang, atau merekam diri kita dan menjelaskan bagaimana

produk atau layanan. Dengan demikian kiita dapat bermanfaat bagi audiens.

2. Menjangkau audiens yang tepat

   Melalui iklan di YouTube, kita dapat menjangkau pelanggan menurut topik, kata kunci, atau demografi, seperti "perempuan berusia di bawah 35 tahun".

3. Membuat kampanye hanya dalam beberapa menit. Cukup dengan membuat akun Google Ads, siapkan kampanye, dan jangkau audiens kita.

4. Mengukur kesuksesan kita

   Kita dapat mencari tahu apakah sudah menjangkau audiens yang tepat. Caranya melalui memeriksa akun Google Ads kita untuk melacak detail penayangan, biaya, dan anggaran. Kunjungi tab "*Analytics*" di akun YouTube untuk mempelajari penonton kita lebih lanjut. Misalnya, kita akan mengetahui video mana yang ditonton oleh pelanggan dan seberapa lama mereka menontonnya.

D. Format Iklan untuk YouTube

Terdapat beberapa format untuk berilan di YouTube. Kita dapat menggunakan format iklan berbeda sesuai dengan saaran yang diinginkan. Format iklan tersebut sebagai berikut.

1. Iklan in-stream yang dapat dilewati

   Gunakan iklan in-stream yang dapat dilewati jika kita memiliki konten video yang ingin dipromosikan sebelum, selama, atau setelah video lain di YouTube serta di seluruh situs dan aplikasi yang berjalan di Google Video Partner. Iklan in-stream yang dapat dilewati diputar sebelum, selama, atau setelah video lainnya. Setelah 5 detik, penonton memiliki opsi untuk melewati iklan. Iklan in-stream yang dapat dilewati muncul di halaman tonton YouTube serta di seluruh situs dan aplikasi yang berjalan di Google Video Partner. Dengan bidding CPV, kita membayar saat penonton menonton video selama 30 detik (atau keseluruhan durasi video jika kurang dari 30 detik) atau berinteraksi dengan video Kita, mana saja yang

lebih dulu. Dengan bidding Target CPM, Target CPA, dan Maksimalkan konversi, kita membayar berdasarkan tayangan.

2. Iklan in-stream yang tidak dapat dilewati

   Gunakan iklan in-stream yang tidak dapat dilewati jika kita memiliki konten video yang ingin dipromosikan sebelum, selama, atau setelah video lain di YouTube serta di seluruh situs dan aplikasi yang berjalan di Google Video Partner. Iklan tersebut jika kita ingin penonton melihat keseluruhan pesan tanpa melewati video kita. Iklan in-stream yang tidak dapat dilewati berdurasi 15 detik (atau lebih singkat) dan diputar sebelum, selama, atau setelah video lain. Penonton tidak memiliki opsi untuk melewati iklan. Iklan in-stream yang tidak dapat dilewati muncul di video YouTube serta di seluruh situs dan aplikasi yang berjalan di Google Video Partner. Iklan in-stream yang tidak dapat dilewati menggunakan bidding Target CPM, sehingga kita membayar berdasarkan tayangan. Kita juga dapat menggunakan format iklan ini saat

memilih "Buat kampanye tanpa panduan sasaran" di Google Ads.

3. Iklan bumper

   Gunakan iklan bumper jika kita ingin menjangkau audiens secara luas dengan pesan singkat yang mudah diingat. Iklan bumper berdurasi 6 detik (atau lebih singkat) dan diputar sebelum, selama, atau setelah video lain. Penonton tidak memiliki opsi untuk melewati iklan. Iklan bumper muncul di video YouTube serta di seluruh situs dan aplikasi yang berjalan di Google Video Partner. Iklan bumper menggunakan bidding Target CPM, sehingga kita membayar berdasarkan tayangan.

4. Iklan video dalam feed

   Gunakan iklan video dalam feed untuk mempromosikan konten video di tempat penemuan, termasuk di samping video YouTube terkait, sebagai bagian dari hasil penelusuran YouTube, atau di halaman beranda YouTube Seluler. Iklan video dalam feed terdiri atas gambar

thumbnail dari video kita dengan beberapa teks. Sementara ukuran yang tepat dan tampilan iklan dapat bervariasi tergantung tempatnya muncul. Iklan video dalam feed selalu mengundang pengguna mengklik untuk menonton video. Video kemudian diputar di halaman beranda channel atau halaman tonton YouTube. Iklan video dalam feed muncul pada hasil penelusuran YouTube, bersama video YouTube terkait, dan di beranda YouTube seluler. Kita akan dikenai biaya hanya jika penonton memilih untuk menonton iklan kita dengan mengklik thumbnail.

5. Iklan Masthead

   Gunakan format ini saat kita ingin mendorong awareness bagi produk atau layanan baru atau menjangkau banyak penonton dalam waktu singkat (misalnya acara penjualan). Iklan Masthead hanya tersedia berdasarkan reservasi melalui Sales Rep Google. Ada beberapa cara kerja format iklan ini, dijelaskan sebagai berikut.

a. Dekstop

Video unggulan dalam iklan Masthead otomatis diputar tanpa suara hingga 30 detik di bagian atas feed Beranda YouTube. Iklan Masthead dapat muncul dalam format layar lebar atau rasio lebar tinggi 16:9 dan menyertakan panel informasi di sebelah kanan yang secara otomatis menggunakan aset dari channel kita. Kita dapat secara opsional memasukkan hingga 2 video pengiring di panel ini. Orang dapat mengklik ikon bisukan jika mereka ingin mendengar suara dari video.

Pada saat pemutaran otomatis selesai, video utama secara default akan ditampilkan sebagai thumbnail. Saat orang mengklik video atau mengklik thumbnail, mereka akan diarahkan ke halaman tonton YouTube untuk video tersebut.

b. Seluler

Video unggulan dalam iklan Masthead otomatis diputar tanpa suara selama

keseluruhan durasi video di bagian atas aplikasi YouTube atau feed Beranda m.youtube.com. Iklan Mobile Video Masthead menampilkan thumbnail video, judul yang dapat disesuaikan, teks deskripsi, serta pesan ajakan (CTA) eksternal. Iklan Mobile Video Masthead juga secara otomatis mengambil nama dan ikon channel dari channel pengiklan. Saat pengguna mengklik iklan Mobile Video Masthead, mereka akan diarahkan ke halaman tonton YouTube untuk menonton video unggulan.

c. Layar TV

Video unggulan dalam iklan Masthead otomatis diputar (jika didukung) tanpa suara selama keseluruhan durasi video di bagian atas aplikasi YouTube untuk TV. Iklan Masthead dapat muncul dalam format layar lebar atau rasio lebar tinggi 16:9. Orang dapat menggunakan remote TV mereka untuk berinteraksi dengan iklan Masthead. Setelah pemutaran otomatis, video utama secara

default akan ditampilkan sebagai thumbnail. Saat orang mengklik video atau thumbnail, mereka akan diarahkan ke halaman tonton video tersebut untuk menontonnya dalam layar penuh. Kita tidak dapat menambahkan CTA ke iklan Masthead di layar TV. Iklan Masthead hanya tersedia berdasarkan reservasi, kita akan ditagih berdasarkan biaya per seribu tayangan (CPM). Kita dapat bekerja sama dengan tim periklanan Google untuk mendapatkan estimasi tarif dan sasaran tayangan kampanye.

6. Iklan Outstream

Gunakan iklan outstream jika kita ingin memperluas jangkauan iklan video di perangkat seluler. Hal tersebut akan membantu menjangkau lebih banyak pelanggan. Iklan outstream mulai diputar dengan suara dimatikan. Penonton dapat mengetuk iklan untuk membunyikan video. Iklan outstream dirancang untuk meningkatkan jangkauan video kita dengan biaya yang efisien.

Iklan outstream adalah iklan khusus seluler dan hanya muncul di situs dan aplikasi yang berjalan di Google Video Partner. Iklan outstream tidak tersedia di YouTube.

Iklan outstream dapat berjalan di berbagai penempatan seluler. Penempatan di web seluler, iklan outstream muncul di banner. Pada aplikasi seluler, iklan outstream muncul di banner, interstisial, dalam feed, native, serta dalam mode potret dan layar penuh. Kita ditagih untuk iklan outstream berdasarkan biaya CPM terlihat (vCPM), sehingga kita hanya akan ditagih saat seseorang melihat pemutaran video selama dua detik atau lebih.

E. Persyaratan Iklan YouTube

Iklan video dengan menggunakan video sebagai cara interaksi yang lebih baik dengan pengguna. Iklan video harus mematuhi kebijakan Google Ads stkitar dan persyaratan di bawah. Perhatikan bahwa persyaratan ini berlaku untuk iklan

in-stream, iklan video discovery, iklan in-stream yang tidak dapat dilewati, dan iklan bumper.

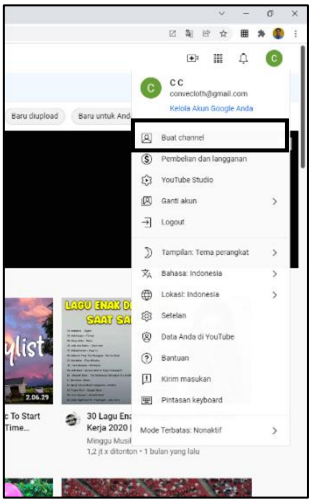
1. Durasi Iklan Video, hal-hal yang tidak diizinkan dalam iklan ini antara lain:
   a. Iklan in-stream yang tidak dapat dilewati dengan durasi lebih dari 15 detik.
   b. Tidak ada batas untuk iklan in-stream yang dapat dilewati, namun sebaiknya Kita menggunakan video yang berdurasi kurang dari 3 menit.
2. Pengumpulan data di iklan video

   Hal yang tidak diizinkan dalam iklan video: bePiksel pelacakan yang tidak mematuhi SSL, termasuk semua panggilan berikutnya
   a. Piksel pelacakan pada peristiwa titik tengah dan peristiwa penyelesaian
   b. Lebih dari tiga piksel pelacakan per peristiwa
   c. Menggunakan JavaScript untuk pengumpulan data

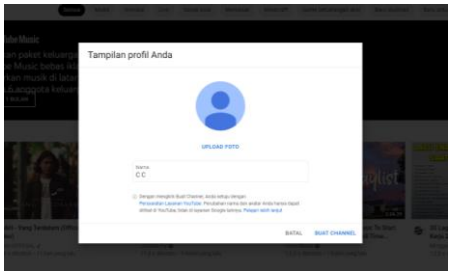
F. Langkah-Langkah Membuat Channel Youtube

Setelah mengetahui jenis-jenis iklan pada YouTube, berikut merupakan langkah-langkah dalam membuat channel di YouTube:

1. Login ke YouTube di komputer atau pada seluler.
2. Klik pada bagian profil lalu klik Buat Channel.



3. Setelah itu akan diminta untuk mengatur nama channel dan foto profil channel.



4. Periksa detailnya lalu konfirmasi untuk membuat channel.

G. Langkah Langkah Beriklan Di YouTube

Setelah mengetahui cara membuat channel pada YouTube, berikut merupakan langkah-langkah dalam beriklan di YouTube:

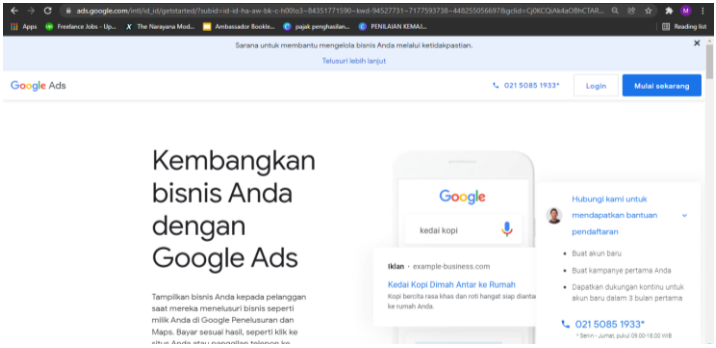
1. Upload Video di Channel YouTube

   Langkah pertama membuat YouTube Ads adalah mengupload video iklan di channel YouTube. Pastikan video yang kita buat telah sesuai dengan ketentuan tipe iklan YouTube yang kita pilih. Cara meng-upload video iklan ini sama saja seperti mengupload video pada umumnya. Kita hanya perlu login ke akun YouTube Kita. Kemudian, klik ikon upload pada beranda

YouTube. Kita akan diarahkan menuju halaman untuk upload video. Selanjutnya, Kita tinggal drag and drop video atau pilih menu select file. Setelah itu, jangan lupa tambahkan judul, deskripsi, dan juga beberapa tag dari iklan Kita. Lalu, tunggu proses upload berhasil.

