

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
1 KONSEP DAN STRATEGI <i>DIGITAL MARKETING</i>	1
Pengertian <i>Digital Marketing</i>	1
Konsep <i>Digital Marketing</i>	4
Pentingnya <i>Digital Marketing</i>	6
Strategi <i>Digital Marketing</i>	7
Penelitian dan Pengembangan Strategi <i>Digital Marketing</i>	10
2 MODEL BISNIS <i>DIGITAL MARKETING</i>	19
Pengertian <i>Digital Marketing</i>	19
Jenis-Jenis <i>Digital Marketing</i>	20
Konsep Model Bisnis.....	20
Model Bisnis Digital.....	21
Model Bisnis <i>Digital Marketing</i>	30
3 PERAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN.....	37
Meningkatkan Visibilitas dan <i>Brand Awareness</i>	37
<i>Targeting</i> yang Lebih Tepat.....	39
Interaksi dan Keterlibatan Konsumen.....	40
Meningkatkan Konversi.....	42
Analisis dan Optimasi.....	44
Peningkatan Penggunaan Teknologi AI dan <i>Machine Learning</i>	45
<i>Mobile Marketing</i>	46

	Peningkatan dalam Dominasi Konten	
	Bentuk Video.....	47
	Pengaruh Media Sosial.....	47
	Penggunaan Iklan Berbasis Data.....	48
4	KONSEP <i>MARKETING MODERN</i>	53
	Pemasaran.....	53
	Fungsi Pemasaran.....	54
	Tujuan Pemasaran.....	55
	Konsep Pemasaran.....	55
	<i>Digital Marketing</i>	56
	Kelebihan dan Kelemahan <i>Digital Marketing</i>	57
	<i>Traditional Marketing</i>	58
5	PERBANDINGAN ANTARA <i>DIGITAL MARKETING</i> DAN <i>TRADITIONAL MARKETING</i>	63
	<i>Traditional Marketing</i>	63
	<i>Digital Marketing</i>	67
	<i>Traditional Marketing Vs Digital Marketing</i>	70
6	TEKNOLOGI INTERNET DALAM PRAKTIK PEMASARAN.....	79
	Pendahuluan.....	79
	Konsep Model Bisnis.....	80
	Pengembangan Bisnis Digital.....	82
	Kompleksitas Pasar.....	86
	Model Bisnis Perdagangan.....	87
	Jenis Model Bisnis Perdagangan.....	88
7	<i>MARKETING MIX</i>	95
	<i>Marketing Mix</i> sebagai Landasan.....	95
	Fungsi dan Manfaat <i>Marketing Mix</i>	96

	Unsur <i>Marketing Mix</i>	97
8	GREEN MARKETING DAN KOMPONENNYA	111
	Pendahuluan	111
	<i>Green Marketing</i>	112
	Strategi <i>Green Marketing</i>	115
	Produk (<i>Product</i>)	118
	Tempat (<i>Place</i>).....	120
	Promosi (<i>Promotion</i>).....	120
	<i>Ecolabel</i>	121
	Komponen <i>Green Marketing</i>	122
9	PENGEMBANGAN KONTEN DIGITAL DALAM PERSPEKTIF <i>SOCIETY 5.0</i>	127
	<i>Society 5.0</i>	127
	Perubahan Sosial, Ekonomi, dan Teknologi Terkait dengan <i>Society 5.0</i>	129
	Pengembangan Konten Digital.....	131
	Tantangan dan Peluang dalam Pengembangan Konten Digital.....	132
	Etika dalam Pengembangan Konten Digital	134
	Pengembangan Konten Digital dalam Perspektif <i>Society 5.0</i>	136
	Kesimpulan	138
10	PENTINGNYA LITERASI DIGITAL MENGHADAPI ERA <i>SOCIETY 5.0</i>	143
	Pendahuluan	143
	Pemahaman Literasi Digital.....	145
	Komponen Literasi Digital.....	148
	Manfaat Literasi Digital.....	150

	Pentingnya Literasi Digital.....	152
11	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL.....	157
	Mengenal Komunikasi Pemasaran Digital	157
	Komunikasi Pemasaran Digital pada Era Globalisasi.....	158
	Tantangan Komunikasi Pemasaran Digital.....	159
	Strategi Komunikasi Pemasaran Digital.....	161
	Strategi Komunikasi Digital <i>Business-to-Consumer (B2C)</i>	161
	Strategi Komunikasi Digital <i>Business-to-Business (B2B)</i>	162
	Strategi Komunikasi Digital <i>Consumer-to-Consumer (C2C)</i>	163
	Strategi Komunikasi Digital <i>Consumer-to-Business (C2B)</i>	165
12	PENERAPAN <i>DIGITAL MARKETING</i> DALAM BISNIS UMKM.....	173
	Pengertian <i>Digital marketing</i>	173
	Konsep <i>Digital Marketing</i>	175
	Kelebihan <i>Digital Marketing</i>	178
	Kelemahan UMKM di Indonesia.....	179
	<i>Digital Marketing</i> pada UMKM	180
	Peluang <i>Digital Marketing</i> bagi UMKM.....	181
	Tantangan UMKM pada Era Digital.....	183
	Program Pemerintah untuk UMKM pada Era Digital.....	184
13	STRATEGI <i>ELECTRONIC WORD OF MOUTH</i> (E-WOM) DALAM PEMASARAN.....	189

