



MODUL PERKULIAHAN

DIGITAL MARKETING

Materi I

Jurusan	Program Studi	Tatap Muka	Kode MK	Disusun Oleh
Jurusan Gizi	Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika	1	GZ181134	

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa memahami sistem pembelajaran di mata kuliah Digital Marketing

Kompetensi

Konsep Pemasaran Digital, Traditional Marketing vs Digital Marketing, Pengertian Pemasaran Digital, Perangkat Digital Marketing (Offline dan Online), Manfaat dan Kelebihan Pemasaran Digital, Konsumen Digital

Pembahasan

Pendahuluan

Modul ini merupakan bagian ke-1 dan membahas materi mengenai Konsep Pemasaran Digital, Traditional Marketing vs Digital Marketing, Pengertian Pemasaran Digital, Perangkat Digital Marketing (Offline dan Online), Manfaat dan Kelebihan Pemasaran Digital, Konsumen Digital. Untuk memahami bahasan materi yang terdapat dalam modul ini, maka sangat penting untuk mempelajari terlebih dahulu materi yang terdapat pada modul sebelumnya.

Untuk memudahkan dalam mempelajarinya, perlu diketahui bahwa masing-masing modul dikemas dalam satu sampai dua kali pertemuan. Alokasi waktu untuk tiap kegiatan belajar adalah 50 menit. Sehingga untuk menyelesaikan modul ini diperlukan waktu 1 jam 40 menit.

Setelah mempelajari modul ini anda akan dapat mengetahui; 1. Konsep Pemasaran Digital 2. Traditional Marketing vs Digital Marketing 3. Pengertian Pemasaran Digital, Perangkat Digital Marketing (Offline dan Online) 4. Manfaat dan Kelebihan Pemasaran Digital 5. Konsumen Digital

Semua materi yang dibahas di dalam modul ini sangat diperlukan untuk memahami materi pada modul berikutnya. Semoga sukses dalam mempelajari materi yang terdapat pada modul ini dan selamat untuk mengikuti modul berikutnya.

Materi : Konsep Pemasaran Digital, Traditional Marketing vs Digital Marketing, Pengertian Pemasaran Digital, Perangkat Digital Marketing (Offline dan Online), Manfaat dan Kelebihan Pemasaran Digital, Konsumen Digital

Konsep pemasaran digital

1. SEO (Search Engine Optimization)
2. Mengoptimalkan konten untuk pembaca website
3. Perencanaan konten
4. Strategi konten corong penuh (model tiga corong, dalam kegiatan pemasaran, yaitu Menarik, Melibatkan, dan Mengonversi).
5. Media Sosial
6. Pay Per Click
7. Pengoptimalan Tingkat Konversi (CRO)

Traditional marketing vs Digital marketing

Traditional marketing

Kelebihan :

1. Cakupan target yang luas dan mudah dipahami audiens
2. Jika dilakukan dengan tepat melalui cara yang kreatif, dampak yang ditimbulkan bisa lebih menarik daripada digital marketing.

Kekurangan :

1. Target sasaran yang tidak dapat dituju secara personal
2. Biaya yang dikeluarkan juga mungkin jauh lebih tinggi ketimbang digital marketing

Digital Marketing

Kelebihan :

1. Iklan atau pesan yang dipasarkan langsung mengenai target sasaran yang sudah ditentukan
2. Pemasar bisa lebih mudah menghitung seberapa akurat media yang digunakan dalam memasarkan produk.
3. Digital marketing menawarkan biaya yang lebih terjangkau

Kekurangan :

1. Target pasar haruslah orang-orang yang melek teknologi dan aktif di media sosial,
2. Beberapa pengguna internet biasanya merasa terganggu dengan kemunculan iklan saat mereka sedang mengakses media sosial seperti YouTube

Pengertian pemasaran digital

Digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media.

Manfaat penerapan digital marketing untuk bisnis

1. Hemat Biaya Marketing / promosi
1. Jangkauan Pasar yang Lebih Luas dan Tepat Sasaran
2. Dapat Meningkatkan Penjualan
3. Menjaga Komunikasi Antara Penjual dan Pelanggan
4. Analisis Digital secara Cepat dan Tepat

Konsumen digital marketing

Terhubung dengan pelanggan secara langsung bisa menjadi sebuah hal yang bagus. Berbagai teknik mulai dari SEO dan juga Ads. bisa digunakan untuk membangun komunikasi yang baik dengan para pelanggan.

Tes Formatif

1. E-marketing adalah istilah lain dari..
 - a. Elektronik marketing *
 - b. Elektrik marketing
 - c. Engine marketing
 - d. Early marketing
2. Berikut ini yang tidak termasuk dalam jenis pemasaran online adalah..
 - a. Video marketing
 - b. Partnership/affiliate marketing
 - c. Search engine marketing
 - d. Tidak ada *
3. Pemasaran online adalah..
 - a. Segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui ata menggunakan media internet *

- b. Kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet
 - c. Kegiatan pemasaran yang dilaksanakan secara elektronik lewat jaringan internet atau jaringan cyber
 - d. Semua kegiatan usaha yang bertalian dengan arus penyerahan barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen
4. SEO adalah singkatan dari..
- a. Sea Engine Optimization
 - b. Search Engine Objective
 - c. Search Engine Over
 - d. Search Engine Optimization *
5. Informasi pemasaran yang disajikan harus up to date, yang artinya..
- a. Terkini *
 - b. Sinkron
 - c. Berkualitas
 - d. Sesuai kenyataan

Kunci Jawaban Tes Formatif

1. A
2. D
3. A
4. D
5. A

Daftar Pustaka

Hartono T.2021.Digital Marketing vs Traditional Marketing mana yang lebih baik?.
<https://www.dewaweb.com/blog/digital-vs-traditional-marketing/>



MODUL PERKULIAHAN

DIGITAL MARKETING

Materi II

Jurusan	Program Studi	Tatap Muka	Kode MK	Disusun Oleh
Jurusan Gizi	Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika	2	GZ181134	

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa memahami strategi memilih produk yang tepat untuk dipasarkan

Kompetensi

Pemilihan Produk Untuk Pemasaran yang Efektif meliputi Review analisa pasar, Melihat masalah dan peluang dan Menentukan produk

Pembahasan

Pendahuluan

Modul ini merupakan bagian ke-2 dan membahas materi mengenai Pemilihan Produk Untuk Pemasaran yang Efektif meliputi Review analisa pasar, Melihat masalah dan peluang dan Menentukan produk

Untuk memudahkan dalam mempelajarinya, perlu diketahui bahwa masing-masing modul dikemas dalam satu sampai dua kali pertemuan. Alokasi waktu untuk tiap kegiatan belajar adalah 50 menit. Sehingga untuk menyelesaikan modul ini diperlukan waktu 1 jam 40 menit.

Setelah mempelajari modul ini anda akan dapat mengetahui; Pemilihan Produk Untuk Pemasaran yang Efektif meliputi 1. Review analisa pasar 2. Melihat masalah dan peluang 3. Menentukan produk

Semua materi yang dibahas di dalam modul ini sangat diperlukan untuk memahami materi pada modul berikutnya. Semoga sukses dalam mempelajari materi yang terdapat pada modul ini dan selamat untuk mengikuti modul berikutnya.

Materi : Pemilihan Produk Untuk Pemasaran yang Efektif meliputi Review analisa pasar, Melihat masalah dan peluang dan Menentukan produk

Review analisa pasar

- Perkembangan Perilaku Konsumen Online era Digital
- Browsing di mesin pencari : yahoo, google, dll
- Mengenal Social Media: Friendster, facebook, twitter, IG, Tiktok • Forum Jual Beli: Kaskus, dll
- Otomatisasi & Payment Gateway
- Optimalisasi Data

Melihat masalah dan peluang

Peluang :

1. Lebih mengenal pasar
2. Menjangkau pasar yang lebih luas dapat meningkatkan penjualan
3. Kompetitif dengan pelaku usaha besar

Hambatan :

1. Skill baru seputar digital marketing
2. Pengadaan Perangkat teknologi
3. Kultur lama

Menentukan produk

1. Produk komoditas bisa berupa barang fisik ataupun digital.
2. Produk Niche adalah barang atau jasa yang ditujukan untuk kalangan masyarakat tertentu saja.

Cara menentukan produk :

1. Ciptakan produk yang bisa "menyelesaikan" permasalahan di masyarakat
2. Ciptakan produk yang disukai oleh kebanyakan orang dan diri kalian sendiri
3. Cari Produk yang Memiliki Potensi Branding
4. Ikuti Tren Kekinian
5. Teliti Segmen Pasar Kalian!