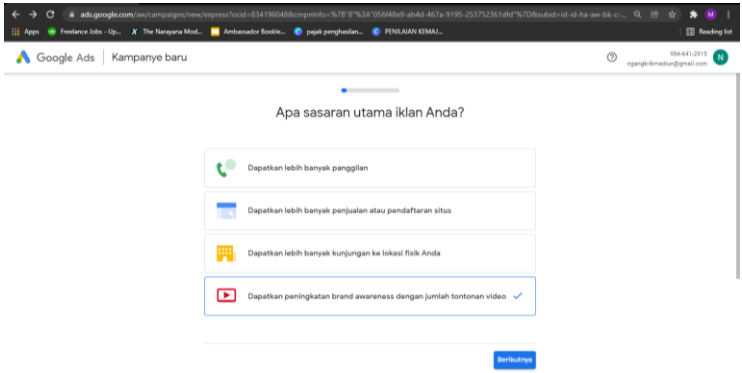
2. Buat Iklan melalui Akun Google Ads

Setelah berhasil upload video pada YouTube, selanjutnya kunjungi halaman google ads di ads.google.com. Kemudian klik “Mulai Sekarang” lalu akan diarahkan ke halaman berikutnya.



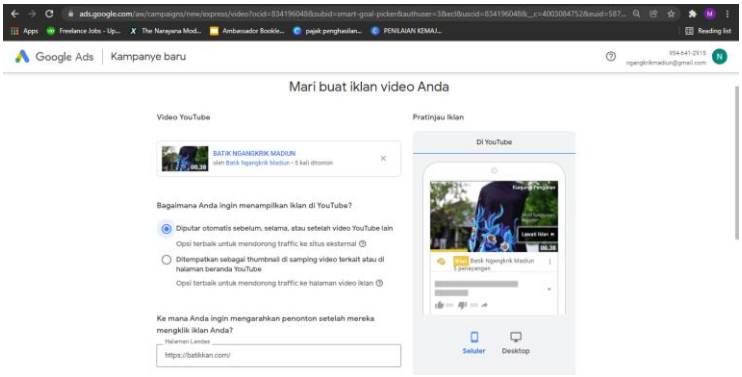
3. Pilih Sasaran Utama Iklan

Setelah itu akan diminta untuk memilih sasaran utama iklan. Disini kita dapat bebas memilih sasaran utama iklan sesuai dengan yang kita inginkan.



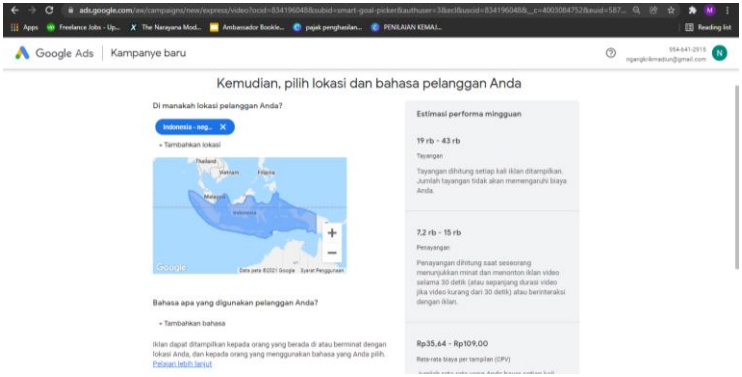
4. Setting Iklan

Pada tahap ini, kita dapat mengatur iklan kita nanti akan dibuat seperti apa. Apakah diputar sebelum video atau ditampilkan sebagai thumbnail di samping video terkait.



5. Pilih Lokasi dan Bahasa

Setelah itu pilih lokasi sesuai iklan yang kita inginkan. Kemudian juga pilih bahasa yang sesuai.

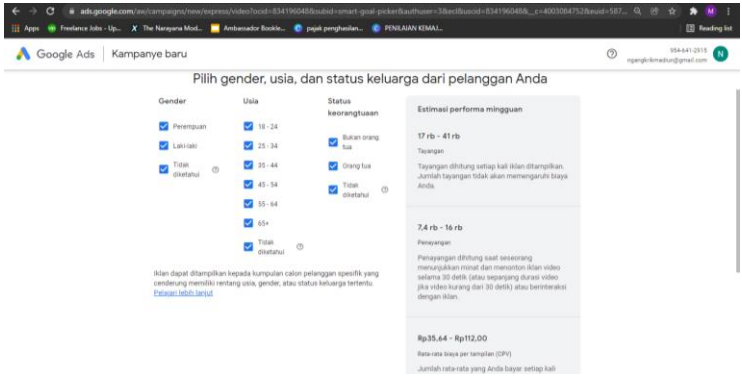


6. Pilih Target Audiens

Untuk memaksimalkan budget dan performa iklan, kita juga perlu menentukan target

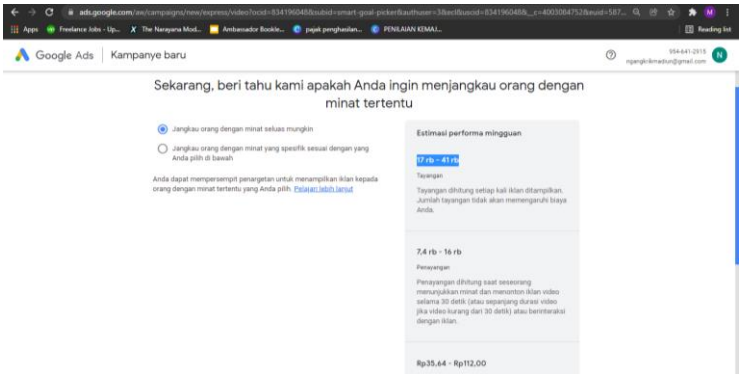
audiens kita. Berikut ini, pengaturan yang perlu kita lakukan untuk membuat target audiens.

Pertama, berdasarkan demografi. Pada opsi ini, kita diminta memilih target audiens kita berdasarkan gender, usia, dan status.



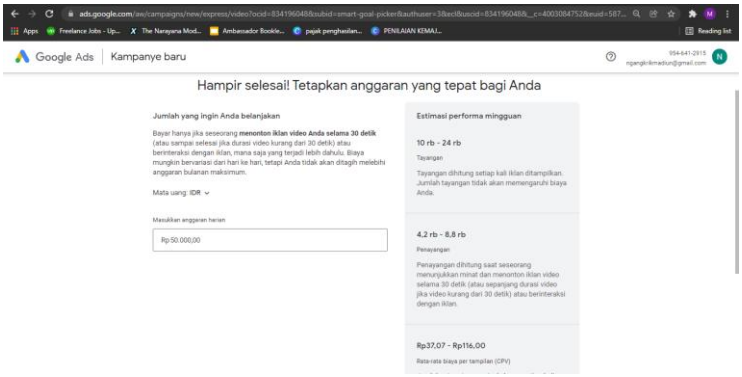
7. Minat Audiens

Selanjutnya kita dapat menyesuaikan minat audiens yang ingin kita jangkau.



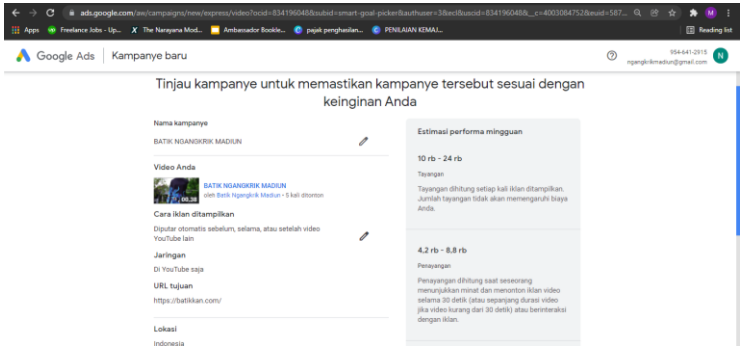
8. Tetapkan Anggaran Iklan

Selanjutnya kita diminta untuk memasukkan anggaran yang kita inginkan untuk iklan. Kita bisa menyesuaikan anggaran sesuai dengan keinginan kita.



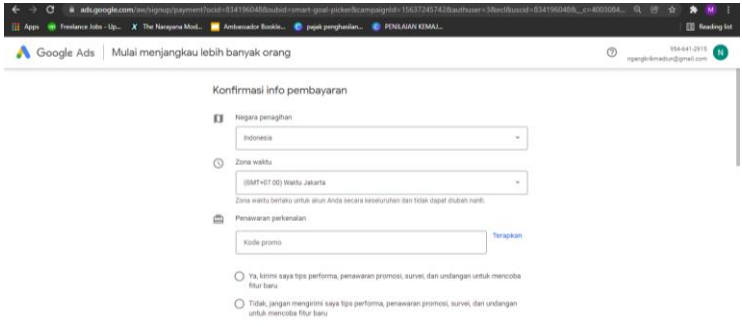
9. Tinjau Pengaturan Iklan

Pada halaman ini kita diminta untuk memantau kembali setelan iklan yang akan kita buat apakah sudah sesuai atau belum.



10. Pembayaran

Tahap terakhir yaitu pembayaran. Pada halaman ini kita diminta untuk melakukan pembayaran iklan kita.



BAB 2
BERIKLAN DI FACEBOOK

A. Tentang Facebook

Definisi facebook secara lengkap adalah sebuah situs jejaring sosial yang memungkinkan pengguna dapat saling berinteraksi dengan pengguna lainnya di seluruh dunia. Frasa “Buku Muka” merupakan prinsip dasar yang membedakan facebook dengan jejaring sosialnya. Faceebook menampilkan seluruh informasi dari pengguna tersebut.

Facebook menawarkan berbagai fitur canggih yang belum pernah ada di sosial media sebelumnya. Selain dapat bertukar pesan, dengan facebook seorang pengguna dapat menciptakan halaman pribadi, menambahkan teman, membuat dan mengupdate

status, membagikan berbagai jenis konten, video call dan banyak lagi. Selain itu, facebook juga dilengkapi dengan alat privasi untuk membatasi siapa saja yang berhak melihat hal yang Anda bagikan.

Pendiri sekaligus pembuat FB adalah Mark Zuckerberg. Pada awalnya dia membuat Facemash pada tanggal 28 Oktober 2003, yakni saat masih menjadi mahasiswa di Harvard pada tahun kedua. Facemash ini merupakan pendahulu FB sebelum ia resmi diluncurkan.