	Tradisional <i>Word of Mouth</i>	189
	Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i>	190
	Karakteristik <i>Electronic Word of Mouth</i>	192
	Manfaat <i>Electronic Word of Mouth</i>	193
	Dorongan untuk Melakukan <i>Electronic Word of Mouth</i>	195
	Alasan untuk Menerima <i>Electronic Word of Mouth</i>	197
14	SEGMENTASI DAN SALURAN DISTRIBUSI DALAM <i>DIGITAL MARKETING</i>	203
	Definisi Internet	205
	<i>Digital Marketing</i>	205
	Segmentasi sebagai Bagian dari Strategi <i>Digital Marketing</i>	206
	Segmentasi Pasar pada Era Digital.....	207
	Saluran Pemasaran Digital.....	209
	Jenis-Jenis <i>Digital Marketing Channel</i>	210
	Kesimpulan	212
15	PELUANG DAN TANTANGAN BISNIS <i>DIGITAL MARKETING</i>	217
	Pendahuluan	217
	Gambaran Bisnis Digital	219
	Unsur-Unsur Bisnis Digital.....	220
	Keuntungan dan Kekurangan Bisnis Digital	221
	Konsep <i>Digital Marketing</i>	222
	Jenis-Jenis <i>Digital Marketing</i>	223
	Kelebihan dan Kelemahan <i>Digital Marketing</i>	224
	Manfaat <i>Digital Marketing</i>	225

	Pentingnya <i>Digital Marketing</i>	226
	Data (Tren) Pengguna Internet dan Media Sosial Tahun 2023 di Dunia dan Indonesia.....	227
	Waktu Orang Indonesia Mengakses Media Digital (Tahun 2023).....	228
	Peluang dan Tantangan Bisnis <i>Digital Marketing</i>	229
	Peluang Bisnis <i>Digital Marketing</i>	229
	Tantangan Bisnis <i>Digital Marketing</i>	230
16	<i>BRAND LOYALTY, BRAND AWARENESS, DAN BRAND IMAGE</i>	235
	Pengertian Loyalitas Merek.....	235
	Kategori Loyalitas.....	236
	Tahapan Loyalitas Merek.....	236
	Tingkatan Loyalitas.....	237
	Ciri-Ciri Konsumen yang Loyal.....	239
	Fungsi Loyalitas Merek bagi Perusahaan.....	239
	Pengertian <i>Brand Awareness</i>	240
	Manfaat <i>Brand Awareness</i>	240
	Peran <i>Brand Awareness</i>	241
	Membangun <i>Brand Awareness</i>	243
	Pengertian Citra Merek.....	244
	Pengukuran Citra Merek.....	245
	Komponen <i>Brand Image</i>	246
17	<i>SOCIAL MEDIA MARKETING</i>	253
	Pendahuluan.....	253
	Konsep Manajemen Pemasaran.....	255

	Konsep <i>Social Media</i> (Media Sosial).....	255
	Karakteristik <i>Social Media</i> (Media Sosial)	256
	Jenis-Jenis <i>Social Media</i> (Media Sosial)	258
	Konsep <i>Social Media Marketing</i>	259
	Dimensi <i>Social Media Marketing</i>	260
	Hubungan <i>Social Media Marketing</i> dengan Keunggulan Bersaing.....	262
18	SEARCH ENGINE MARKETING DAN MOBILE MARKETING	269
	<i>Search Engine Marketing</i>	269
	<i>Mobile Marketing</i>	276
	Bentuk-Bentuk <i>Mobile Marketing</i>	277
	Implementasi <i>Mobile Marketing</i>	277
	Analisis dan Optimisasi.....	279
19	E-BUSINESS DAN E-COMMERCE	287
	Sejarah Perkembangan <i>E-commerce</i> dan <i>E-business</i>	287
	Definisi <i>E-Commerce</i> dan <i>E-Business</i>	289
	Perbedaan antara <i>E-commerce</i> dan <i>E-business</i>	292
	Berbagai Model Bisnis <i>E-commerce</i>	294
20	PERAN HOME INDUSTRY DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT	305
	Pendahuluan	305
	Konsep Industri Rumah Tangga (<i>Home Industry</i>).....	307
	Perempuan Pelaku Utama Industri Rumah Tangga di Pedesaan.....	309
	Perempuan dalam Meningkatkan Usaha Rumah Tangga Suatu Catatan Lapang.....	311

Penutup	318
---------------	-----

