

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>BAGIAN 1 DEFINISI, KONSEP, DAN AREA PEMASARAN DIGITAL .....</b>	<b>1</b>
A.    DEFINISI PEMASARAN DIGITAL .....	1
B.    KONSEP PEMASARAN DIGITAL.....	2
C.    AREA PEMASARAN DIGITAL .....	4
D.    KELEBIHAN MENGGUNAKAN PEMASARAN DIGITAL.....	7
E.    KELEMAHAN MENGGUNAKAN PEMASARAN DIGITAL .....	10
F.    DAMPAK MENGGUNAKAN PEMASARAN DIGITAL .....	12
<b>BAGIAN 2 JENIS MEDIA DAN APLIKASI YANG DAPAT DIGUNAKAN DALAM PEMASARAN DIGITAL.....</b>	<b>15</b>
A.    JENIS MEDIA DAN APLIKASI PEMASARAN DIGITAL.....	15
B.    SOCIAL MEDIA.....	18
C.    WEBSITE DAN BLOG.....	39
D.    EMAIL MARKETING .....	41
E.    SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) .....	43
F.    SEM (SEARCH ENGINE MARKETING).....	47
G.    APLIKASI MOBILE .....	49
H.    MARKETING INFLUENCER .....	52
I.    DAN JENIS MEDIA DAN APLIKASI PEMASARAN DIGITAL LAINNYA.....	54
<b>BAGIAN 3 STRATEGI KONTEN PEMASARAN DIGITAL .....</b>	<b>59</b>
A.    PENGERTIAN KONTEN PEMASARAN (CONTENT MARKETING) ...	59

B.	MANFAAT KONTEN PEMASARAN .....	60
C.	BENTUK – BENTUK KONTEN PEMASARAN.....	61
D.	TEMA KONTEN PEMASARAN .....	62
E.	MENULIS KONTEN PEMASARAN .....	66
F.	LANGKAH – LANGKAH MEMBUAT KONTEN PEMASARAN .....	68
<b>BAGIAN 4 PENGERTIAN PERENCANAAN DAN PENYUSUNAN SOSIAL MEDIA PEMASARAN .....</b>		<b>74</b>
A.	PENGERTIAN PERENCANAAN DAN PENYUSUNAN.....	74
B.	SOSIAL MEDIA.....	75
C.	PEMASARAN .....	76
D.	SOSIAL MEDIA PEMASARAN .....	78
E.	PERENCANAAN DAN PENYUSUNAN SOSIAL MEDIA PEMASARAN .....	79
F.	MENENTUKAN TEMA.....	80
G.	TAHAP PENGUMPULAN DATA FOTO DAN VIDEO .....	82
H.	PENULISAN <i>CAPTION</i> ATAU <i>COPYRIGHTING</i> DAN OPTIMALISASI TAGAR.....	84
I.	KALENDER KONTEN.....	86
J.	INTERAKSI DAN PROMOSI.....	88
K.	EVALUASI .....	90
<b>BAGIAN 5 PERENCANAAN DAN PENYUSUNAN VIDIO PEMASARAN.....</b>		<b>92</b>
A.	VIDIO PEMASARAN .....	92
B.	KELEBIHAN VIDIO MARKETING .....	94
C.	JENIS-JENIS VIDIO PEMASARAN .....	95
D.	LANGKAH MEMBUAT VIDIO PEMASARAN .....	96

E. HAL YANG HARUS DIPERHATIKAN SEBELUM MELAKUKAN PROMOSI VIDIO .....	98
<b>BAGIAN 6 OPTIMASI SEARCH ENGINE MARKETING (SEM) .....</b>	<b>101</b>
A. PENGERTIAN SEM .....	101
B. PERBEDAAN SEO DAN SEM .....	103
C. MANFAAT SEM.....	105
D. DASAR-DASAR SEM.....	107
E. IMPLEMENTASI SEM .....	109
F. EVALUASI SEM .....	112
<b>BAGIAN 7 PERIKLANAN DIGITAL GRATIS.....</b>	<b>115</b>
A. KONSEP PEMASARAN DIGITAL GRATIS .....	115
B. MEMILIH MEDIA UNTUK PERIKLANAN GRATIS.....	118
C. PEMBUATAN DAN PENYEBARAN KONTEN GRATIS.....	123
D. MENGUKUR DAN MENINGKATKAN KINERJA PERIKLANAN DIGITAL GRATIS .....	130
<b>BAGIAN 8 ONLINE REPUTATION MANAGEMENT (MANAJEMEN REPUTASI ONLINE) .....</b>	<b>134</b>
A. PENDAHULUAN.....	134
B. PEMAHAMAN REPUTASI ONLINE.....	135
C. KOMPONEN REPUTASI ONLINE .....	142
D. STRATEGI MANAJEMEN REPUTASI ONLINE .....	145
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>151</b>
<b>TENTANG PENULIS.....</b>	<b>157</b>