FB resmi diluncurkan pada Februari, 2004. Saat itu gunanya hanya sebatas untuk jejaring sosial di tingkat universitas Harvard. Pada 2006, FB resmi diluncurkan secara umum. Bahkan, bisa digunakan oleh pengguna di usia 13 tahun ke atas. Sejak saat itu, FB langsung dikenal oleh masyarakat luas di seluruh dunia, termasuk Indonesia.

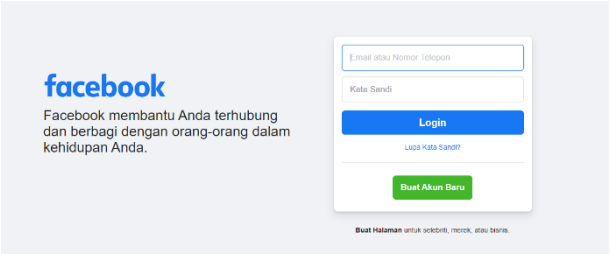
FB memiliki banyak kelebihan, yaitu bisa dipakai untuk bisnis dan individu. Para pengguna juga bisa membukanya lewat browser apa saja dengan satu akun untuk login. Saat ini, platform FB menjadi media

sosial yang sangat terkenal di seluruh dunia. Pengguna aktifnya mencapai miliaran dengan berbagai fitur yang terus dikembangkan. Pada 2012, FB membeli instagram yang juga menjadi platform media sosial kekinian. Kini, pengguna FB yang main IG, bisa mengoneksikan dua akun media sosialnya dengan mudah.

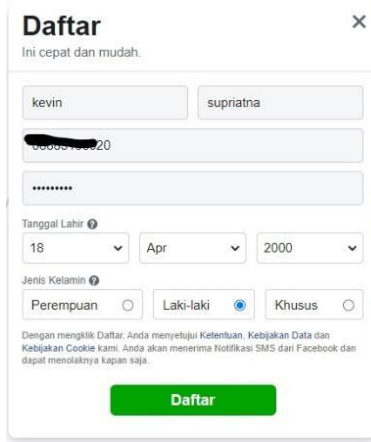
B. Langkah-Langkah Pembuatan Akun Facebook

Berikut merupakan langkah-langkah pembuatan akun di facebook:

1. Masuk ke browser dan ketik facebook di pencarian google, lalu ketik buat akun baru.

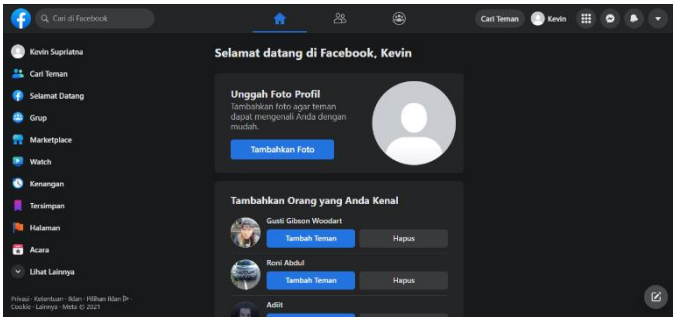


2. Lalu isilah form pendaftaran dengan identitas diri. Pastikan mengisi sesuai dengan data diri karena akan ada verifikasi data di tahap selanjutnya.



3. Selanjutnya Anda akan menerima kode verifikasi dari nomor telepon yang telah anda masukkan.

4. Kemudian setelah Anda memasukkan kode verifikasi maka akun facebook Anda telah siap digunakan.

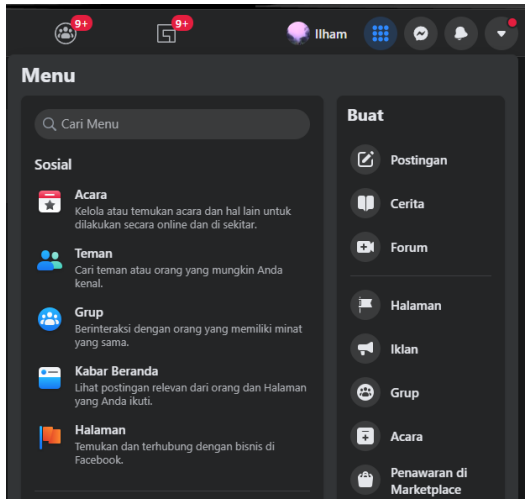


C. Langkah-Langkah Beriklan Di Facebook

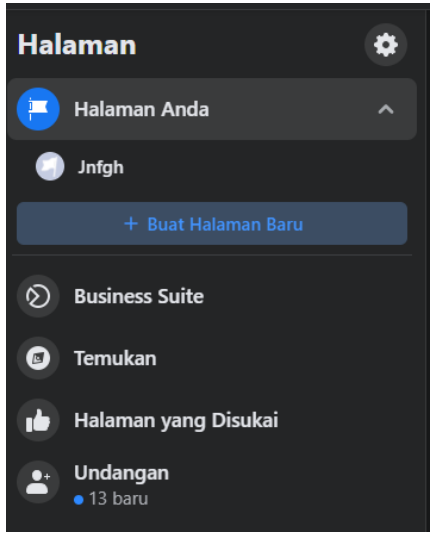
Langkah pertama membuat akun bisnis di Facebook yaitu, kita harus memiliki akun facebook yang aktif. Cara mempromosikan produk atau jasa di akun facebook tidak beda jauh dengan akun bisnis di Instagram. Ketika ingin mempromosikan sesuatu kita diharuskan untuk membuat halaman terlebih dahulu.

Berikut hal-hal yang harus dilakukan.

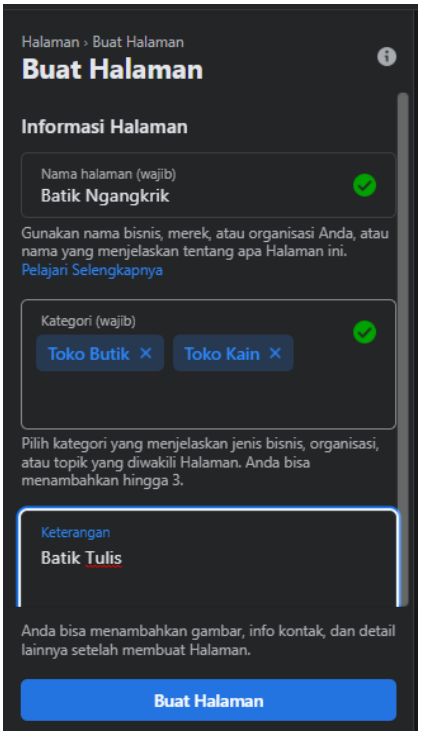
1. Buka pilihan menu di facebook kemudian pilih halaman.



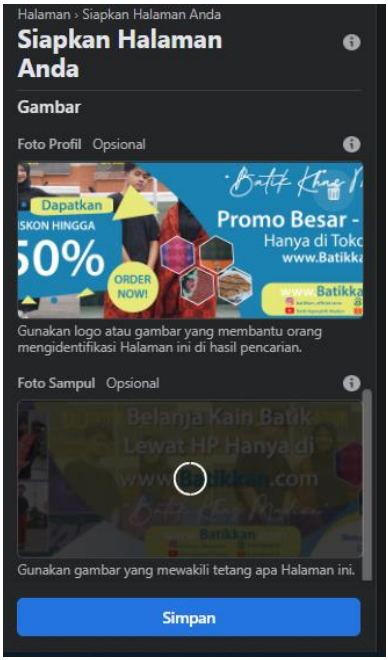
2. Maka akan muncul tampilan berikut. Klik tombol buat halaman baru.



3. Selanjutnya membuat nama halaman, kategori dan keterangan yang diinginkan. Sebagai contoh, halaman ini akan dibuat untuk iklan Batik Ngangkrik.

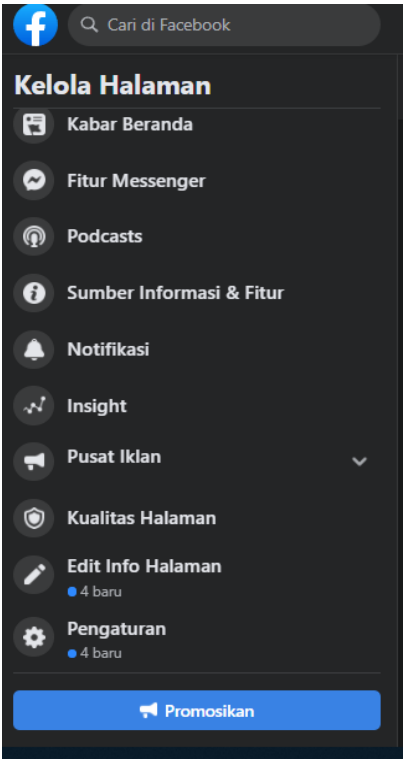


4. Di tampilan berikutnya kita diminta untuk mengupload foto profil dan sampul pada halaman yang akan dibuat.



5. Langkah selanjutnya yakni menghubungkan akun facebook ke akun whatshapp dengan menambahkan nomor whatsapp.

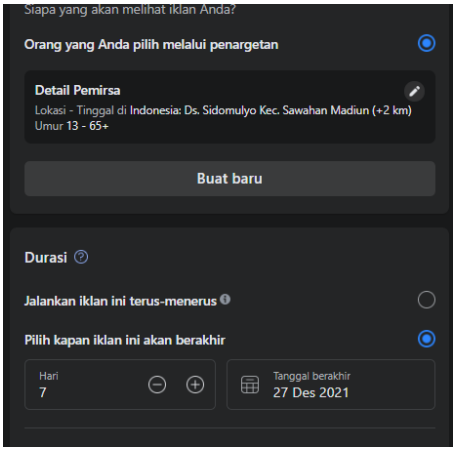
6. jika pengaturan halaman sudah dibuat, selanjutnya adalah melakukan promosi. Klik promosikan pada halaman menu.



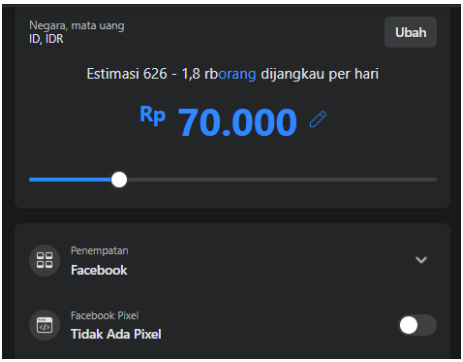
7. Beberapa pengaturan yang harus diatur terlebih dahulu sebelum memulai promosi antara lain, area yang akan dijangkau, total anggaran harian,

deografi atau minat, durasi promosi, Jenis kelamin, usia dan ringkasan pembayaran.

