



**MERDEKA  
BELAJAR**

**Kampus  
Merdeka**  
INDONESIA JAYA



# PENGENALAN PEMASARAN DIGITAL & AUGMENTED REALITY



Presentation by:

**Hanif Zaidan Sinaga, S.E.,**

**M.M.M.S.I., CDMS., CCC**

**Universitas Ibn Khaldun Bogor**

**Fakultas Ekonomi & Bisnis**

**Bisnis Digital**

# KUIS MATERI 2

Strategi Bauran Pemasaran



<https://quizizz.com/embed/quiz/669dd9bdc8c66c61fcb3f408>

# DAFTAR ISI

- **Pendahuluan**
- **Pengenalan Pemasaran Digital**
- **Pengenalan Augmented Reality (AR)**
- **Studi Kasus dan Aplikasi Praktis**
- **Tools dan Sumber Daya**
- **Kesimpulan**



# PENDAHULUAN

# Apa Itu Pemasaran Digital & Augmented Reality?

## A. Pemasaran Digital

Pemasaran digital adalah penggunaan media digital seperti media sosial, mesin pencari, email, dan situs web untuk menjangkau dan berinteraksi dengan konsumen. Keunggulannya terletak pada jangkauan yang luas dan biaya yang lebih rendah dibandingkan pemasaran tradisional.



# Apa Itu Pemasaran Digital & Augmented Reality?

## B. Augmented Reality

AR adalah teknologi yang menggabungkan elemen digital dengan dunia nyata, memungkinkan pengguna melihat dan berinteraksi dengan objek digital seolah-olah mereka ada di dunia nyata. Dalam pemasaran, AR dapat menciptakan pengalaman yang lebih imersif dan interaktif bagi konsumen.



# PENGENALAN PEMASARAN DIGITAL



# A. Definisi

Pemasaran Digital adalah pendekatan strategis dalam mempromosikan dan memasarkan produk atau layanan menggunakan teknologi digital dan platform online. Ini melibatkan pemanfaatan berbagai saluran digital seperti internet, media sosial, perangkat mobile, dan mesin pencari untuk mencapai dan terhubung dengan target audiens secara efektif.

Pemasaran digital tidak hanya sebatas melakukan promosi secara online, tetapi juga melibatkan penggunaan data analitik dan teknologi untuk memahami perilaku konsumen, mengukur kinerja kampanye, dan mengoptimalkan strategi pemasaran secara kontinyu.



## B. Komponen Pemasaran Digital

### 1. Search Engine Optimization (SEO):



Teknik untuk meningkatkan visibilitas dan peringkat sebuah situs web di hasil pencarian organik.

### 2. Content Marketing:



Strategi untuk membuat dan mendistribusikan konten yang bernilai dan relevan untuk menarik serta mempertahankan audiens.

## B. Komponen Pemasaran Digital

### 3. Social Media Marketing:



Penggunaan platform media sosial untuk berinteraksi dengan audiens, membangun brand awareness, dan mengarahkan traffic ke situs web atau aplikasi.

### 4. Email Marketing:



Pengiriman pesan email yang personal dan terukur kepada target audiens untuk membangun hubungan dan meningkatkan penjualan.

## B. Komponen Pemasaran Digital

### 5. Pay-Per-Click (PPC) Advertising:



Model iklan online di mana pengiklan membayar setiap kali iklan mereka diklik oleh pengguna.

### 6. Affiliate Marketing:



Kerjasama dengan mitra untuk mempromosikan produk atau layanan dengan imbalan komisi atas penjualan yang dihasilkan.

# C. Strategi Pemasaran Digital

## 1. Membangun Brand Awareness:



Menggunakan kombinasi SEO, social media marketing, dan konten viral untuk meningkatkan pengetahuan merek di kalangan audiens target.

## 2. Meningkatkan Engagement:



Menyediakan konten yang relevan dan interaktif, serta berpartisipasi aktif dalam dialog dengan konsumen melalui platform digital.

# C. Strategi Pemasaran Digital

## 3. Mengukur Hasil Pemasaran::



Memfaatkan alat analitik seperti Google Analytics untuk mengukur performa kampanye, memahami perilaku pengguna, dan mengoptimalkan strategi berdasarkan data.