6. Temukan Kesempatan Bisnis Dimanapun!

Tes Formatif

1. Salah satu fungsi dari mengikuti tren kekinian dalam menentukan produk adalah..
 - a. Mengetahui keperluan pasar saat ini dan mengetahui produk yang disukai
 - b. Mengetahui keinginan kalangan masyarakat tertentu
 - c. Hanya sekedar ingin menyediakan produk saja
 - d. Sebagai ajang kompetisi
2. Salah satu manfaat dari melihat peluang pasar antara lain...
 - a. Meningkatkan tempat penjualan
 - b. Menyebarluaskan pemasaran
 - c. Melihat peluang
 - d. Meningkatkan target pasar dan menjangkau pasar lebih luas lagi
3. Salah satu mesin pencari yang banyak digunakan antara lain...
 - a. Google
 - b. Email
 - c. Koran
 - d. Kaskus
4. Strategi teknik, atau proses mendapatkan traffic (pengunjung) website atau perhatian melalui situs media sosial, seperti twitter, facebook, youtube dan sebagainya dikenal dengan istilah
 - a. Viral marketing
 - b. Sosial media marketing
 - c. Pemasaran online
 - d. Pemasaran media sosial
 - e. Iklan online
5. Iklan premium yang membutuhkan lebih banyak biaya, namun memperluas daerah iklan dalam facebook disebut
 - a. Market place
 - b. Iklan online
 - c. Pemasaran media sosial
 - d. Pemasaran online

Kunci Jawaban Tes Formatif

1. A
2. D
3. A
4. B
5. B

Daftar Pustaka

Gala.2021.Cara menentukan produk bisnis online.<https://www.s-gala.com/blog-post/menentukan-produk-jualan-online>



MODUL PERKULIAHAN

DIGITAL MARKETING

Materi III

Jurusan	Program Studi	Tatap Muka	Kode MK	Disusun Oleh
Jurusan Gizi	Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika	3	GZ181134	

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa memahami konsep bahasa iklan dan viral marketing dan mampu membuat konsep bahasa iklan untuk produk yang dipilih

Kompetensi

Bahasa Iklan dan viral marketing

Pembahasan

Pendahuluan

Modul ini merupakan bagian ke-3 dan membahas materi mengenai Bahasa Iklan dan viral marketing. Untuk memudahkan dalam mempelajarinya, perlu diketahui bahwa masing-masing modul dikemas dalam satu sampai dua kali pertemuan. Alokasi waktu untuk tiap kegiatan belajar adalah 50 menit. Sehingga untuk menyelesaikan modul ini diperlukan waktu 1 jam 40 menit.

Setelah mempelajari modul ini anda akan dapat mengetahui; 1. Bahasa Iklan, 2. viral marketing

Semua materi yang dibahas di dalam modul ini sangat diperlukan untuk memahami materi pada modul berikutnya. Semoga sukses dalam mempelajari materi yang terdapat pada modul ini dan selamat untuk mengikuti modul berikutnya.

Materi : Bahasa Iklan dan viral marketing

Pengertian iklan

Informasi yang disajikan dengan menarik agar penonton / pembaca / pendengar terdorong untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan

Ciri-ciri bahasa iklan

1. Persuasif (mengajak)
2. Menggugah emosi, agak "menghipnotis"
3. Menggunakan kalimat aktif dan bahasa positif
4. Kadang-kadang "tidak bernalar"
5. Gaya bahasa disesuaikan dengan audiens, produk dan media yang digunakan
6. Dibuat seefektif dan sesingkat mungkin

Viral marketing

sebuah strategi pemasaran yang mendorong individu untuk menyampaikan sebuah pesan pemasaran kepada individu lainnya sehingga menciptakan potensi pertumbuhan eksponensial dalam paparan dan pengaruh pesan pemasaran tersebut

Tes Formatif

Gunakan listrik seperlunya!

1. Kalimat yang muncul dalam teks iklan tersebut adalah...
 - a. Kalimat persuasif.
 - b. Kalimat imperatif.
 - c. Berima puitis.
 - d. Berkesan positif.
2. Berikut ini yang bukan fungsi iklan adalah...
 - a. Memberikan layanan.
 - b. Menceritakan peristiwa.
 - c. Memberikan penjelasan.
 - d. Memperluas jangkauan pemasaran.
3. Perhatikan keterangan berikut:
 - (1) Belajar lebih atraktif sangat menyenangkan.
 - (2) Telah hadir VCD pembelajaran.
 - (3) Harga sesuai kualitas.

(4) Tersedia di PT Sinar Terang telepon 021-464646.

Kalimat yang sesuai dengan iklan tersebut adalah...

- a. PT Sinar Terang menjual DVD game berkualitas.
 - b. Harga VCD sangat murah.
 - c. Untuk membeli VCD tersebut bisa menghubungi PT Sinar Terang.
 - d. Belajar menggunakan VCD, kita menjadi pintar.
4. tertarik dengan barang atau jasa yang ditawarkan disebut...
- a. Spanduk
 - b. Iklan
 - c. Poster
 - d. Brosur

Asisten Apoteker (AA) Llsn Farmasi, Berpengalaman/blm untuk Apotek di Bandung.

Hub: Ambar HP: 085249380532

5. Iklan di atas termasuk...
- a. Layanan masyarakat
 - b. Undangan
 - c. Pemberitahuan
 - d. Penawaran

Kunci Jawaban Tes Formatif

1. A
2. B
3. C
4. B
5. D

Daftar Pustaka

Gala.2021.Cara menentukan produk bisnis online.<https://www.s-gala.com/blog-post/menentukan-produk-jualan-online>



MODUL PERKULIAHAN

DIGITAL MARKETING

Materi IV

Jurusan	Program Studi	Tatap Muka	Kode MK	Disusun Oleh
Jurusan Gizi	Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika	4	GZ181134	

Tujuan Pembelajaran
Mahasiswa memahami etika dalam pemasaran digital

Kompetensi
Etika pemasaran digital

Pembahasan

Pendahuluan

Modul ini merupakan bagian ke-4 dan membahas materi mengenai Etika pemasaran digital. Untuk memudahkan dalam mempelajarinya, perlu diketahui bahwa masing-masing modul dikemas dalam satu sampai dua kali pertemuan. Alokasi waktu untuk tiap kegiatan belajar adalah 50 menit. Sehingga untuk menyelesaikan modul ini diperlukan waktu 1 jam 40 menit.

Setelah mempelajari modul ini anda akan dapat mengetahui; Etika pemasaran digital. Semua materi yang dibahas di dalam modul ini sangat diperlukan untuk memahami materi pada modul berikutnya. Semoga sukses dalam mempelajari materi yang terdapat pada modul ini dan selamat untuk mengikuti modul berikutnya.

Materi : Etika pemasaran digital

Rangkuman

Etika dalam beriklan

1. Berisi pernyataan yang jujur, bertanggung jawab, serta tidak bertentangan dengan aturan atau hukum yang berlaku di masyarakat tempat iklan tersebut akan disiarkan
2. Pernyataan dalam iklan tidak menyinggung perasaan maupun merendahkan martabat sebuah negara, agama, budaya, suku, dan golongan
3. Isi iklan tidak menjelek-jelekan produk kompetitor, disusun dengan asas persaingan yang sehat.

Menulis konten iklan

1. Informasi sedapat mungkin disusun memenuhi unsur 5W+1H secara singkat
2. Dibuat semenarik mungkin dengan "menyentuh" panca indera audiens
3. Pilih kata-jata yang "menghipnotis" audiens
4. Hati-hati mengundang 'mispersepsi'
5. Perhatikan etika beriklan
6. Perhatikan penulisan iklan

Tes Formatif

1. Tips menulis konten iklan antara lain..
 - a. Informasi sedapat mungkin disusun memenuhi unsur 5W+1H secara singkat
 - b. Membuat suatu kebohongan atau berita hoax
 - c. pernyataan bersaing dengan kompetitor
 - d. Sesuai kemauan pembuat iklan saja
2. Salah satu langkah agar menghindari mispersepsi dari customer yaitu..
 - a. Membuat sebuah kebohongan
 - b. Menjatuhkan lawan
 - c. Berbicara jujur dan terbuka
 - d. Persaingan yang sehat
3. kalimat atau bahasa yang mampu menyakinkan atau memengaruhi pendengar atau pembaca pada sebuah iklan adalah kalimat..
 - a. Imperatif
 - b. Persuasif

- c. Berkesan positif
- d. Komunikatif
- 4. Berikut ini merupakan unsur-unsur iklan kecuali ...
 - a. Sumber
 - b. Media
 - c. Penerima
 - d. JudulGunakan listrik seperlunya!
- 5. Kalimat yang muncul dalam teks iklan tersebut adalah...
 - a. Kalimat persuasif.
 - b. Kalimat imperatif.
 - c. Berima puitis.
 - d. Berkesan positif.

Kunci Jawaban Tes Formatif

- 1. A
- 2. C
- 3. A
- 4. A
- 5. A

Daftar Pustaka

Gala.2021.Cara menentukan produk bisnis online.<https://www.s-gala.com/blog-post/menentukan-produk-jualan-online>



MODUL PERKULIAHAN

DIGITAL MARKETING

Materi V

Jurusan	Program Studi	Tatap Muka	Kode MK	Disusun Oleh
Jurusan Gizi	Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika	5	GZ181134	

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa memahami langkah-langkah pembuatan website

Kompetensi

Pengertian Website, Jenis-jenis website dan Merencanakan/merancang website

Pembahasan

Pendahuluan

Modul ini merupakan bagian ke-5 dan membahas materi mengenai Pengertian Website, Jenis-jenis website dan Merencanakan/merancang website. Untuk memudahkan dalam mempelajarinya, perlu diketahui bahwa masing-masing modul dikemas dalam satu sampai dua kali pertemuan. Alokasi waktu untuk tiap kegiatan belajar adalah 50 menit. Sehingga untuk menyelesaikan modul ini diperlukan waktu 1 jam 40 menit.

Setelah mempelajari modul ini anda akan dapat mengetahui; 1. Pengertian Website, 2. Jenis-jenis website dan 3. Merencanakan/merancang website. Semua materi yang dibahas di dalam modul ini sangat diperlukan untuk memahami materi pada modul berikutnya. Semoga sukses dalam mempelajari materi yang terdapat pada modul ini dan selamat untuk mengikuti modul berikutnya.

