

Bisnis Digital

Nama : Putri Helvi Melita Ananda

NPM : 2113046065

Kelas : A

Dalam video youtube tersebut Iwan Setiawan menjelaskan tentang Digital Marketing. Digital Marketing dapat dibagi menjadi dua yaitu Content Marketing dan E-commerce. Beliau menjelaskan perbedaan dari ke-2 tersebut.

- Content Marketing adalah bagaimana membuat, mengurai, mendistribusikan konten atau pesan yang disampaikan proses memanfaatkan pesan untuk mempromosikan produk. Dalam Content Marketing ada dua platform yang besar, yang pertama search contohnya seperti Google: youtube. Search ini bersifat user Driven atau dapat menjawab pertanyaan audiens, Search juga kontennya lebih panjang dan detail. Search ini bersifat sesuatu yang sudah tau ingin dicari. Selanjutnya ada sosial contohnya platform yang besar fb, ig, dan tiktok. Sosial ini sifatnya memicu emosi dan Brand Driven. Dalam sosial konten tersebut pendek.
- E-commerce adalah transaksi jual-beli digital. Dalam E-commerce terdapat marketplace yang paling populer bersifat (B2C and C2C) Brand Besar menarget konsumen jadi bisnis to consumer, sedangkan C2C Brand kecil seperti UKM menarget audiens konsumen, contohnya tokopedia, shopee, dan lain-lain. Pendekatan Direct-to-consumer merupakan Brand yang tidak bergabung dengan marketplace tetapi memiliki website sendiri. Pendekatan lain yang sedang trending yaitu social commerce yaitu berjualan melalui media sosial / social media contoh ig dll. Variasi lainnya, yaitu conversational commerce yaitu berjualan melalui aplikasi chat seperti whatsapp, sehingga dapat berinteraksi langsung dengan yang ingin membeli produk. Selain itu, yang paling trending yaitu livestream commerce seorang yang melakukan live display atau demo produknya mereka kepada audiens. E-commerce tidak hanya bicara tentang Marketplace, tetapi E-commerce juga menggunakan banyak pendekatan-pendekatan lain.
- E-commerce memiliki dua jenis yang pertama E-commerce yang fokus pada shop sendiri (Tokped, shopee). yang kedua fokus

pada interaksi dengan audiensnya.

- ada dua tantangan besar, Internet user di Indonesia sudah lebih dari 200 juta. Digital Marketing saat ini terlalu banyak berfokus pada akuisisi pelanggan / Customer Acquisition dan banyak yang fokus pada pemberian diskon.