## 4. Influencer Marketing:



Menggandeng individu atau influencer yang memiliki pengaruh besar di media sosial untuk mempromosikan produk atau layanan kepada audiens mereka. Ini membantu membangun kepercayaan dan meningkatkan visibilitas merek di kalangan pengikut influencer.

# C. Strategi Pemasaran Digital

## 5. Live Streaming:



Memanfaatkan fitur Live Streaming pada beberapa platform sebagai metode pendekatan yang efektif untuk berinteraksi secara langsung dengan audiens Anda dalam waktu nyata.

## 6. Augmented Reality Marketing:



Menggunakan teknologi AR untuk menciptakan pengalaman interaktif dan imersif bagi konsumen. Contohnya termasuk pengujian produk secara virtual atau memberikan konten tambahan dalam pengaturan nyata melalui aplikasi AR.



# PENGENALAN AUGMENTED REALITY

# A. Definisi



Augmented Reality (AR) adalah teknologi yang menghadirkan elemen digital, seperti gambar, suara, atau animasi, ke dalam lingkungan fisik atau dunia nyata. Teknologi ini memungkinkan pengguna untuk melihat dan berinteraksi dengan objek virtual yang ditambahkan ke dalam pandangan mereka tentang dunia nyata. Cara kerja AR melibatkan penggunaan perangkat seperti smartphone, tablet, atau kacamata AR yang dilengkapi dengan kamera dan sensor untuk mengidentifikasi lingkungan sekitar dan menampilkan konten tambahan secara real-time. Ini memungkinkan pengguna untuk mengalami pengayaan informasi yang tidak dapat dilihat secara langsung dengan mata telanjang.

# A. Definisi

Keunggulan utama AR terletak pada interaktivitasnya yang tinggi dan kemampuannya untuk menyediakan pengalaman pengguna yang lebih imersif. Pengguna dapat berinteraksi dengan objek virtual dalam konteks realitas nyata, yang memungkinkan mereka untuk mengeksplorasi informasi lebih dalam atau berpartisipasi dalam aktivitas yang didukung oleh teknologi ini. Selain itu, AR mendorong inovasi dan kreativitas dengan membuka peluang baru untuk aplikasi teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari.



## B. Perkembangan Teknologi AR

### 1. Awal Perkembangan AR

Augmented Reality pertama kali diusulkan dan dikembangkan pada awal tahun 1990-an sebagai konsep untuk menggabungkan elemen virtual ke dalam dunia nyata. Pada awalnya, penggunaan AR terbatas pada laboratorium penelitian dan eksperimen akademis. Teknologi ini bergantung pada pengenalan citra dan penanda yang digunakan untuk menempatkan objek virtual di dalam lingkungan nyata, sering kali melalui penggunaan kamera dan tampilan berbasis komputer.

## B. Perkembangan Teknologi AR

### 2. Perkembangan Awal Abad Ke-21

Pada awal abad ke-21, teknologi AR mulai menunjukkan potensinya dalam aplikasi komersial. Salah satu tonggak penting adalah pengembangan aplikasi AR untuk industri game dan hiburan, seperti "ARQuake" yang dirilis pada tahun 2000-an dan menjadi salah satu demonstrasi awal penggunaan AR dalam permainan. Pada periode ini, AR juga mulai digunakan dalam pelatihan militer dan simulasi medis.

### **3. Masa Kini : Aplikasi Yang Luas dan Penggunaan Komersial**

Dalam beberapa tahun terakhir, AR telah berkembang pesat dengan munculnya platform dan perangkat keras yang lebih canggih. Salah satu dorongan besar untuk perkembangan AR adalah keberhasilan Pokemon Go pada tahun 2016, yang menjadi fenomena global dan menunjukkan potensi besar teknologi ini dalam memanfaatkan data lokasi dan pengalaman pengguna yang imersif.

## B. Perkembangan Teknologi AR

Platform seperti Apple dengan ARKit dan Google dengan ARCore telah memperluas aksesibilitas pengembangan aplikasi AR di perangkat mobile, menghadirkan lebih banyak inovasi dan aplikasi baru dalam berbagai sektor. Sekarang, AR digunakan dalam berbagai industri seperti permainan, edukasi, pemasaran, perawatan kesehatan, desain arsitektur, dan banyak lagi. Contoh penggunaan AR termasuk aplikasi yang memungkinkan konsumen untuk mencoba produk secara virtual sebelum membeli, pelatihan medis dengan simulasi AR, dan visualisasi data kompleks di lingkungan bisnis.