Materi : Pengertian Website, Jenis-jenis website dan Merencanakan/merancang website

Rangkuman

Pengertian website

Website adalah kumpulan halaman dalam suatu domain yang memuat tentang berbagai informasi agar dapat dibaca dan dilihat oleh pengguna internet melalui sebuah mesin pencari. Informasi yang dapat dimuat umumnya berisi mengenai konten gambar, ilustrasi, video, dan teks untuk berbagai macam kepentingan.

Jenis-jenis website

Jenis website berdasarkan sifat

- a. website statis dapat didefinisikan sebagai website yang kontennya konstan atau tidak berubah.
- b. website dinamis adalah website yang kontennya selalu di-update secara berkala.
- c. Jenis website berdasarkan platform
- d. Content Management System (CMS). CMS adalah perangkat lunak atau sistem yang digunakan untuk membuat dan mengatur konten digital.
- e. Website builder adalah platform yang membantu dalam membuat website dengan cepat, tanpa perlu memahami coding atau kemampuan desain sama sekali.
- f. HTML dan CSS

Jenis website berdasarkan fungsi

- a. Blog atau website pribadi
- b. E-commerce/toko online
- c. Website perusahaan
- d. Blog (Content Marketing)
- e. Organisasi/instansi pemerintah
- f. Media sharing
- g. Komunitas online
- h. Website berita

1. Jenis jenis website berdasarkan sifat dibagi menjadi 2, yaitu...
 - a. Website statis dan dinamis
 - b. komunitas online dan media sharing
 - c. Blog dan E-commerce
 - d. CMS dan Builder
 - e. Blog dan website berita
2. kumpulan halaman dalam suatu domain yang memuat tentang berbagai informasi agar dapat dibaca dan dilihat oleh pengguna internet melalui sebuah mesin pencari adalah pengertian dari...
 - a. CMS
 - b. Blog
 - c. Website
 - d. E-commerce
 - e. media sharing
3. perangkat lunak atau sistem yang digunakan untuk membuat dan mengatur konten digital merupakan...
 - a. CMS
 - b. Blog
 - c. Website
 - d. E-commerce
 - e. media sharing
4. Jenis website berdasarkan fungsi kecuali...
 - a. Website statis dan dinamis
 - b. komunitas online dan media sharing
 - c. Blog dan E-commerce
 - d. CMS dan Builder
 - e. Blog dan website berita
5. platform yang membantu dalam membuat website dengan cepat, tanpa perlu memahami coding atau kemampuan desain sama sekali merupakan pengertian dari..
 - a. website builder
 - b. CMS
 - c. Blog
 - d. E-commerce
 - e. Media sharing

1. A
2. B
3. A
4. A
5. A

Daftar Pustaka

Gala.2021.Cara menentukan produk bisnis online.<https://www.s-gala.com/blog-post/menentukan-produk-jualan-online>



MODUL PERKULIAHAN

DIGITAL MARKETING

Materi VI

Jurusan	Program Studi	Tatap Muka	Kode MK	Disusun Oleh
Jurusan Gizi	Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika	6	GZ181134	

Tujuan Pembelajaran
Mahasiswa mampu membuat website

Kompetensi
Merancang website

Pembahasan

Pendahuluan

Modul ini merupakan bagian ke-6 dan membahas materi mengenai Merancang website. Untuk memudahkan dalam mempelajarinya, perlu diketahui bahwa masing-masing modul dikemas dalam satu sampai dua kali pertemuan. Alokasi waktu untuk tiap kegiatan belajar adalah 50 menit. Sehingga untuk menyelesaikan modul ini diperlukan waktu 1 jam 40 menit.

Setelah mempelajari modul ini anda akan dapat mengetahui; Merancang website Semua materi yang dibahas di dalam modul ini sangat diperlukan untuk memahami materi pada modul berikutnya. Semoga sukses dalam mempelajari materi yang terdapat pada modul ini dan selamat untuk mengikuti modul berikutnya.

Materi : Merancang website

Cara membuat website di google site

1. Login lah ke google.co.id/bisnisku dan pilih/klik lokasi/profil bisnis yang akan dikelola.
2. Pada sidebar kiri, klik Website. Maka muncul disebelah kanan adalah tawaran memilih themes (desain website).
3. Tambahkan informasi-informasi yang berkaitan dengan bisnis Anda. Tentukan Headline dan Description. Dua hal ini yang akan muncul di Google Search. Jadi pastikan Anda memahami kata-kata kunci (keywords) pikiran konsumen
4. Muncul pemberitahuan bahwa website di Google Bisnisku sudah siap. Klik saja pada publish ataupun klik dimana saja biar pemberitahuannya itu hilang.
5. Secara default (settingan awal), Google berikan nama alamat (URL) website sesuai nama profil di Google Bisnisku.
6. Ubah nama alamat website sesuai keinginan Anda
7. Alamat sudah berhasil ganti dan saatnya sekarang untuk publikasikan website Anda. Klik tombol PUBLISH.
8. Google beri pemberitahuan bahwa website selesai di publikasikan. Klik tombol View Site.

Tes Formatif

1. Proses memperkenalkan produk / jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan memanfaatkan jaringan komputer berbasis internet merupakan pengertian dari...
 - a. Internet
 - b. Iklan Online
 - c. Pemasaran Online
 - d. Marketing Content
 - e. AdBlock
2. Metode periklanan dengan menggunakan media internet dan layanannya, misalkan web dengan tujuan menyampaikan pesan pemasaran atau promosi agar pelanggan tertarik dan membeli produk yang ditawarkan merupakan pengertian dari....
 - a. Pemasaran Online
 - b. Berita Online

- c. Promosi Online
 - d. Bisnis Online
 - e. Iklan Online
3. Contoh WEB penyedia iklan gratis yaitu...
- a. www.babelprov.go.id
 - b. www.facebook.com
 - c. www.google.com
 - d. www.blogger.com
 - e. www.bisnisku.com
4. Untuk meraih kepercayaan dalam online marketing, anda perlu menampilkan semacam pembuktian atau ulasan dari beberapa pembeli tentang produk atau jasa yang anda tawarkan. Hal ini dinamakan dengan...
- a. Testimoni
 - b. PR-Online
 - c. Mailing List
 - d. News Letter
 - e. Marketing content
5. Biaya pemasaran online sangat murah bila dibandingkan dengan pemasaran langsung, hal ini dijelaskan dalam pernyataan berikut ini....
- a. Membutuhkan ruang display luas dan penataan produk yang dapat terjangkau oleh pandangan konsumen
 - b. Mencetak Brosur dan pamflet untuk menyebarkan promosi
 - c. Tenaga Pramuniaga sangat dibutuhkan sebagai salah satu penentu keberhasilan promosi dan penjualan
 - d. Menghubungkan konten marketing anda dengan layanan sosial media untuk memperluas target pasar
 - e. Memilih Koran dan Tabloid sebagai alternative media promosi yang digemari para pembaca

Kunci Jawaban Tes Formatif

- 1. C
- 2. E
- 3. E
- 4. A
- 5. D

Daftar Pustaka

Orenzi.2019.Cara Membuat Website dengan Google
Bisnisku.<https://www.boc.web.id/cara-buat-website-google-site-dengan-google-bisnisku/>



MODUL PERKULIAHAN

DIGITAL MARKETING

Materi VII

Jurusan	Program Studi	Tatap Muka	Kode MK	Disusun Oleh
Jurusan Gizi	Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika	7	GZ181134	

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa memahami konsep SEO dan SEM

Kompetensi

Konsep Search Engine Optimization (SEO) meliputi Pengertian SEO / SERP (Search Engine Result Page), Perbedaan SEO dan SEM, Cara kerja SEO, Keyword dalam SEO

Pendahuluan

Modul ini merupakan bagian ke-8 dan membahas materi mengenai Konsep Search Engine Optimization (SEO) meliputi Pengertian SEO / SERP (Search Engine Result Page), Perbedaan SEO dan SEM, Cara kerja SEO, Keyword dalam SEO. Untuk memudahkan dalam mempelajarinya, perlu diketahui bahwa masing-masing modul dikemas dalam satu sampai dua kali pertemuan. Alokasi waktu untuk tiap kegiatan belajar adalah 50 menit. Sehingga untuk menyelesaikan modul ini diperlukan waktu 1 jam 40 menit.

Setelah mempelajari modul ini anda akan dapat mengetahui; Konsep Search Engine Optimization (SEO) meliputi 1. Pengertian SEO / SERP (Search Engine Result Page), 2. Perbedaan SEO dan SEM, 3. Cara kerja SEO, 4. Keyword dalam SEO. Semua materi yang dibahas di dalam modul ini sangat diperlukan untuk memahami materi pada modul berikutnya. Semoga sukses dalam mempelajari materi yang terdapat pada modul ini dan selamat untuk mengikuti modul berikutnya.

Materi : Konsep Search Engine Optimization (SEO) meliputi Pengertian SEO / SERP (Search Engine Result Page), Perbedaan SEO dan SEM, Cara kerja SEO, Keyword dalam SEO

Pengertian SEO

SEO adalah cara untuk mengoptimalkan situs web agar masuk pada peringkat teratas di hasil pencarian, khususnya pada organic research. Yang mana, pencarian organik tersebut dilakukan oleh user atau saat memasukkan kata kunci pencarian (keyword) pada browser dan search engine Google.

Perbedaan SEO dan SEM

SEO adalah komponen dari kategori yang lebih besar yaitu SEM. Hukum dan aturan tidak tertulis pada SEO memang terus berubah mengikuti perubahan algoritma mesin telusur secara terus menerus. Dengan kata lain, pada dasarnya SEO dan SEM tidak memiliki perbedaan yang mendasar, Jika SEO hanya mengandalkan keywords agar website Anda dapat dijangkau oleh pengguna mesin pencari, maka SEM bertugas untuk memaksimalkan kinerja SEO.