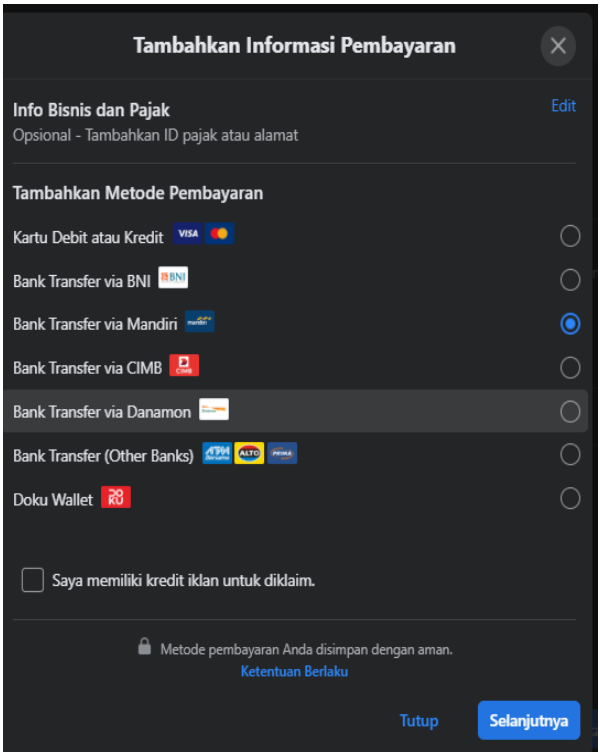
a. Menentukan alamat toko menentukan batasan umur untuk melihat iklan in



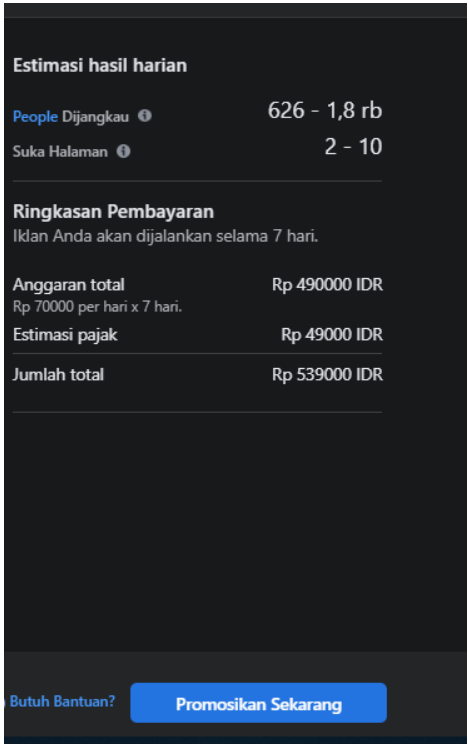
b. Mengitimasi total angaran yang dikeluarkan setiap satu hari iklan



c. Melakukan pembayaran dengan menggunakan kartu keredit atau menggunakan merchant yang tersedia di dalam facebook ads



d. Muncul hasil yang akan dibayarkan beserta pajak yang harus dibayarkan



BAB 3
BERIKLAN DI INSTAGRAM

A. Tentang Instagram

Instagram (disingkat IG atau insta) merupakan sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna mengambil foto, video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke layanan jejaringan sosial termasuk milik instagram sendiri. Intsgram menawarkan beberapa fitur bagi pengguna. Salah satu fitur terunik di instagram adalah memotong foto menjadi persegi sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodal Instamatic dan Polaroid.

Menurut laporan Napoleon Cat, menunjukan, ada 91,01 juta pengguna instagram di Indonesia pada oktober 2021. Dengan tingginya penggunaan instagram yang ada di indonesia, dapat dimanfaatkan untuk kegiatan pemasaran dari produk atau jasa pelaku usaha. Melakukan promosi di instagram tidak terlalu banyak persyaratan yang harus dipenuhi karena di instgaram ada beberapa fitur yang memudahkan untuk mengontrol perkembangan bisnis yang dijalankan. Maka dari itu, banyak pemilik usaha yang melakukan promosi di instagram. Cara melakukan promosi di instagram juga cukup mudah sehingga banyak peminat.

B. Keunggulan Instagram Ads

Ada 4 keunggulan mengapa instagram ads banyak digunakan oleh pelaku bisnins online. Adapun keunggulan yang dimiliki sebagai berikut.

1. Keunggulan pertama, iklan yang ditampilkan pada instagram ads tidak terkesan agresif seperti ditampilkan oleh platfrom medsos lainnya.

2. Keunggulan kedua, dapat mengapdosi sistem targeting yang serupa dengan facebook yang memungkinkan pengguna bisa mendapatkan informasi tentang target market yang spesifik. Target spesifik meliputi lokasi, usia, jenis kelamin, hobi, dan lainnya.
3. Keunggulan ketiga, Instagram ads menyediakan beberapa jenis variasi format iklan mulai dari foto, video, dan juga carousel.
4. Keunggulan keempat, ersedianya fitur untuk meningkatkan engagement yang terdiri dari tombol follow, kunjungi situs web, download aplikasi.

C. Tentang Format Iklan Instagram

Iklan instagram memiliki icon bersponsor dan memuat tombol ajakan bertindak di bawah gambar. Keterangan iklan juga akan muncul di bawah gambar. Tampilan iklan akan disesuikan dengan format yang Anda pilih, antara lain:

1. Gambar

   Jika menggunakan gambar tunggal di iklan instagram gambar akan ditampilkan dalam format persegi, landscape, vertikal.

2. Video

   Jika menggunakan iklan video di instagram, mungkin ditampilkan dalam format persegi atau landscape.

3. Carausel

   Jika menggunakan iklan carausel akan ditampilkan dalam format persegi atau vertikal di beranda atau histories.

4. Instagram histories

   Iklan instagram histories bisa mendukung dimensi foto dan video penempatan beranda. Jadi, bisa mengunggah foto tunggal atau video berdiurasi 120 detik dengan rasio 9:16 dan 16:9 hingga 4:5.

5. Realls

   Gunakan aset vertikal layar penuh untuk iklan realls.

6. Instagram shop

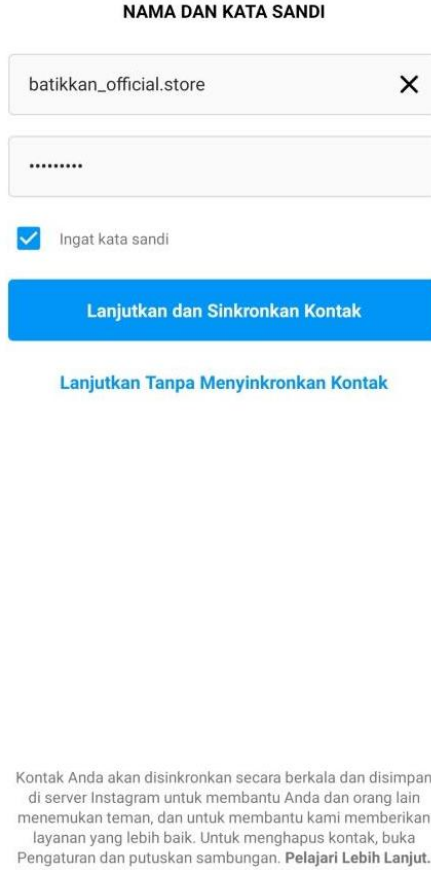
   Iklan ini dalam format gambar tunggal, carausel atau koleksi. Iklan akan muncul dalam bentuk gambar 1:1 dan bisa diketuk untuk membuka halaman detail produk situs web.

D. Langkah langkah Pembuatan Akun di instagram

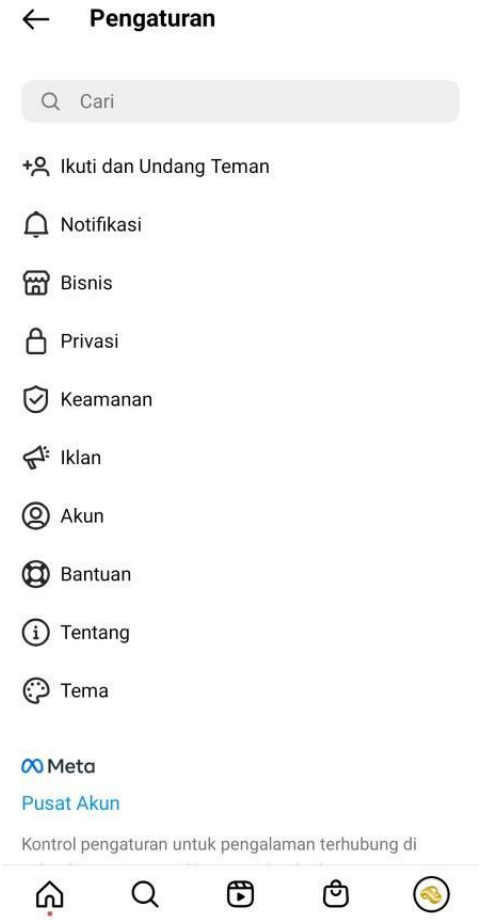
Berikut contoh langkah-langkah pembuatan akun batikkan_official.store.

1. Pertama, buat akun batikkan_official.store. Dalam membuat akun klik tombol buat akun.

2. Kedua, pengguna diminta untuk memasukkan email dan password.

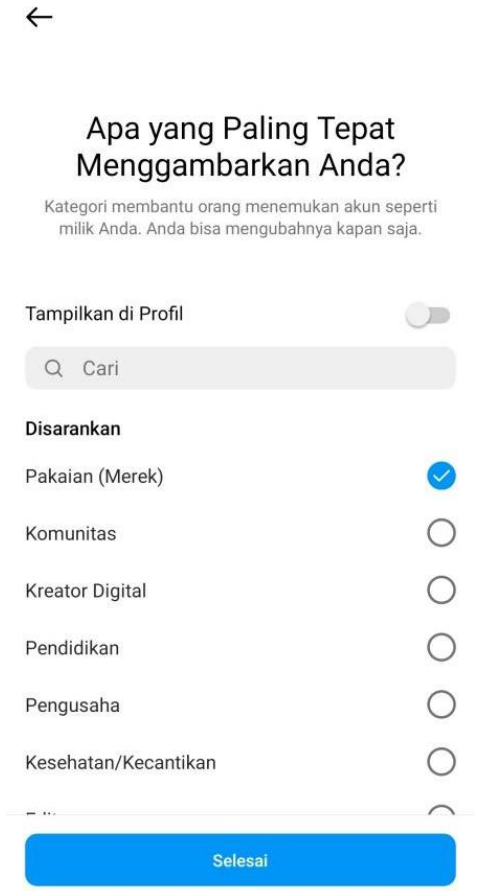


3. Kemudian, masuk pada profil, klik Pengaturan/setting. Pilihan ada pada pojok kanan atas profil. Lalu klik account.

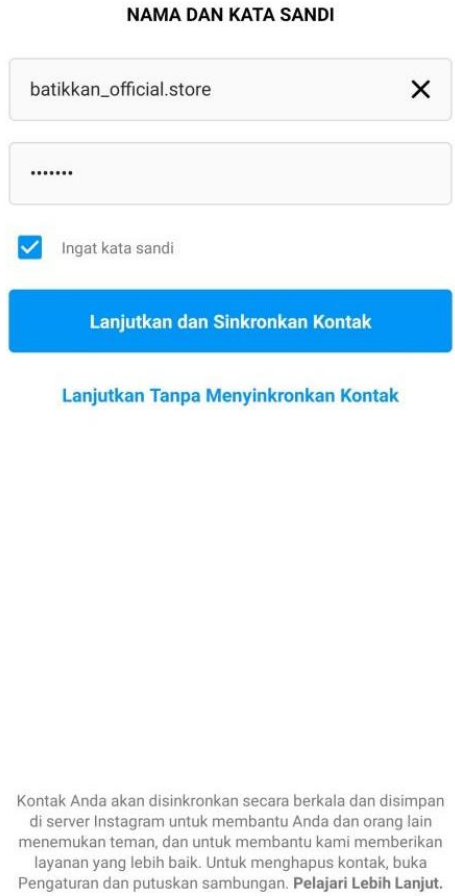


4. Pada akun, kemudin klik pilih beralih ke akun profesional baru.

5. Selanjutnya, ubah akun menjadi instagram bisnis dengan klik pilih switch to business account. Klik continue, lalu pilih jenis bisnis yang akan jalankan, kemudian aktifkan tampilan di profil.



6. Kemudian, mengisikan nama lengkap dan kata sandi untuk mengkonfirmasi apakah ini benar akun yang akan mengaktifkan bisnis.



7. Setelah itu klik next atau lanjutkan. Kemudian akan diminta untuk melakukan konfirmasi apakah nomor telepon yang dicantumkan sudah sesuai atau belum. Nomor ini untuk memudahkan penjual menghubungi pembeli untuk melakukan aktivitas transaksi.