Cara kerja SEO

Crawling

Crawling atau Perayapan adalah suatu proses mengambil semua halaman web yang terhubung pada situs web tersebut. Tugas ini dilakukan oleh perangkat lunak yang disebut crawler/spider atau Googlebot dalam mesin pencarian Google.

Indexing

Indexing merupakan proses pembuatan indeks untuk semua halaman web yang telah diambil dan disimpan ke dalam database mesin pencari. Pada dasarnya, proses pengindeksan adalah identifikasi dari kata-kata dan tulisan atau deskripsi yang menjadikan halaman tersebut masuk dalam database mesin pencari dengan kata kunci tertentu.

Processing

Ketika mesin pencarian menerima request dari user sebagai contoh dengan mengetikkan kata kunci "cara kerja seo" pada mesin pencari, maka mesin pencari tersebut melakukan proses dengan membandingkan kata kunci "cara kerja seo" kedalam request pencarian dengan halaman lainnya dari berbagai situs web yang telah terindeks pada database mesin pencari.

Calculating Relevancy

Dalam satu halaman web pastinya memiliki jumlah lebih dari kata kunci yang diinputkan ke dalam mesin pencari contoh pada kata kunci "pengertian seo",

sehingga mesin pencari melakukan proses dengan menghitung relevansi dari setiap halaman yang telah terindeks untuk setiap kata kunci yang diterima.

Retrieving Result

Langkah terakhir dalam sistem mesin pencarian adalah mengambil hasil yang sangat relevan dari kata kunci yang telah di proses sebelumnya lalu menampilkan ke dalam daftar hasil mesin pencarian yang ada di browser.

Keyword SEO

Kata kunci SEO keyword adalah kata atau frasa yang digunakan orang saat mencari melalui mesin pencari online.

Jenis kata kunci SEO

- a. Long-Tail Keyword
- b. Mid-Tail Keyword
- c. Short-Tail Keyword

Strategi SEO

- a. Buat daftar topik
- b. Volume pencarian
- c. Keyword Difficulty
- d. Analisis hubungan user intent

Tes Formatif

1. Manfaat SEO pada website secara umum adalah ...
 - a. Menghemat biaya
 - b. Mengurangi kesalahan dalam pemasaran
 - c. Mengetahui kelemahan pesaing
 - d. Mengembangkan produk
 - e. Menghemat waktu
2. Search Engine Optimization (SEO) merupakan berbagai usaha dan upaya untuk meraih peringkat utama di...
 - a. Situs bisnis lokal
 - b. Website
 - c. Hasil pencarian search engine

- d. Blog
 - e. Search engine result page
3. Yang termasuk strategi SEO kecuali...
- a. Buat daftar topik
 - b. Volume pencarian
 - c. Keyword Difficulty
 - d. Analisis hubungan user intent
 - e. tidak ada
4. kata kunci yang spesifik dan bervolume kecil, sehingga tingkat persaingannya cenderung lebih rendah merupakan pengertian dari..
- a. Long-Tail Keyword
 - b. Mid-Tail Keyword
 - c. Short-Tail Keyword
 - d. Mix-Tail Keyword
 - e. Keyword SEO
5. kata atau frasa yang digunakan orang saat mencari melalui mesin pencari online merupakan pengertian dari...
- a. Long-Tail Keyword
 - b. Mid-Tail Keyword
 - c. Short-Tail Keyword
 - d. Mix-Tail Keyword
 - e. SEO Keyword

Kunci Jawaban Tes Formatif

- 1. D
- 2. C
- 3. E
- 4. A
- 5. E

Daftar Pustaka

Gala.2021.Cara menentukan produk bisnis online.<https://www.s-gala.com/blog-post/menentukan-produk-jualan-online>



MODUL PERKULIAHAN

DIGITAL MARKETING

Materi IX

Jurusan	Program Studi	Tatap Muka	Kode MK	Disusun Oleh
Jurusan Gizi	Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika	9	GZ181134	

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa mampu membuat SEO on page dan off page

Kompetensi

Strategi membuat SEO meliputi SEO on page dan SEO off page

Pembahasan

Pendahuluan

Modul ini merupakan bagian ke-9 dan membahas materi mengenai Strategi membuat SEO meliputi SEO on page dan SEO off page. Untuk memudahkan dalam mempelajarinya, perlu diketahui bahwa masing-masing modul dikemas dalam satu sampai dua kali pertemuan. Alokasi waktu untuk tiap kegiatan belajar adalah 50 menit. Sehingga untuk menyelesaikan modul ini diperlukan waktu 1 jam 40 menit.

Setelah mempelajari modul ini anda akan dapat mengetahui; Strategi membuat SEO meliputi 1. SEO on page dan 2. SEO off page. Semua materi yang dibahas di dalam modul ini sangat diperlukan untuk memahami materi pada modul berikutnya. Semoga sukses dalam mempelajari materi yang terdapat pada modul ini dan selamat untuk mengikuti modul berikutnya.

Materi : Strategi membuat SEO meliputi SEO on page dan SEO off page

Lima Strategi SEO On Page

1. Buat Judul Konten yang Menarik, Strategi pertama yang bisa dilakukan adalah membuat judul konten yang menarik. Tidak dapat dipungkiri, banyak orang yang memilih untuk membaca sebuah artikel karena judul yang dibaca bisa menarik perhatiannya.
2. Perhatikan Panjang Konten, Membuat konten dalam bentuk artikel pastinya tidak boleh terlalu pendek. Di dalam SEO sendiri, ada standar jumlah kata yang dipakai di dalam satu konten. Jika terlalu sedikit, maka bisa jadi tidak bisa dioptimasi dengan baik. Standarnya, satu artikel untuk SEO itu minimal 500 kata.
3. Optimasi gambar. mengisi alt text image yang ada dengan keyword yang digunakan. Dengan memasukkan keyword sebagai "judul" dari gambar tersebut, maka ketika ada pencarian keyword tersebut di mesin pencari bagian gambar, maka gambar yang ada di konten tersebut bisa muncul di sana.
4. Gunakan Subheading, Dalam strategi SEO On Page, diperlukan penggunaan subheading sebagai penanda. Untuk bisa memasukkan subheading, Anda bisa menggunakan CMS seperti WordPress. Poin paling penting adalah menggunakan subheading 2 di dalam artikel tersebut agar bisa terdeteksi oleh SEO.
5. Letakkan Keyword di 100 Kata Pertama. Tidak mungkin menjalankan SEO tanpa keyword. Demi bisa melakukan optimasi secara sempurna, sebaiknya keyword yang Anda gunakan ditaruh di 100 kata pertama. Selain itu, jangan lupa untuk memasukkannya di paragraf pertama karena itu menjadi salah satu syarat dalam optimasi SEO On Page.

Strategi SEO Off Page

1. Link Building, Salah satu cara optimasi Off Page SEO yang paling populer adalah link building. Pada dasarnya, link building adalah upaya guna mendapatkan traffic organik dari situs lain menuju situs web Anda, karena banyaknya backlink yang didapat menjadi salah satu faktor yang dapat menentukan peringkat situs web di mesin pencari.
2. Guest Posting, Guest posting adalah upaya menulis artikel untuk dipublikasikan pada situs web lain, dan dapat menyisipkan tautan yang merujuk pada situs web Anda (backlink). Teknik Off Page SEO seperti ini sudah cukup sering digunakan, namun banyak yang melakukan kesalahan

dengan menyisipkan backlink secara berlebihan sehingga artikel tersebut hanya menjadi spam.

3. Forum Posting, Forum seperti Reddit, Yahoo Answers, Quora, atau Medium dapat dijadikan media yang cukup menjanjikan untuk mempromosikan situs web dan meningkatkan brand awareness karena Anda dapat menemukan topik spesifik yang berkaitan dengan konten situs web Anda.
4. Social Media Marketing, Teknik Off Page SEO lainnya yang dapat dicoba adalah memanfaatkan media sosial. Ini mungkin tidak memberikan pengaruh langsung terhadap peringkat di mesin pencari, namun media sosial merupakan wadah yang tepat untuk meningkatkan brand awareness.
5. Membangun Network dengan Influencer di Industri Bisnis Anda, Menjalinkan hubungan baik dengan para influencer dan blogger yang aktif di industri bisnis Anda juga merupakan teknik Off Page SEO yang dapat meningkatkan jumlah backlink yang didapatkan.
6. Konklusi, Menggiring opini warganet atau netizen untuk membangun reputasi brand atau situs web bukanlah hal yang mudah dan cepat. Selain On Page SEO, Off Page SEO juga harus diperhatikan. Hal itu karena off page SEO tidak dapat Anda kendalikan sepenuhnya.

Tes Formatif

1. Salah satu solusi supaya website atau blog para pengusaha dapat ditemukan dengan mudah, yaitu dengan...
 - a. Create website
 - b. Menambah iklan di televisi
 - c. Membuat brosur
 - d. Menyebarkan pamflet
 - e. Optimasi (SEO)
2. Teknik optimalisasi SEO yang dilakukan dengan dengan memaksa search engine supaya melihat website kita atau memaksa untuk meningkatkan peringkat website kita disebut ...
 - a. White hat SEO
 - b. SEO
 - c. Black hat SEO
 - d. SERP
 - e. SEO on page

3. Proses pembuatan indeks untuk semua halaman web yang telah diambil dan disimpan ke dalam database mesin pencari, disebut ...
 - a. Loading
 - b. Indexing
 - c. Processing
 - d. Delivering
 - e. Crawling

4. Proses googlebot (robot ,bot spider, spiderbot) mencari halaman-halaman baru atau yang diupdate untuk ditambahkan ke dalam indeks goole dinamakan ...
 - a. Loading
 - b. Indexing
 - c. Processing
 - d. Delivering
 - e. Crawling

5. Halaman yang berisi hasil pencarian dari suatu kata kunci pada mesin pencarian, disebut ...
 - a. Search Engine Analogical
 - b. Search Engine Organizntion
 - c. Search Engine Optimization
 - d. Search Engine Result poges
 - e. Search Engine Automatic

Kunci Jawaban Tes Formatif

1. D
2. B
3. C
4. D
5. D

Daftar Pustaka

Gala.2021.Cara menentukan produk bisnis online.<https://www.s-gala.com/blog-post/menentukan-produk-jualan-online>



MODUL PERKULIAHAN

DIGITAL MARKETING

Materi X

Jurusan	Program Studi	Tatap Muka	Kode MK	Disusun Oleh
Jurusan Gizi	Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika	10	GZ181134	

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa mengetahui social media marketing dan aplikasinya

Kompetensi

Social Media Marketing (SMM) meliputi Media sosial yang sering digunakan dalam pemasaran digital, Keunggulan dan kekurangan masing-masing jenis sosial media dan Pemilihan SMM untuk digital marketing

Pembahasan

Pendahuluan

Modul ini merupakan bagian ke-10 dan membahas materi mengenai Social Media Marketing (SMM) meliputi Media sosial yang sering digunakan dalam pemasaran digital, Keunggulan dan kekurangan masing-masing jenis sosial media dan Pemilihan SMM untuk digital marketing

Untuk memudahkan dalam mempelajarinya, perlu diketahui bahwa masing-masing modul dikemas dalam satu sampai dua kali pertemuan. Alokasi waktu untuk tiap kegiatan belajar adalah 50 menit. Sehingga untuk menyelesaikan modul ini diperlukan waktu 1 jam 40 menit.

Setelah mempelajari modul ini anda akan dapat mengetahui; Social Media Marketing (SMM) meliputi 1. Media sosial yang sering digunakan dalam pemasaran digital, 2. Keunggulan dan kekurangan masing-masing jenis sosial media dan 3. Pemilihan SMM untuk digital marketing.

Semua materi yang dibahas di dalam modul ini sangat diperlukan untuk memahami materi pada modul berikutnya. Semoga sukses dalam mempelajari materi yang terdapat pada modul ini dan selamat untuk mengikuti modul berikutnya.

Materi : Social Media Marketing (SMM) meliputi Media sosial yang sering digunakan dalam pemasaran digital, Keunggulan dan kekurangan masing-masing jenis sosial media dan Pemilihan SMM untuk digital marketing

Rangkuman

Media sosial yang sering digunakan

- a. Youtube
- b. Instagram
- c. Facebook
- d. Whatsapp
- e. Twitter

Tips instagram marketing

- a. Membuat feeds
- b. Stories
- c. IGTV
- d. Reel Mix
- e. Live Room
- f. Membuat caption menarik
- g. Mengatur jadwal posting

Keunggulan dan kekurangan

Youtube

Kelebihan :

- Menjadi sumber informasi lengkap dan up-to-date.
- Menjadi sumber penghasilan.
- Media menyalurkan kreativitas tanpa batas.
- Media promosi terbaik dan tertarget.
- Media belajar skill tertentu secara gratis

Kekurangan

- Banyak konten yang tidak layak ditonton oleh anak-anak. Di YouTube ada banyak konten-konten vulgan yang sangat memungkinkan untuk ditonton anak-anak.
- Berita HOAX banyak beredar di YouTube.
- Beberapa negara memblokir YouTube. Negara seperti China, Iran, Turki, Korea Utara, dan lainnya memblokir YouTube dengan alasan konten yang vulgar serta memuat konten “berbahaya” untuk persatuan dan kedaulatan negara. Instagram

Facebook

Kelebihan

- Membantu kita untuk mendapatkan teman.
- Bagi yang mempunyai bisnis facebook ini bisa membantu untuk mempromosikan bisnis kita.
- Kalau kita mempunyai saudara jauh situs ini bisa membantu kita untuk berkomunikasi dengan saudara jauh.
- Bisa memberikan informasi yang tidak kita ketahui kepada kita.

Kekurangan

- Bisa membuat para pelajar menjadi malas untuk belajar.
- Memberikan kesempatan bagi para orang-orang yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan berbagai tindakan kejahatan.
- Membuat kita menjadi boros karena kita membeli pulsa dan kewarnet terus.

Whatsapp

Kelebihan

- Komunikasi bersama pelanggan menjadi lebih mudah bila menggunakan WhatsApp Business.
- Whatsapp business memudahkan dalam promosi produk
- Saat Anda mempunyai produk baru dalam sebuah katalog, maka proses pemasaran dengan menyebarkan link produk semakin mudah dan praktis. Karena terdapat fitur broadcast ke media yang lain.

Kekurangan

- Volume data yang digunakan cukup besar
- Aplikasi WhatsApp perlu update secara berkala
- Membutuhkan koneksi internet yang cukup kuat
- Boros dengan batrai

Twitter

Kelebihan :

- Meningkatkan brand awareness dan followers
- Membangun reputasi yang baik pada produk
- Menjalinkan hubungan lebih dekat dengan konsumen

Kekurangan :

- Hastag yang terbatas
- Foto terbatas
- Butuh followers banyak agar produk dapat dikenal

Tes Formatif

1. Bagaimana sistem kerja promoted trends pada Twitter?
 - a. Menampilkan secara langsung di timeline pengguna atau yang telah ditargetkan
 - b. Mencari dan menambahkan pengikut baru dengan mempromosikan account twitter dalam hasil pencarian *
 - c. Melakukan spamming ke antar pengguna twitter
 - d. Melakukan pencarian untuk memulai percakapan sekitar topik merek perusahaan
2. Hal yang harus diperhatikan dalam melakukan pemasaran dengan facebook berikut ini adalah..
 - a. Tujuan dari halaman bisnis
 - b. Mulai dengan anggaran kecil
 - c. Tidak mengirim spam
 - d. Benar semua *

3. Berikut ini adalah beberapa social media yang digunakan untuk melakukan pemasaran, kecuali..
- Facebook
 - Koran *
 - Twitter
 - Instagram
4. Cara yang dilakukan untuk menarik minat pembeli agar membeli atau berlangganan produk di tempat anda adalah dengan cara..
- Menyapa fans (pengikut di facebook)
 - Update status yang menarik
 - Memberikan promo kupon diskon *
 - Mengirim spam
5. Cara yang dilakukan dengan mencari dan menambahkan pengikut baru dengan mempromosikan account twitter dalam hasil pencarian adalah pengertian dari..
- Promoted accounts *
 - Promoted tweets
 - Promoted trends
 - Hastag topic

Kunci Jawaban Tes Formatif

- B
- D
- B
- C
- A

Daftar Pustaka

Gala.2021.Cara menentukan produk bisnis online.<https://www.s-gala.com/blog-post/menentukan-produk-jualan-online>



MODUL PERKULIAHAN

DIGITAL MARKETING

Materi XI

Jurusan	Program Studi	Tatap Muka	Kode MK	Disusun Oleh
Jurusan Gizi	Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika	11	GZ181134	

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa mampu membuat PPC

Kompetensi

Iklan Pay Per Click (PPC) meliputi Konsep PPC, Optimasi dan cara memantau kinerja PPC dan Konsep AdWords serta cara menggunakan Adwords

Pembahasan

Pendahuluan

Modul ini merupakan bagian ke-11 dan membahas materi mengenai Iklan Pay Per Click (PPC) meliputi Konsep PPC, Optimasi dan cara memantau kinerja PPC dan Konsep AdWords serta cara menggunakan Adwords

Untuk memudahkan dalam mempelajarinya, perlu diketahui bahwa masing-masing modul dikemas dalam satu sampai dua kali pertemuan. Alokasi waktu untuk tiap kegiatan belajar adalah 50 menit. Sehingga untuk menyelesaikan modul ini diperlukan waktu 1 jam 40 menit.

Setelah mempelajari modul ini anda akan dapat mengetahui; Iklan Pay Per Click (PPC) meliputi 1. Konsep PPC, 2. Optimasi dan cara memantau kinerja PPC 3. Konsep AdWords serta 4. cara menggunakan Adwords.

Semua materi yang dibahas di dalam modul ini sangat diperlukan untuk memahami materi pada modul berikutnya. Semoga sukses dalam mempelajari materi yang terdapat pada modul ini dan selamat untuk mengikuti modul berikutnya.

Materi : Iklan Pay Per Click (PPC) meliputi Konsep PPC, Optimasi dan cara memantau kinerja PPC dan Konsep AdWords serta cara menggunakan Adwords

PPC (Pay Per Click) adalah salah satu model internet marketing di mana pemasang iklan hanya perlu membayar setiap iklan yang diklik oleh target audiens. Sistem periklanan ini jamak digunakan oleh para perusahaan besar seperti Google, Facebook, dan Instagram.

Cara memantau PPC

- a. Melakukan pengecekan iklan sesuai aturan (pedoman editorial)
- b. Menampilkan iklan sesuai dengan permintaan pencarian (kata kunci) atau kriteria yang lain.
- c. menentukan peringkat atau posisi iklan berdasarkan tawaran maksimum pengiklan dan keterkaitan iklan yang meliputi klik per tayang (click-through rate [CTR]), salinan iklan, kata kunci dan halaman web yang dituju dengan relevansi pencarian.