8. Setelah itu ada pertanyaan apakah bisnis atau bukan. Pilih bisnis

9. Berikut tampilan akun bisnis batikkan_official.store.

10. Berikut beberapa postingan di instagram

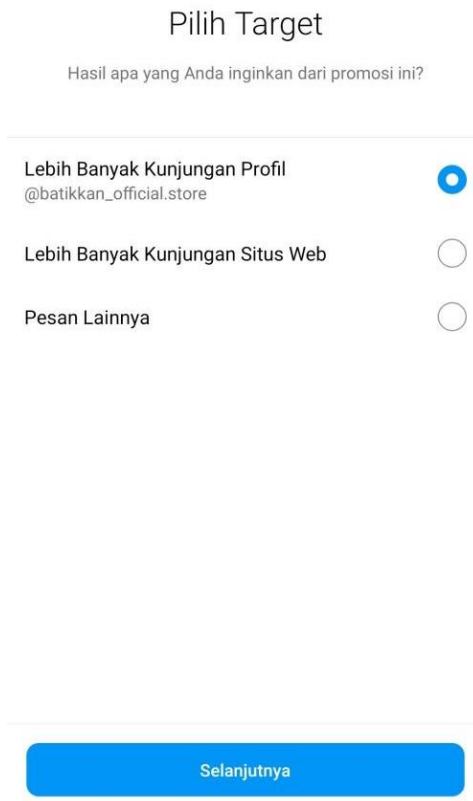
E. Langkah-Langkah Beriklan di Instagram

Langkah langkah untuk melakukan promosi di instagram, sebagai berikut.

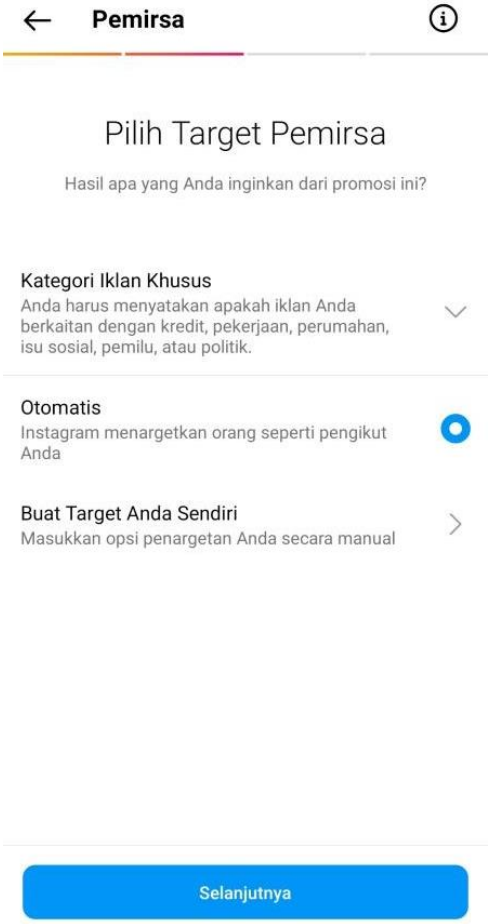
1. Klik salah satu postingan yang ada di instagram.

2. Kemudian klik tulisan promosikan postingan yang ada di bawah kanan

3. Muncul tampilan untuk menentukan tujuan dan siapa saja yang akan melihat promosi tersebut.

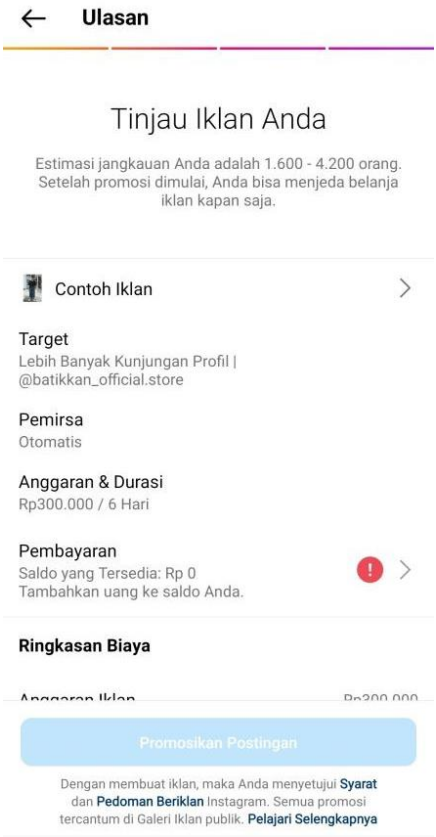


4. Kemudian akan muncul pilihan target permisa, secara otomatis akan pilihan otomatis.



5. Setelah terisi sesuai dengan target kita mengisi anggaran dan durasi yang kita ingingkan untuk mempromosikan postingan tersebut. Maka akan muncul beberapa nominal yang harus kita bayar untuk mempromosikan postingan tersebut sesuai dengan durasi hari yang diinginkan.

6. Selanjutnya akan melakukan pengecekan apakah postingan yang akan dipromosikan sudah sesuai, kemudian akan diarahkan menuju metode pembayaran.

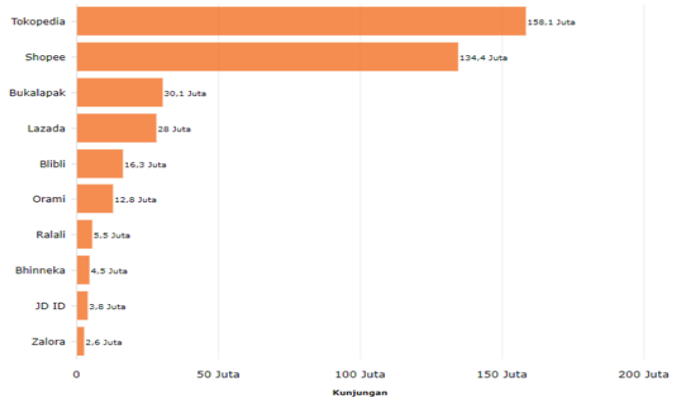


BAB 4
BERIKLAN DI TOKOPEDIA

A. Tentang Tokopedia

Tokopedia merupakan salah satu mall belanja berbasis online yang memungkinkan setiap orang dan pemilik bisnis di Indonesia untuk memiliki. Pebisnis dapat membuka dan mengurus toko online di Tokopedia mereka secara mudah dan bebas biaya. Tokopedia, juga memberikan sebuah pengalaman jual beli online yang aman dan nyaman. Penggunaan Tokopedia sangat mudah dan tidak dipungut biaya.

Tokopedia sejatinya tidak mempunyai cabang perusahaan. Tokopedia hanya memiliki kantor pusat yang bertempat di Jakarta. Tokopedia masih menjadi e-commerce paling banyak dikunjungi pada kuartal III 2021. IPrice melaporkan hal ini dilihat dari jumlah pengunjung web bulanannya yang mencapai 158,1 juta kunjungan, naik 7% dari kuartal sebelumnya yang sebanyak 147,8 juta kunjungan.

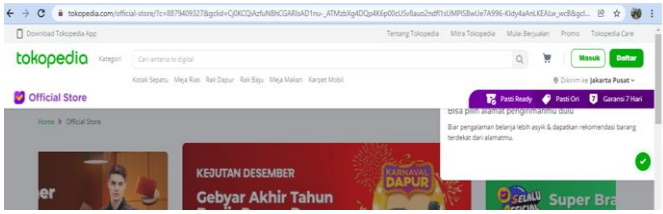


Gambar 1. Jumlah kunjungan toko online Kuartal III tahun 2021

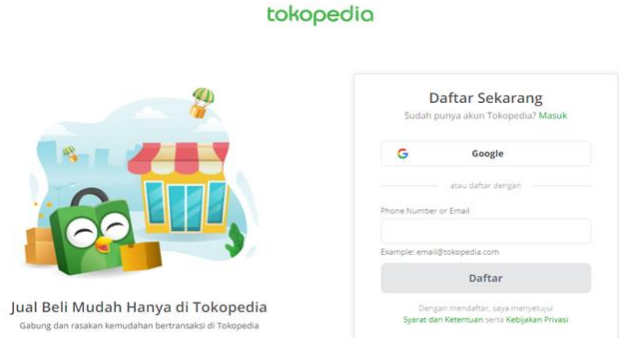
B. Langkah-Langkah Pembuatan Akun Tokopedia

Cara daftar dengan Google melalui Desktop

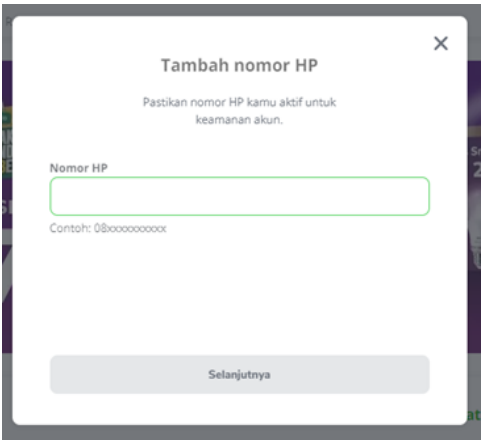
1. Klik Daftar di pojok kanan atas *homepage* Tokopedia



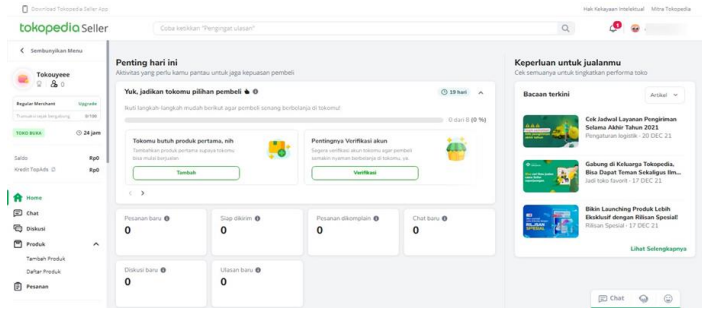
2. Pilih Daftar Dengan Google



3. Kamu akan terhubung dengan akun Google. Klik *Allow*
4. Masukan kata sandi baru dan nomor *handphone* kamu yang aktif. Kata sandi ini akan kamu gunakan untuk *login* dan penarikan tunai di Tokopedia



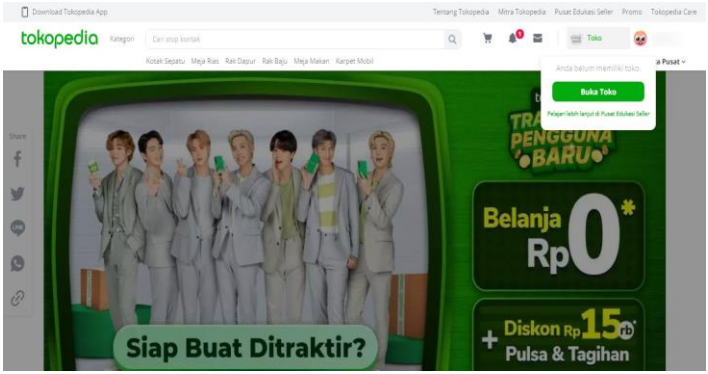
5. Klik buat password
6. Akun sudah aktif dan sudah dapat masuk ke Tokopedia seller untuk mengelola toko.