Cara menggunakan Adwords

Google Ads

1. Buat akun Google Ads. Sebelum memulai cara iklan di Google, kamu harus memiliki akun terlebih dahulu. Jika kamu belum memiliki akun Google Ads, buka situs Google Ads di browser. Lalu ikuti proses pembuatan akun untuk Google Ads. Kamu juga bisa login ke akun Google yang sudah kamu miliki.
2. Menentukan tujuan iklan. Langkah kedua untuk membuat iklan di Google adalah menentukan goal atau tujuan dari pemasang iklan. Iklan kamu nantinya akan diatur sedemikian rupa untuk membantumu mencapai goal yang kamu pilih.
3. Pilih jenis Campaign Iklan
 - Search campaign. Jenis iklan yang muncul ketika user melakukan pencarian di search engine dengan keyword tertentu. Dikenal juga dengan iklan teks. Berisi judul yang mengarah ke website tujuan, deskripsi singkat mengenai bisnis, juga info kontak
 - Display campaign. Iklan yang dapat berupa teks maupun gambar yang muncul di website partner Google. Iklan gambar akan mengarahkan user ke website tujuan. Ukuran iklan display berbeda-beda tergantung di mana iklan terpasang.

- Shopping campaign. Iklan yang menampilkan informasi produk dalam bentuk katalog. Berisi info produk, gambar, harga dan link yang bisa diklik menuju halaman web tujuan agar pelanggan bisa langsung berbelanja dari situs tersebut.
 - Video campaign. Iklan berupa video yang biasa muncul di website partner Google atau ketika mengakses video di Youtube. Durasi video singkat, biasanya hanya 8-15 detik atau 5-8 detik saja.
 - App campaign . Jenis iklan untuk mempromosikan aplikasi. Iklan ini bisa berupa teks atau gambar dengan button yang langsung mengarahkan user ke App Store atau Play Store.
 - Smart campaign. Jenis campaign dikelola Google dengan bantuan machine learning. Jenis ini membantu pengguna baru untuk membuat dan mengelola ads dengan lebih mudah. Berikan informasi mengenai nama bisnis, buat iklan, kemudian Google akan menemukan penargetan terbaik untuk ads-mu secara maksimal.
 - Local campaign. Dirancang untuk membantu mempromosikan toko fisik. Ad akan tampil di penelusuran, Maps, YouTube, dan website partner Google.
4. Lengkapi Pengaturan Dasar Iklan. Pada bagian ini, kamu perlu melengkapi pengaturan dasar campaign yang akan dibuat. Kamu harus melengkapi pengaturan dasar iklan seperti jenis iklan, nama iklan, dan pilihan jaringan untuk menampilkan iklan.
 5. Tentukan Durasi Iklan. Setelah memilih jenis iklan dan melengkapi pengaturan dasarnya, langkah selanjutnya untuk membuat iklan di Google adalah menentukan durasi iklan.
 6. Pilih Jangkauan Lokasi dan Bahasa. Langkah selanjutnya dalam memasang iklan di Google adalah memilih jangkauan lokasi dan bahasa untuk penayangan iklan. Kamu bisa mempersempit jangkauan hingga ke provinsi atau kota yang ingin dijangkau agar lebih spesifik.
 7. Tentukan Target Audience. Di bagian ini, kamu bisa menentukan sendiri audiens yang sesuai dengan target pasarmu agar iklan dapat ditampilkan lebih spesifik kepada orang-orang tersebut. Tentukan audiens misalnya dari detail demografi, usia, interest dan lain sebagainya
 8. Atur anggaran untuk iklan. Untuk setiap campaign, kamu dapat menentukan berapa banyak uang yang dapat dihabiskan Google untuk penempatan iklan tersebut setiap hari.

9. Tentukan Bidding untuk Iklan, Bidding adalah biaya yang akan kamu keluarkan untuk setiap tujuan iklan atau harga sekali klik iklan (bila kamu memilih fokusnya pada clicks). Untuk bidding, kamu bisa mengaturnya pada konversi, klik atau impression. Setelah selesai, klik 'Save and Continue'.
10. Atur Keyword untuk Iklan di Ad Groups. Selanjutnya, lakukan pengaturan keyword di ad groups. Satu campaign dapat berisi beberapa ad groups.

Tes Formatif

1. Model internet marketing di mana pemasang iklan hanya perlu membayar setiap iklan yang diklik oleh target audiens adalah pengertian dari
 - a. pay per click
 - b. pay per action
 - c. pay per lead
 - d. pay per play
 - e. pay per read
2. GoogleAds adalah...
 - a. situs jejaring sosial yang memungkinkan pengguna dapat saling berinteraksi
 - b. program periklanan keluaran Google yang dapat pengguna pakai guna meningkatkan engagement, penjualan produk, memperkenalkan brand, dan lain sebagainya
 - c. model internet marketing di mana pemasang iklan hanya perlu membayar setiap iklan yang diklik oleh target audiens
 - d. proses pembuatan indeks untuk semua halaman web yang telah diambil dan disimpan ke dalam database mesin pencari.
3. Ada dua program PPC utama yang tersedia yaitu....
 - a. Yahoo dan Watsapp
 - b. Gmail dan Instagram
 - c. Twiteer dan Laine
 - d. Google AdWords dan Facebook
 - e. Semua nya Benar
4. Proses memperkenalkan segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media Internet atau web, merupakan pengertian....
 - a. Internet
 - b. Iklan online

- c. Pemasaran online
- d. Marketing content
- e. Adblock

Kunci Jawaban Tes Formatif

1. A
2. B
3. E
4. C

Daftar Pustaka

Gala.2021.Cara menentukan produk bisnis online.<https://www.s-gala.com/blog-post/menentukan-produk-jualan-online>



MODUL PERKULIAHAN

DIGITAL MARKETING

Materi XII

Jurusan	Program Studi	Tatap Muka	Kode MK	Disusun Oleh
Jurusan Gizi	Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika	12	GZ181134	

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa mampu membuat PPC

Kompetensi

Iklan Pay Per Click (PPC) meliputi Facebook PPC, Instagram PPC dan Youtube PPC

Pembahasan

Pendahuluan

Modul ini merupakan bagian ke-12 dan membahas materi mengenai Iklan Pay Per Click (PPC) meliputi Facebook PPC, Instagram PPC dan Youtube PPC

Untuk memudahkan dalam mempelajarinya, perlu diketahui bahwa masing-masing modul dikemas dalam satu sampai dua kali pertemuan. Alokasi waktu untuk tiap kegiatan belajar adalah 50 menit. Sehingga untuk menyelesaikan modul ini diperlukan waktu 1 jam 40 menit.

Setelah mempelajari modul ini anda akan dapat mengetahui; Iklan Pay Per Click (PPC) meliputi 1. Facebook PPC, 2. Instagram PPC dan 3. Youtube PPC

Semua materi yang dibahas di dalam modul ini sangat diperlukan untuk memahami materi pada modul berikutnya. Semoga sukses dalam mempelajari materi yang terdapat pada modul ini dan selamat untuk mengikuti modul berikutnya.

Materi : Iklan Pay Per Click (PPC) meliputi Facebook PPC, Instagram PPC dan Youtube PPC

Langkah pembuatan PPC :

a. Facebook Ads

1. Buka Facebook Ads. Buka laman Facebook Ads Manager. Pastikan Anda sudah login ke akun Facebook yang Anda gunakan untuk membuat halaman di Facebook sebelumnya.
2. Pilih Pembuatan Iklan Terpandu. Buka menu Kampanye dan klik Buat Iklan. Facebook akan memberikan dua pilihan membuat iklan, yaitu Pembuatan Iklan Terpandu dan Pembuatan Iklan Cepat. Saran saya sebaiknya pilih Pembuatan Iklan Terpandu agar iklan Anda lebih spesifik.
3. Tentukan Tujuan Iklan. Selanjutnya, tentukan tujuan iklan yang ingin Anda capai. Facebook menyediakan tujuan iklan dalam tiga kategori berbeda, yaitu Kesadaran, Pertimbangan, dan Konversi.
4. Klik Tujuan Iklan Anda. Pertimbangkan tujuan iklan mana yang paling cocok untuk Anda. Di tutorial Facebook Ads ini yang saya pilih adalah tujuan lalu lintas/trafik
5. Pilih Jenis Iklan Facebook. Facebook menyediakan dua jenis pilihan iklan, yaitu Uji Split dan Pengoptimalan Anggaran. Anda harus memilih salah satu. Dua jenis iklan facebook tersebut tidak dapat digunakan bersamaan.
6. Tulis nama iklan Anda agar Anda bisa mengecek performa iklan-iklan di FB Ads. Kemudian pilih tujuan trafik Anda ingin diarahkan ke mana. Anda bisa mengarahkan trafik atau lalu lintas ke website, aplikasi, Messenger, atau WhatsApp.
7. Tampilkan Promo. Jika Anda sedang menjalankan promo di bisnis Anda, centang pilihan promo untuk menampilkan promo tersebut.
8. Tentukan Target Audience. Seperti yang saya sebutkan di awal artikel, Anda bisa menentukan spesifikasi target audience
9. Tentukan penempatan
10. Untuk menentukan penempatan iklan Anda yang ingin ditampilkan, di sini kami memilih Penempatan Otomatis. Pilihan ini lebih baik karena Facebook otomatis akan menampilkan iklan di tempat-tempat yang memiliki kinerja paling baik.
11. Pilih Jadwal. Tentukan berapa lama iklan Anda akan ditampilkan.

12. Pilih Format Iklan

13. Buat Teks. Pada bagian ini tulis deskripsi iklan Anda. Buatlah deskripsi yang menarik dan singkat agar audience Anda bisa langsung paham tujuan iklan Anda.

14. Pilih Gambar, Tulis Judul, dan Masukkan Tautan. Pilih gambar yang sesuai dengan deskripsi iklan Anda. Setiap format FB Ads membutuhkan ukuran gambar berbeda.

15. Cara Bayar Iklan Facebook. Anda bisa melakukan pembayaran melalui kartu kredit atau kartu debit. Setelah Anda melakukan pembayaran Facebook akan mereview iklan Anda dan akan segera menampilkannya kalau sudah memenuhi semua syarat dan ketentuan yang berlaku.

b. Instagram Ads

1. Buka Facebook Ads Manager. Silahkan masuk ke laman Facebook Ads Manager. Pastikan Anda sudah masuk ke akun yang Anda gunakan untuk halaman Facebook Anda.

2. Pilih Pembuatan Iklan Terpandu. Selanjutnya, silahkan buka menu kampanye dan mulai pilih buat iklan. Nantinya, Facebook akan menampilkan dua pilihan, pembuatan iklan terpandu atau pembuatan iklan cepat. Kami menyarankan untuk pilih pembuatan iklan terpandu agar iklan yang Anda buat bisa lebih spesifik.

3. Tentukan Tujuan Iklan. Tahap ketiga dalam membuat Instagram Ads adalah menentukan tujuan iklan yang ingin Anda tuju. Terdapat tiga kategori yang bisa Anda pilih, yakni Pertimbangan, Kesadaran, dan juga Konversi.

4. Klik Tujuan Iklan Anda. Langkah keempat yang harus Anda lakukan saat membuat Instagram Ads adalah mempertimbangkan tujuan iklan yang paling sesuai untuk Anda.

5. Pilih Jenis Iklan. Facebook menyediakan dua jenis iklan untuk Anda, yakni Pengoptimalan Anggaran dan juga Uji Split. Anda harus bisa memilih salah satunya. Kedua jenis iklan tersebut juga tidak bisa Anda gunakan dalam satu waktu secara bersamaan.

6. Tulis Nama Iklan dan Pilih Tujuan Trafik. Silahkan isi nama iklan Anda agar nantinya Anda bisa memantau kinerja kampanye iklan Instagram Ads Anda. lalu, pilihlah tujuan trafik Anda. Anda bisa mengarahkannya ke aplikasi, website, messenger, ataupun whatsapp.

7. Tampilkan Promo. Bila Anda sedang menjalankan kampanye promo, maka Anda bisa mencentang opsi promo agar bisa memunculkan promo tersebut.
8. Tentukan Target Audience. Dengan Instagram Ads, Anda bisa menentukan spesifikasi target audiens
9. Tentukan Penempatan. Bila Anda memilih penempatan otomatis, maka iklan Anda akan tampil di Instagram, Facebook, dan seluruh aplikasi yang sudah bekerjasama dengan pihak Facebook. Bila Anda ingin menampilkan iklan tersebut di IG, maka Anda bisa memilih edit penempatan dan hanya ceklis Instagram saja.
10. Pilih Jadwal. Anda harus menentukan berapa lama iklan Anda akan ditampilkan, satu minggu, dua minggu, satu bulan, atau enam bulan.
11. Hubungkan dengan Akun Instagram. Pada tahap ini, Anda harus menambahkan akun Instagram yang ingin Anda hubungkan dengan halaman Facebook Anda. Kami sarankan untuk menambah akun Instagram khusus agar bisa mempromosikan bisnis Anda.
12. Pilih Format Iklan
13. Buat Teks. Pada tahap ini, Anda harus menulis deskripsi iklan Anda, buatlah deskripsi yang menarik dan juga singkat agar setiap audiens bisa langsung mengerti tujuan Instagram Ads Anda.
14. Pilih Gambar, Tulis Judul, dan Masukkan Link Website Anda. Pilihlah desain gambar yang sesuai dengan penjelasan deskripsi iklan Anda. setiap format FB Ads memerlukan ukuran gambarnya tersendiri. Tambahkan judul iklan yang menarik agar bisa mencuri perhatian target audiens Anda. masukan juga link ataupun tautan yang ingin Anda tuju.
15. Lakukan Pembayaran. Pada tahap terakhir ini, Anda bisa melakukan pembayaran lewat kartu debit ataupun kartu kredit. Jika sudah selesai melakukan pembayaran, maka nantinya pihak pihak Facebook akan mereview iklan Anda dan akan segera menampilkannya bila memang sudah memenuhi seluruh syarat dan ketentuan dari Facebook.

c. Youtube ads

1. Login ke akun Google Ads. Untuk bisa login Anda tentu harus punya akun Google Ads terlebih dahulu.
2. Setelah login. klik menu "Kampanye" lalu klik lagi "Kampanye baru"
3. Kemudian pilih sasaran iklan Anda

4. Lalu kita akan diarahkan ke jenis kampanye. Di sinilah Anda bisa menyesuaikan keinginan iklan Anda untuk tampil di Youtube. Klik "Video" untuk menjangkau penonton di Youtube.
5. Kemudian, klik CONTINUE. Lalu akan muncul halaman penentuan parameter iklan.
6. Pilih target penonton
7. Hubungkan Google Ads dengan Channel Youtube Anda
8. Saat memasukkan link video, Anda akan melihat rangkuman dari pengaturan yang telah Anda buat sebelumnya. Jangan lupa mengisi URL untuk tampilan display, Call to Action dan headline. Setelah itu, klik tombol Create Campaign pada iklan YouTube Ads Anda akan dirilis.

Tes Formatif

1. AdSense adalah program kerjasama periklanan melalui media internet yang diselenggarakan oleh...
 - a. Google
 - b. Yahoo
 - c. Amazon
 - d. Moozila
 - e. Metroon
2. Yang tidak termasuk kedalam strategi mobile marketing adalah...
 - a. SMS
 - b. aplikasi mobile
 - c. mobile usage usage in store
 - d. email
 - e. userfriendly
3. Aplikasi akses internet menggunakan peralatan yang bersifat mobile berbasiskan browser adalah pengertian dari...
 - a. Mobile Marketing
 - b. Game Mobile Marketing
 - c. Mobile Web
 - d. E-Commerce
 - e. Multimedia Marketing

4. program kerjasama periklanan melalui media internet yang diselenggarakan oleh google, adalah ...
 - a. blogger
 - b. pay per click
 - c. link
 - d. pay per sale
 - e. adSense

5. Website yang berbentuk seperti jurnal atau diary online, biasanya digunakan oleh Blogger untuk mengekspresikan opininya dan pemikirannya, disebut...
 - a. Facebook
 - b. Twitter
 - c. Bookmark
 - d. Diarybook
 - e. Blog

Kunci Jawaban Tes Formatif

1. A
2. E
3. A
4. E
5. E

Daftar Pustaka

Gala.2021.Cara menentukan produk bisnis online.<https://www.s-gala.com/blog-post/menentukan-produk-jualan-online>



MODUL PERKULIAHAN

DIGITAL MARKETING

Materi XIII

Jurusan	Program Studi	Tatap Muka	Kode MK	Disusun Oleh
Jurusan Gizi	Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika	13	GZ181134	

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa memahami konsep phone marketing

Kompetensi

Phone Marketing meliputi Penerapan phone marketing dalam dunia modern, Keunggulan dan kelebihan phone marketing dan Cara membuat SMS Blast yang mudah dan murah

Pembahasan

Pendahuluan

Modul ini merupakan bagian ke-13 dan membahas materi mengenai Phone Marketing meliputi Penerapan phone marketing dalam dunia modern, Keunggulan dan kelebihan phone marketing dan Cara membuat SMS Blast yang mudah dan murah.

Untuk memudahkan dalam mempelajarinya, perlu diketahui bahwa masing-masing modul dikemas dalam satu sampai dua kali pertemuan. Alokasi waktu untuk tiap kegiatan belajar adalah 50 menit. Sehingga untuk menyelesaikan modul ini diperlukan waktu 1 jam 40 menit.

Setelah mempelajari modul ini anda akan dapat mengetahui; Phone Marketing meliputi 1. Penerapan phone marketing dalam dunia modern, 2. Keunggulan dan kelebihan phone marketing dan 3. Cara membuat SMS Blast yang mudah dan murah

Semua materi yang dibahas di dalam modul ini sangat diperlukan untuk memahami materi pada modul berikutnya. Semoga sukses dalam mempelajari materi yang terdapat pada modul ini dan selamat untuk mengikuti modul berikutnya.

Materi : Phone Marketing meliputi Penerapan phone marketing dalam dunia modern, Keunggulan dan kelebihan phone marketing dan Cara membuat SMS Blast yang mudah dan murah

Rangkuman

Kelebihan Mobile Marketing

- a. Kegiatan pemasaran lebih cepat dan tertarget jika sudah memiliki data klien yang ingin dihubungi
- b. Mendapatkan respon dari konsumen atau klien yang lebih cepat daripada menggunakan media marketing lainnya
- c. Bisa lebih berinteraksi dengan konsumen atau klien serta bisa lebih memahami apa yang diinginkan oleh konsumen
- d. Proses pemasaran produk lebih murah karena tidak ada biaya pencetakan dan pengiriman

Cara membuat SMS Blast

Memanfaatkan jasa vendor sms blast dan sms masking service jadi solusi mudah dan murah. Selain tak perlu menyiapkan infrastruktur sistem dan kontak ke operator-operator telekomunikasi di Indonesia. Cukup hubungi vendor sms blast. Berikan konten sms masking yang menarik, maka promosi anda akan segera berjalan.