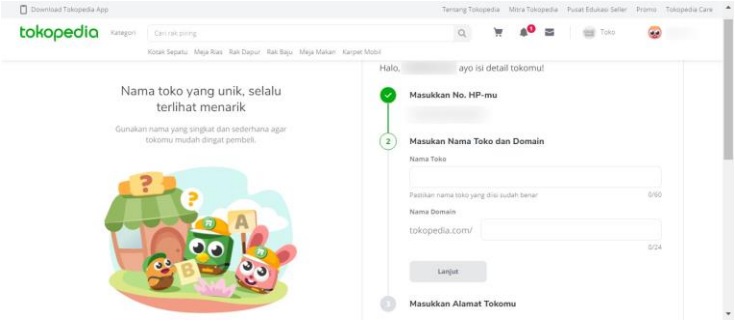
C. Membuat Toko di Tokopedia

Proses pembuatan toko di Tokopedia dapat dilakukan diaplikasi resmi Tokopedia. Selain itu, Anda juga dapat membuat toko online dari perangkat laptop maupun PC.

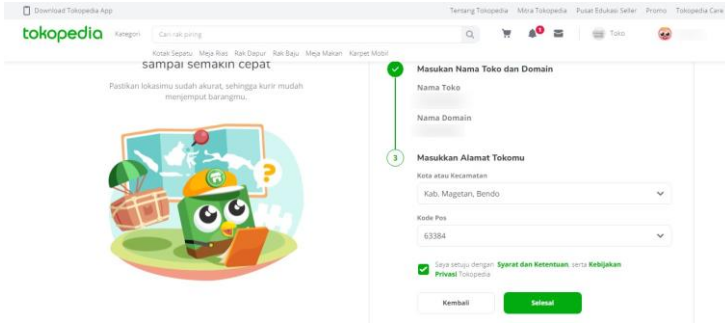
1. Buka browser di laptop atau komputer Anda.
2. Mengunjungi laman resmi Tokopedia.com.
3. Login pada akun yang sudah dibuat sebelumnya.
4. Pada bagian kanan atas halaman terdapat menu Toko, Klik hingga keluar opsi seperti pada gambar dibawah ini. Kemudian klik pada bagian Buka Toko.



5. Tampilan yang akan muncul pada halaman pembuatan toko akan terlihat seperti dibawah ini.



6. Pada halaman di atas Anda diminta untuk memasukkan nama toko, domain toko, dan alamat toko. Pastikan nama toko Anda unik dan juga belum pernah digunakan oleh orang lain.

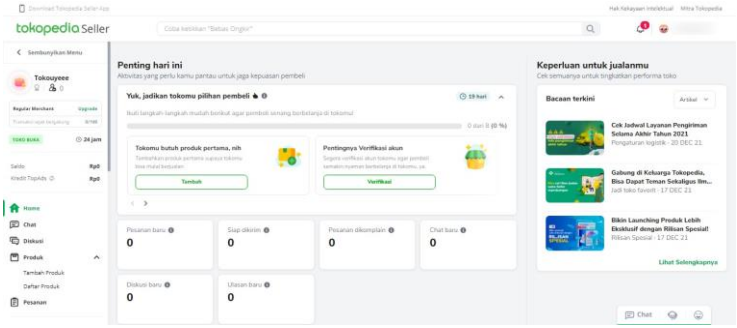


7. Selain nama toko, pastikan juga domain Anda unik dan mudah diingat. Nama domain ini akan menjadi alamat web toko online Anda. Oleh karena itu, buatlah sesederhana mungkin agar mudah diingat contohnya seperti "*https://www.tokopedia.com/tokouyeee*".

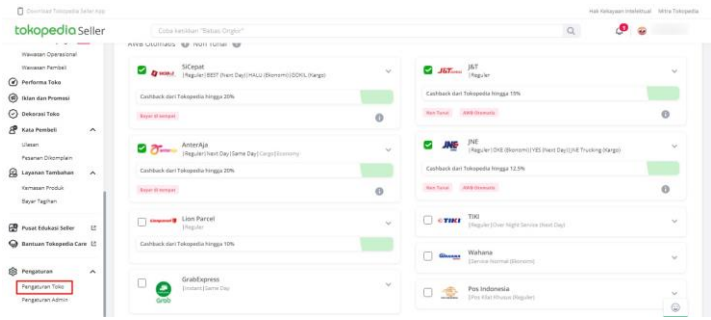
> **Tips**
> Jika domain sudah terpakai/digunakan oleh toko orang lain, maka bisa disiasati dengan menambah angka atau huruf di belakang/di depan domain. Misalnya tokobajuku2018 dan lain sebagainya.

Jika semua kolom sudah terisi Anda dapat memilih bagian Simpan.

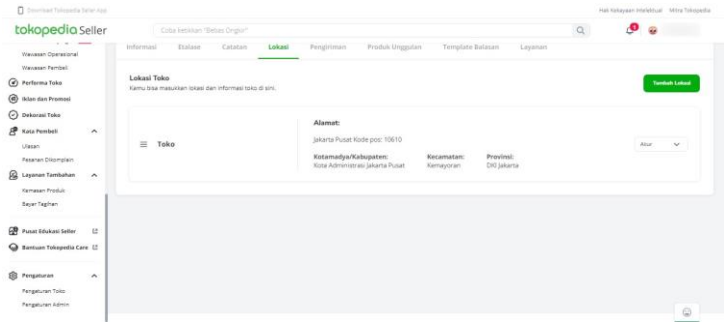
8. Kemudian masuk pada laman "***https://seller.tokopedia.com/home***" untuk mengatur toko, prodk, dan juga pengiriman.



9. Centang semua jasa pengiriman yang paling sesuai menurut Anda. Lebih banyak pilihan pengiriman tentu lebih baik, namun pastikan anda mempunyai akses ke lokasi cabang ekspedisi tersebut. Jika tidak, pilihlah setidaknya 3 ekspedisi paling banyak dipakai yaitu JNE, TIKI, dan Pos Indonesia. Bagi wilayah kota besar tertentu juga tersedia pilihan kurir dengan ojek online Gojek.



10. Mengatur alamat lokasi toko yang lebih spesifik pada halaman berikut.



D. Riset Produk Dan Riset Supplier pada Tokopedia

Melakukan riset produk terlaris di Tokopedia untuk dijual lagi dengan sistem dropship sangat penting sekali. Hal itu karena dengan mengetahui produk apa saja yang paling laris dipasaran, kita tidak perlu lagi memikirkan produk apa laku dijual kembali secara online nantinya. Agar bisa memiliki peluang jualan di bisnis online memang ada banyak jalan yang bisa kita tempuh. Hal yang paling banyak dilakukan oleh orang adalah menemukan produk yang laris dijual terlebih dahulu, beriklan, dan jujur.

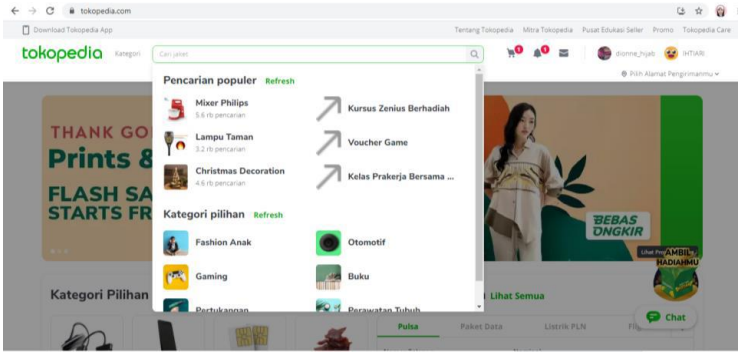
Saya akan memfokuskan pada menemukan produk apa saja yang laris untuk dijual lagi secara online dengan menggunakan sistem dropship maupun menjadi reseller. Cara Riset Produk dan Supplier Terlaris di Tokopedia sangat mudah untuk kita lakukan. Alasan mengapa harus Tokopedia? Anda pasti sudah tahu, Tokopedia adalah salah satu marketplace yang paling besar di Indonesia. Di Tokopedia, selain kita bisa

menemukan produk terlaris Anda juga bisa menemukan supplier yang bisa dipercaya.

1. Langkah pertama kunjungi situs www.Tokopedia.com dan masuk ke akun Anda.

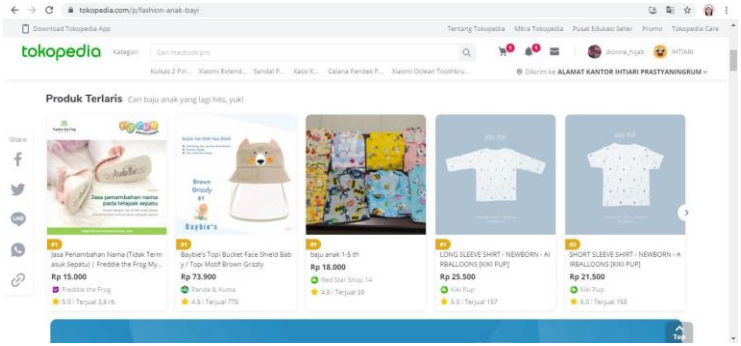
Gambar 12. Halaman awal Tokoopedia

2. Langkah kedua, klik kategori kemudian pilih salah satu kategori yang paling Anda sukai, pilih saja satu dulu untuk kita jual. (Dalam contoh saya memilih kategori “Ibu & Bayi”.



Gambar 13. Pemilihan kategori

3. Langkah ketiga, Anda akan melihat isi kategori "Ibu & Bayi", silahkan lanjutkan scroll ke bawah lalu klik "Lihat Semua Produk Ibu & Bayi"



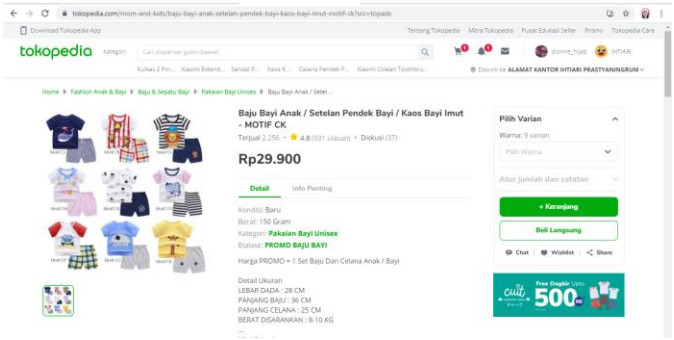
Gambar 14. Pemilihan produk

4. Langkah keempat, kita akan memilih dan mengelompokkan atau memfilter produk

berdasarkan hasil penjualan terbanyak. Klik dan pilih urutkan berdasarkan “Penjualan”. Ingat, produk yang ada di bagian atas yang ada tulisan “Promoted” ini bukan termasuk hasil pencarian produk laris tapi ini bisa ada dan muncul di halaman ini karena dia beriklan. Pilih produk yang ada di baris kedua. Anda juga bisa memfilter Lokasi yang sama seperti lokasi Anda tinggal agar biaya pengiriman bisa sama sewaktu dikirim. Selain itu, Anda juga bisa memfilter harga terendah atau termahal saya biasanya hanya memfilter berdasarkan penjualan terbanyak saja.

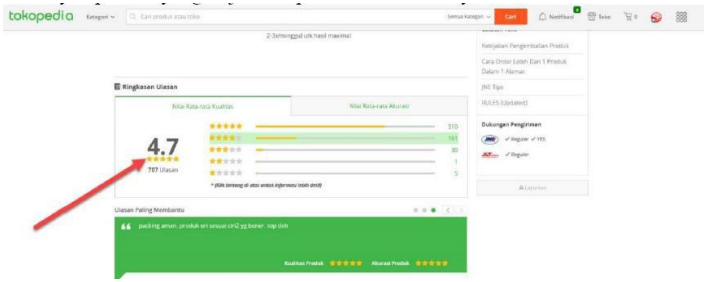
5. Langkah Kelima, silahkan Anda pilih produk yang Anda suka dan ingin di Jual, dalam contoh saya memilih produk “Minyak Kemiri”. Klik produk yang Anda pilih. Pada tahap ini kita akan mulai meriset dan memilih produk yang laris dan siap untuk kita jual di pasar online. Produknya bebas, tiap orang tidak harus menjual produk yang sama. Kalau bingung dibagian ini, Anda bisa masuk ke

satu kategori yang kalian inginkan atau langsung ketikkan nama produk yang akan Anda jual.