Tes Formatif

1. Salah satu kelebihan Mobile Marketing adalah...
 - a. Bisa lebih berinteraksi dengan konsumen atau klien serta bisa lebih memahami apa yang diinginkan oleh konsumen
 - b. Memajang produk
 - c. Menaikkan harga
 - d. Tidak ada
2. Aplikasi akses internet menggunakan peralatan yang bersifat mobile berbasis browser adalah pengertian dari...
 - a. Mobile Marketing
 - b. Game Mobile Marketing
 - c. Mobile Web
 - d. E-Commerce
 - e. Multimedia Marketing
3. Cara membuat SMS Blas yaitu dengan..
 - a. Meminta bantuan teman

- b. Menghubungi vendor SMS blast
- c. Mengirimkan SMS secara personal kepada teman
- d. Menggunakan fitur iMessage

Kunci Jawaban Tes Formatif

- 1. A
- 2. A
- 3. B

Daftar Pustaka

Gala.2021.Cara menentukan produk bisnis online.<https://www.s-gala.com/blog-post/menentukan-produk-jualan-online>



MODUL PERKULIAHAN

DIGITAL MARKETING

Materi XIV

Jurusan	Program Studi	Tatap Muka	Kode MK	Disusun Oleh
Jurusan Gizi	Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika	14	GZ181134	

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa memahami konsep content marketing dan IG bisnis untuk meningkatkan brand awareness

Kompetensi

Content Marketing meliputi Pengertian Content Marketing, Strategi membuat content marketing dan Content Marketing (Brand Awareness)

Pembahasan

Pendahuluan

Modul ini merupakan bagian ke-14 dan membahas materi mengenai Content Marketing meliputi Pengertian Content Marketing, Strategi membuat content marketing dan Content Marketing (Brand Awareness)

Untuk memudahkan dalam mempelajarinya, perlu diketahui bahwa masing-masing modul dikemas dalam satu sampai dua kali pertemuan. Alokasi waktu untuk tiap kegiatan belajar adalah 50 menit. Sehingga untuk menyelesaikan modul ini diperlukan waktu 1 jam 40 menit.

Setelah mempelajari modul ini anda akan dapat mengetahui; Content Marketing meliputi 1. Pengertian Content Marketing, 2. Strategi membuat content marketing dan 3. Content Marketing (Brand Awareness)

Semua materi yang dibahas di dalam modul ini sangat diperlukan untuk memahami materi pada modul berikutnya. Semoga sukses dalam mempelajari materi yang terdapat pada modul ini dan selamat untuk mengikuti modul berikutnya.

Materi : Content Marketing meliputi Pengertian Content Marketing, Strategi membuat content marketing dan Content Marketing (Brand Awareness)

Rangkuman

Pengertian content marketing

Content marketing adalah teknik pemasaran untuk menciptakan dan mendistribusikan konten yang relevan dan berharga untuk menarik, memperoleh, dan melibatkan target audience yang jelas dan dipahami dengan tujuan mendorong tindakan pelanggan yang menguntungkan.

Strategi membuat content marketing

1. Tentukan tujuan. Sebelum membuat sebuah konten, pemasar sebaiknya menentukan dulu tujuan dari content marketing.
2. Pemetaan Audiens.
3. Ideasi Content Dan Planning.
4. Penciptaan Sebuah Content.
5. Distribusi Konten.
6. Amplifikasi Konten.
7. Evaluasi Content Marketing.
8. Pengembangan Marketing.

Tes Formatif

1. Mobile website haruslah dirancang user friendly dan memberikan kepuasan instan diantaranya, kecuali...
 - a. cepat diakses
 - b. sederhanakan navigasi
 - c. buat local friendly
 - d. sulit diakses
 - e. buat website mobile anda mudah dibaca
2. Situs ini khusus disediakan bagi user untuk mengupload media-media elektronik seperti gambar, musik, dan video agar dapat di download oleh pengunjung lain adalah.....
 - a. media elektronik
 - b. media sosial
 - c. media sharing

- d. media umum
 - e. media komersial
3. Telepon pintar disebut juga dengan ?
- a. mms
 - b. search ads
 - c. pop up
 - d. pop under
 - e. smartphone
4. Konsumen yang mencari informasi atau bahkan melakukan pembelian melalui internet dinamakan.....
- a. Intranet
 - b. Online consumer
 - c. Internet
 - d. WWW
 - e. E-commerce
5. Syarat yang harus dipenuhi web atau blog agar menjadi media pemasaran online antara lain, kecuali....
- a. Desain yang menarik
 - b. Tampilan yang memikat
 - c. Sajian informasi yang lengkap
 - d. Kenyamanan dan kemudahan untuk diakses
 - e. Memiliki produk sendiri untuk dipasarkan

Kunci Jawaban Tes Formatif

- 1. D
- 2. E
- 3. B
- 4. E
- 5. E

Daftar Pustaka

Gala.2021.Cara menentukan produk bisnis online.<https://www.s-gala.com/blog-post/menentukan-produk-jualan-online>



MODUL PERKULIAHAN

DIGITAL MARKETING

Materi XV

Jurusan	Program Studi	Tatap Muka	Kode MK	Disusun Oleh
Jurusan Gizi	Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika	15	GZ181134	

Tujuan Pembelajaran

Mahasiswa mampu membuat iklan dengan konten yang menarik

Kompetensi

Membuat konten marketing yang menarik

Pembahasan

Pendahuluan

Modul ini merupakan bagian ke-15 dan membahas materi mengenai Membuat konten marketing yang menarik

Untuk memudahkan dalam mempelajarinya, perlu diketahui bahwa masing-masing modul dikemas dalam satu sampai dua kali pertemuan. Alokasi waktu untuk tiap kegiatan belajar adalah 50 menit. Sehingga untuk menyelesaikan modul ini diperlukan waktu 1 jam 40 menit.

Setelah mempelajari modul ini anda akan dapat mengetahui; Membuat konten marketing yang menarik. Semua materi yang dibahas di dalam modul ini sangat diperlukan untuk memahami materi pada modul berikutnya. Semoga sukses dalam mempelajari materi yang terdapat pada modul ini dan selamat untuk mengikuti modul berikutnya.

Materi : Membuat konten marketing yang menarik

Rangkuman

Cara membuat iklan yang menarik

1. Memilih Tempat Beriklan yang Tepat. Sebelum membuat iklan yang unik dan menarik, tentukan tempat beriklan lebih dulu. Carilah tempat yang sering dilihat dan dilalui banyak orang. Dengan begitu, kemungkinan besar iklan yang kamu buat banyak dibaca oleh masyarakat yang berminat dengan produk yang diiklankan.
2. Buat Judul atau Slogan Unik. Supaya menarik minat masyarakat untuk membaca iklan, gunakanlah bahasa yang lugas dengan pilihan kata yang tepat. Dalam hal ini, judul iklan memiliki peran yang penting. Jadi, buatlah judul atau slogan unik dan semenarik mungkin agar mampu membuat masyarakat penasaran untuk membaca iklan lebih lanjut.
3. Memperhatikan detail desain. Sisi desain juga patut dipertimbangkan saat membuat iklan, seperti penggunaan font, gaya penulisan, kombinasi warna, dan lain sebagainya. jika ingin membuat banyak iklan, pastikan kamu sudah memiliki konsistensi penggunaan warna, jenis font, serta menyertakan logo produk agar mudah diingat masyarakat.
4. Memberikan penawaran yang menarik. Memberikan penawaran yang menarik merupakan salah satu cara agar dapat menarik calon konsumen. Cantumkan penawaran tersebut dalam iklan, misalnya penawaran gratis ongkos kirim (ongkir), potongan harga, buy one get one free, dan lain sebagainya.
5. Menampilkan tokoh penting dan terkenal. Kini iklan zaman now lebih banyak memanfaatkan ikon yang dicintai masyarakat guna produknya dapat dipercaya dan diterima masyarakat. Tak jarang juga banyak iklan yang menampilkan tokoh penting dan artis terkenal sehingga membuat masyarakat penasaran. Sebab semakin kreatif, iklan tersebut akan semakin menarik perhatian masyarakat.

Tes Formatif

1. Informasi yang isinya membujuk orang banyak agar tertarik dengan barang atau jasa yang ditawarkan disebut...
 - a. Spanduk
 - b. Iklan
 - c. Poster
 - d. Brosur

2. Kalimat "Ingat Demam Berdarah, Ingat 3 M" pada iklan tersebut merupakan bagian dari unsur pembentuk iklan, yaitu...
 - a. Media
 - b. Sumber
 - c. Pesan
 - d. Penerima

3. Berikut ini yang bukan fungsi iklan adalah...
 - a. Memberikan layanan.
 - b. Menceritakan peristiwa.
 - c. Memberikan penjelasan.
 - d. Memperluas jangkauan pemasaran.

4. Berikut ini yang merupakan media elektronik adalah...
 - a. Brosur
 - b. Koran
 - c. Televisi
 - d. Majalah

5. Berikut ini yang bukan contoh media cetak adalah...
 - a. Koran
 - b. Majalah
 - c. Tabloid
 - d. Radio

Kunci Jawaban Tes Formatif

1. B
2. C
3. C
4. B
5. D

Daftar Pustaka

Gala.2021.Cara menentukan produk bisnis online.<https://www.s-gala.com/blog-post/menentukan-produk-jualan-online>