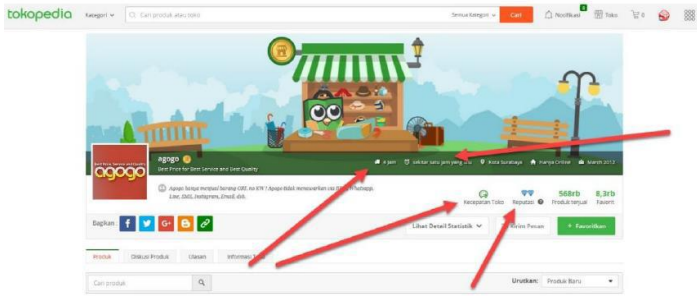
Gambar 15. Cek produk

6. Langkah keenam, kita akan mulai menganalisa produk. Reputasi dan kecepatan secara cepat dan sederhana saja. Silahkan lihat berapa banyak produk yang terjual, reputasi dan akurasinya.



Gambar 16. Cara cek reputasi produk

7. Langkah ketujuh, sekarang kita akan melihat tokonya. Apakah toko ini layak untuk kita jadikan supplier atau tidak. Lihat kecepatan toko, pengiriman barang toko, reputasi toko berdasarkan levelnya dan yang terpenting lihat jam online toko ini. jika semua sudah "ok" maka kita bisa memilih toko ini untuk jadi supplier kita.



Gambar 17. Cara cek reputasi toko

Dari semua hal yang sudah kita lakukan, kita bisa lihat kalau toko ini bisa kita jadikan dropshiper atau supplier. Itulah Cara Riset Produk dan Supplier Terlaris di Tokopedia. Tidak sesulit yang Anda bayangkan selama ini. Meskipun Anda telah meriset produk yang bisa laku dijual lagi secara online, hal ini bukan berarti

Anda akan langsung bisa jualan dan menghasilkan. Ada langkah-langkah tambahan lain yang juga harus Anda lakukan, seperti beriklan dan mempromosikan produk yang Anda jual di Facebook, Facebook Ads, Instagram, Google Ads dll.

E. Kelebihan Beriklan di Tokopedia

Tokopedia memiliki <100 juta pengguna aktif setiap bulannya. Iklan toko adalah jenis iklan TopAds yang akan menampilkan toko dan produk dibarisan teratas pada halaman pencarian sehingga langsung terlihat jutaan mata pembeli tanpa harus scroll kebawah. TopAds adalah fitur promosi toko dan produk yang bisa digunakan oleh seluruh merchant di Tokopedia.

Dengan fitur ini, Anda dapat mempromosikan produk kapan saja dengan biaya mulai dari Rp. 250.000, Rp. 300.000, dan Rp. 350.000 tergantung kategori. Perlu diketahui bahwa saat ini TopAds hanya bisa diakses melalui Tokopedia versi Desktop dan Seller

App. Dengan iklan toko, Anda akan mendapatkan keuntungan sebagai berikut:

1. Tampilan eksklusif

   Iklan tokomu akan tampil eksklusif di layar pembeli karena hanya satu toko yang muncul dalam sekali waktu.

2. Promosi sekaligus

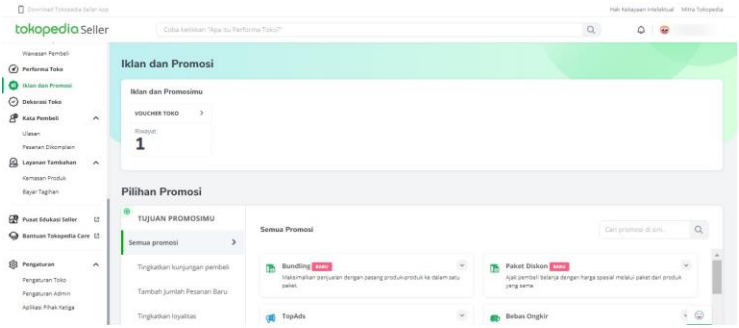
   Toko dan produk tampil secara bersamaan dengan kalimat promosi.

3. Meningkatkan kunjungan

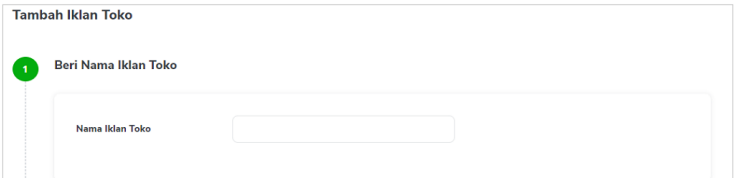
   Bisa meningkatkan kunjungan oleh jutaan pembeli, follower, dan pelanggan setia. Iklan toko juga bisa membangun awareness toko dan produk Anda sehingga toko jadi lebih dikenal dan diingat oleh calon pembeli.

F. Langkah-Langkah Beriklan di Tokopedia

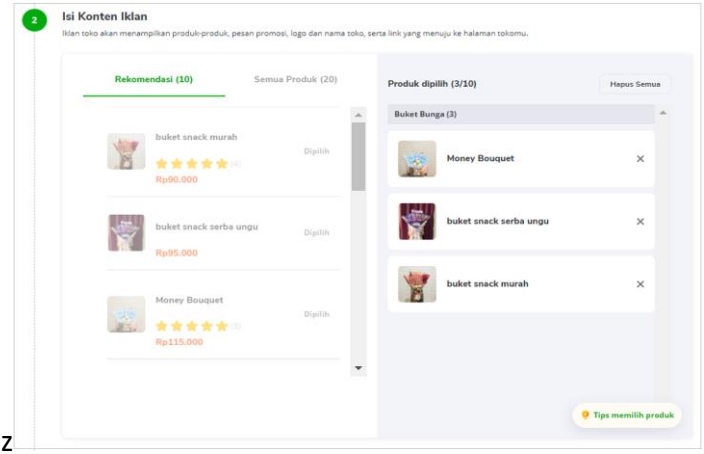
1. Masuk pada halaman tokopedia seller, lalu klik “iklan dan promosi”, pilih “tingkatkan kunjungan pembeli” lalu pilih TopAds.



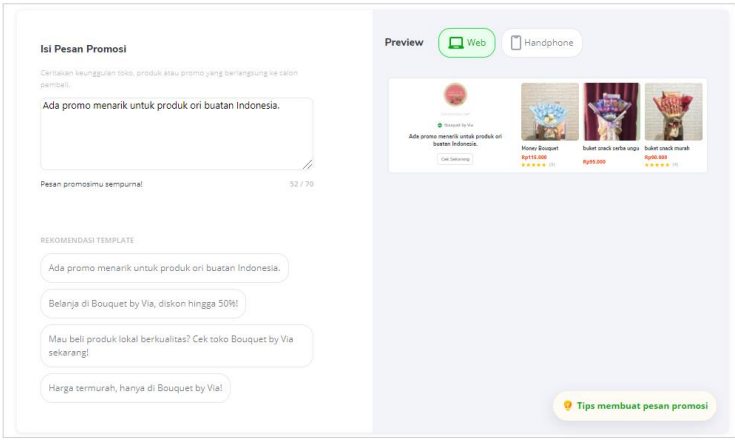
2. Isi nama iklan toko



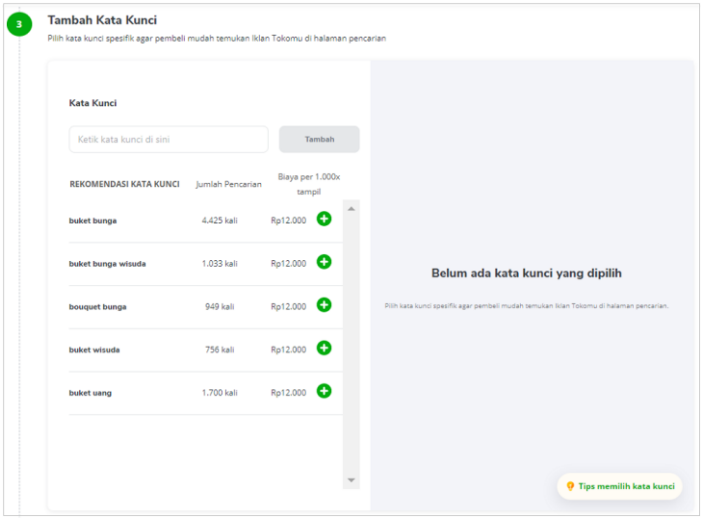
3. Isi konten iklan, pilih maksimal produk yang direkomendasikan, kemudian isi pesan promosi.



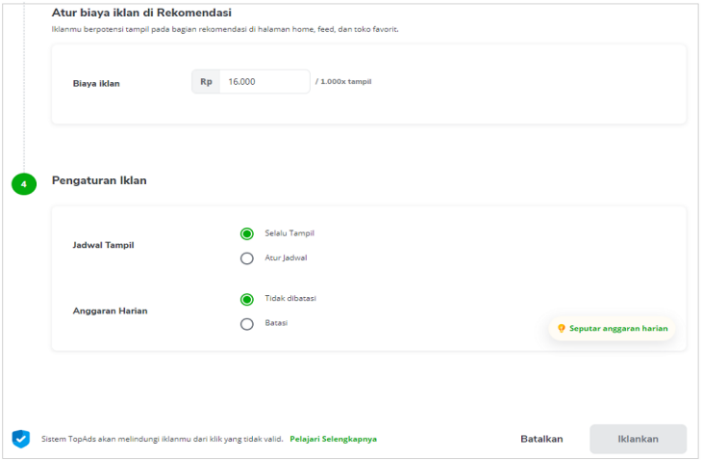
Z



4. Tambahkan kata kunci. Pilih kata kunci yang spesifik agar pembeli mudah menemukan iklan tokomu di halaman pencarian.



5. Atur biaya iklan direkomendasikan dan atur jadwal serta anggaran iklan. Jika sudah sesuai, klik "Iklankan"



BAB 5
BERIKLAN DI SHOPEE

A. Tentang Shopee

Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak dibidang jual beli secara online dan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan smartphone. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunanya dalam melakukan kegiatan berbelanja secara online tanpa harus ribet menggunakan perangkat komputer. Cukup menggunakan smartphone, Shopee akan menawarkan berbagai macam produk-produk fashion hingga produk untuk kebutuhan sehari-hari.

Shopee ikut meramaikan pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan mulai beroperasi sejak Juni 2015. Shopee merupakan sebuah anak perusahaan dari Garena yang berbasis di Singapura. Meningkatnya penetrasi pengguna gadget membuat PT Shopee Internasional Indonesia melihat peluang baru di dunia e-commerce. Kini Shopee telah menyebar di berbagai Negara di Kawasan Asia Tenggara seperti Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Filiphina, dan Indonesia.

CEO Shopee, Chris Feng, mengatakan sejak soft launching pada Juni tahun 2016 Aplikasi ini mudah diterima di Asia Tenggara karena kawasan tersebut merupakan kawasan yang gemar bermain media sosial. Bukan rahasia lagi jika masyarakat Indonesia gemar di ranah media sosial. Bahkan media sosial tidak serta merta untuk berkomunikasi kini telah menjelma sebagai kegiatan jual beli.

Tidak hanya pembeli tapi Shopee juga memfasilitasi si penjual untuk memasarkan dagangannya dengan mudah. Shopee membekali

pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Saat ini sudah lebih dari sepuluh juta pengunduh yang telah berlangganan shopee.

Kurang lebih ada seratus orang telah bergabung sebagai karyawan di Shopee Indonesia saat ini. Shopee bermarkas di Wisma 77 Slipi Jakarta Barat. Sasaran pasar yang paling utama adalah mengincar kalangan muda yang lebih banyak menggunakan gadget apalagi dalam kegiatan memilih barang tanpa ribet. Kesuksesan bisnis Shopee ini karena perusahaan sangat konsisten memfokuskan bisnisnya untuk menghadirkan pengalaman berbelanja melalui ponsel yang mudah digunakan.

B. Kelebihan Beriklan Di Shopee

1. Meningkatkan popularitas toko

   Tampilkan toko Anda di posisi teratas halaman hasil pencarian dan dorong Pembeli untuk mengunjungi toko Anda.

2. Meningkatkan penjualan

   Arahkan Pembeli untuk mengunjungi halaman toko atau kategori toko Anda.

3. Meningkatkan engagement dengan Pembeli

   Prioritaskan nilai jual yang dapat menghubungkan Pembeli dengan produk Anda dan mengarahkan mereka ke halaman atau kategori toko.

C. Langkah-Langkah Pembuatan Toko di Shopee

Berikut merupakan langkah-langkah dalam membuat toko baru di shopee:

1. Akses situs Shopee atau unduh aplikasi Shopee di Play Store atau App Store.
2. Klik "Daftar".
3. Masukkan nomor telepon, kode captcha, dan kode verifikasi lalu klik "Daftar".
4. Anda harus menambahkan serta melakukan verifikasi nomor handphone dan e-mail.

Setelah itu lengkapi profil toko. Melengkapi profil toko bisa Anda lakukan melalui aplikasi maupun

Seller Centre. Berikut cara melengkapi profil melalui aplikasi:

1. Buka Aplikasi Shopee di handphone Anda.
2. Pilih "Saya" lalu "Toko Saya".
3. Kemudian, pilih "Asisten Penjual" > "Profil Toko" > kemudian lengkapi "Nama Toko" > "Deskripsi Gambar" > "Deskripsi".
4. Setelah itu klik icon "Centang" di pojok kanan atas menu.

Berikut cara melengkapi profil melalui Seller Centre:

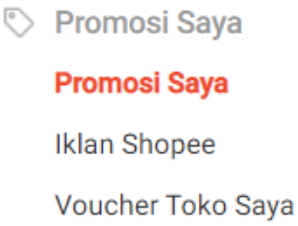
1. Pergi ke Seller Centre, pilih "Profil Toko" > kemudian lengkapi "Nama Toko" > "Deskripsi Gambar" > "Deskripsi" setelah itu klik "Simpan".
2. Pilih nama toko. Pilih nama toko yang khas dan mudah diingat.
3. Masukkan deskripsi gambar. Upload hingga 5 foto dan video untuk memberikan toko Anda identitas brand yang kuat.

4. Buat deskripsi toko. Buat deskripsi singkat dan ringkas untuk menarik Pembeli mengunjungi toko Anda. Anda dapat menambahkan berbagai informasi seperti riwayat toko, tipe produk atau waktu membalas chat.

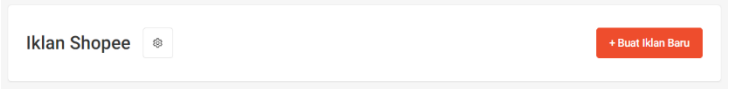
D. Langkah-Langkah Beriklan Di Shopee

Berikut akan dijelaskan langkah-langkah untuk beriklan di marketplace Shopee.

1. Log in ke Seller Centre.
2. Klik Iklan Shopee untuk mumasang iklan.

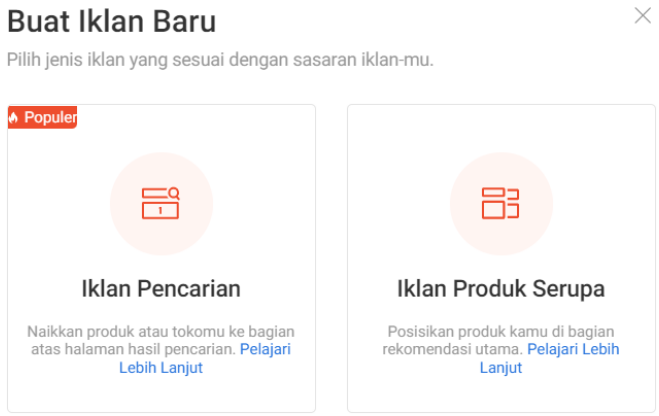


3. Klik + Buat Iklan Baru.

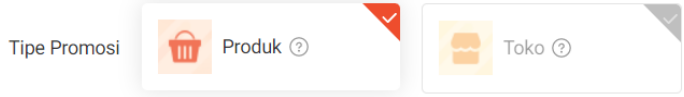


4. Pilih jenis Iklan Pencairan untuk membuat Iklan Pencairan Produk.

5. Pilih Tipe Promosi Produk untuk membuat iklan Pencairan Produk.

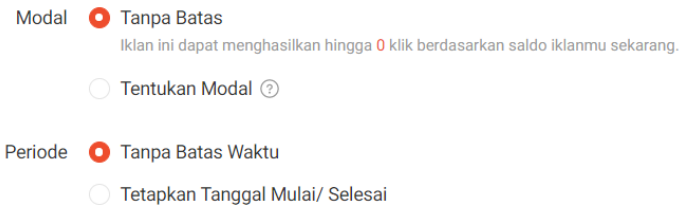


6. Tentukan Modal dan Periode yang akan diterapkan untuk masing-masing iklan.



Modal adalah biaya maksimum yang perlu Anda bayar. Semua iklan Anda akan berhenti saat modal Anda habis.

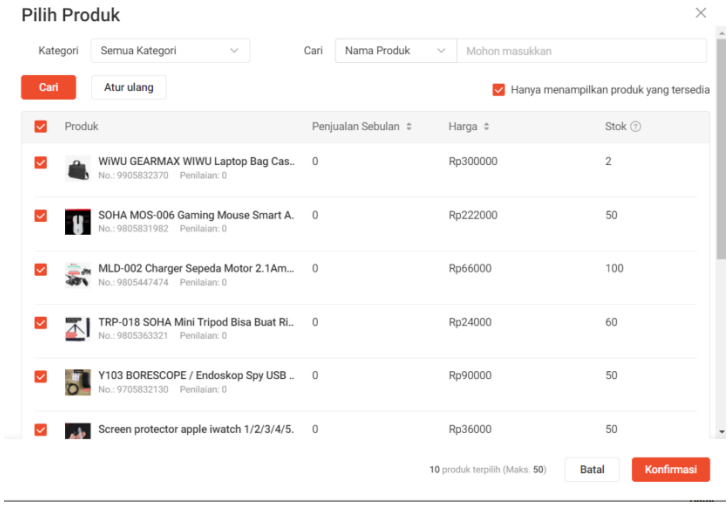
- Anda dapat mengatur modal harian untuk biaya iklan per hari.



Anda juga dapat mengatur total modal untuk biaya iklan sepanjang durasi iklan Anda.

- Untuk modal, Anda dapat memilih “Tanpa Batas” agar Anda dapat terus berjalan sesuai saldo yang tersedia, atau “Tentukan Modal” agar Anda dapat menentukan modal untuk setiap iklan.
- Pastikan modal Anda cukup untuk mendapatkan hasil yang diinginkan; iklan Anda akan berhenti saat modal habis.
- Untuk periode, Anda dapat memilih “Tanpa Batas Waktu” agar iklan berjalan hingga modal habis, atau “Tetapkan Tanggal Mulai/Selesai” agar Anda dapat menentukan tanggal mulai & berakhirnya iklan.

7. Pilih produk untuk diikilan, kemudian klik Konfirmasi.



8. Atur kata pencairan sesuai dengan produk. Terdapat 2 tipe yaitu pengaturan kata pencairan:

DAFTAR PUSTAKA

4 Keunggulan Instagram Ads Untuk Promosi Bisnis - Bizlab. (2021). Retrieved 29 November 2021, from https://bizlab.co.id/4-keunggulan-instagram-ads-untuk-promosi-bisnis/

5 Cara Membuat Iklan Shopee yang Efektif untuk Melipatgandakan Penjualan | Dreambox. (2021). Retrieved 29 November 2021, from https://www.dreambox.id/blog/5-cara-membuat-iklan-shopee-yang-efektif-untuk-melipatgandakan-penjualan/

6 Cara Agar Marketplace Facebook Dilihat Banyak Orang - SIRCLO. (2021). Retrieved 29 November 2021, from https://www.sirclo.com/blog/terapkan-cara-cara-ini-agar-lapak-marketplace-mu-ramai-pengunjung/

Cara Membuat dan Pasang Iklan di Shopee Lewat Hp Agar Laris Manis - Lummatun. (2021). Retrieved 29 November 2021, from https://lummatun.com/iklan-shopee/

Cara Pasang Iklan di Shopee Paling Efektif Untuk Pemula. (2021). Retrieved 29 November 2021, from https://keeppack.id/jenis-dan-cara-pasang-iklan-di-shopee-paling-efektif/

Instagram - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas. (2022). Retrieved 29 November 2021, from https://id.m.wikipedia.org/wiki/Instagram

Log in to Facebook. (2022). Retrieved 29 November 2021, from https://www.facebook.com/business/help/180704006007059?id=150605362430228

Mulai Menggunakan Instagram untuk Business. (2022). Retrieved 29 November 2021, from https://business.instagram.com/getting-started?locale=id_ID

Prasetya, T. (2020). Sangat Mudah, Cara Beriklan di Facebook Marketplace!. Retrieved 29 November 2021, from

https://blog.jejualan.com/cara-beriklan-di-facebook-marketplace/

Tentang iklan YouTube - Bantuan Google Ads. (2022). Retrieved 29 November 2021, from https://support.google.com/google-ads/answer/6052202?hl=id

Trick, T., Media, S., Marketing, F., Marketing, I., Marketing, S., Adwords, G., & Store, B. (2018). Cara Pasang Iklan di Shopee. Retrieved 29 November 2021, from https://portal.billionairestore.co.id/cara-pasang-iklan-di-shopee/

YouTube Ads: Panduan Lengkap Beriklan di Youtube untuk Pemula. (2020). Retrieved 29 November 2021, from https://www.niagahoster.co.id/blog/youtube-ads/

TATA CARA BERIKLAN
DALAM DIGITAL MARKETING

Iklan merupakan salah satu hal yang tidak terlepas dari dunia pemasaran. Iklan diperlukan untuk mempromosikan produk yang kita miliki untuk kemudian disampaikan kepada khalayak. Dalam beriklan banyak sekali sarana yang dapat kita pakai, seperti pamflet, banner, brosur, dan lain-lain.

Buku ini berisi tentang bagaimana tata cara beriklan dengan menggunakan media digital sebagai sarana pemasaran. Pemasaran digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan.

Penulis ingin menjelaskan mengenai tata cara beriklan, mulai dari cara pembuatan akun di platform yang ingin digunakan, ketentuan-ketentuan beriklan dalam masing-masing platform, langkah-langkah dalam beriklan, hingga kekurangan dan kelebihan pada setiap platform beriklan yang dapat dijadikan sebagai penambah wawasan sebelum membuat iklan.

AE MEDIA GRAFIKA
082336759777
aemediagrafika@gmail.com
www.aemediagrafika.com

ISBN 978-623-5516-35-6
9 786235 516356

Rp. 55.000,-