### 4. Tantangan Masa Depan AR

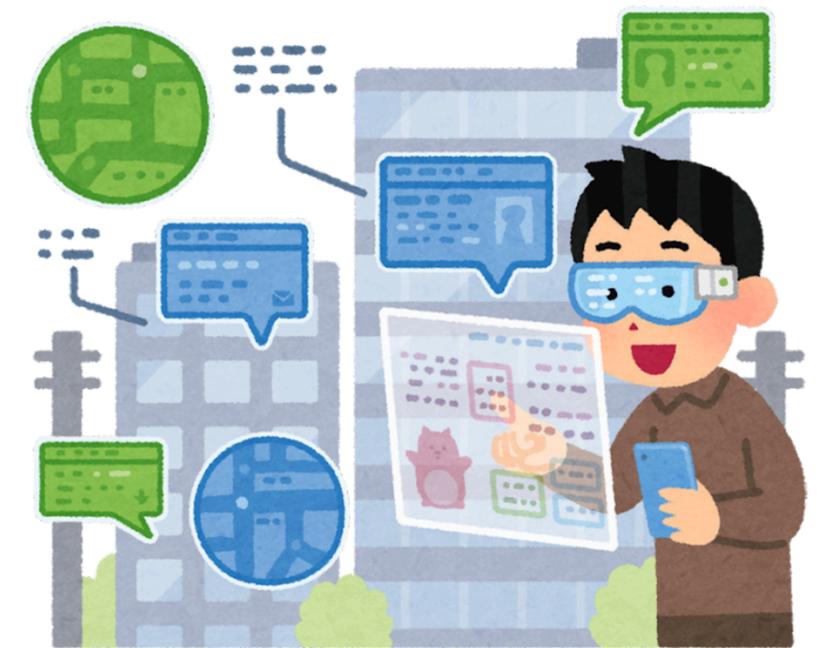
Meskipun telah mengalami perkembangan signifikan, AR masih menghadapi beberapa tantangan seperti masalah privasi, ketergantungan pada teknologi yang terus berkembang, dan integrasi dengan infrastruktur yang ada. Namun, potensi AR untuk terus berinovasi dan memberikan pengalaman yang lebih mendalam dan relevan kepada pengguna membuatnya tetap menjadi fokus pengembangan teknologi digital di masa depan.

Dengan demikian, perkembangan AR dari awal hingga saat ini mencerminkan perjalanan teknologi yang menarik dan terus berkembang, dengan potensi besar untuk mengubah cara kita berinteraksi dengan dunia di sekitar kita.

# C. Implementasi AR Dalam Pemasaran

## 1. Kampanye Promosi Yang Kreatif

Pemasar dapat menggunakan AR untuk menciptakan kampanye promosi yang menarik dan inovatif. Contoh dari ini adalah filter AR di media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan merek atau produk secara langsung melalui platform seperti Instagram atau Facebook. Filter ini bisa berupa permainan, efek khusus, atau fitur interaktif lainnya yang membangun kesadaran merek dan menarik minat konsumen.



### 2. Pengalaman Belanja Yang Interaktif

AR memungkinkan konsumen untuk mencoba produk secara virtual sebelum membelinya. Misalnya, aplikasi AR bisa digunakan untuk mencoba pakaian atau makeup secara virtual. Konsumen dapat melihat bagaimana produk tersebut terlihat dan cocok dengan mereka tanpa harus mengunjungi toko fisik.



### 3. Peningkatan Engagement Konsumen

Implementasi Augmented Reality (AR) dalam pemasaran memiliki potensi besar untuk meningkatkan engagement konsumen. Pengalaman yang imersif dan unik yang ditawarkan AR dapat membuat konsumen lebih tertarik dan terlibat dengan brand, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan.



# STUDI KASUS



## A. IKEA Place

IKEA Place adalah aplikasi AR yang memungkinkan konsumen untuk menempatkan furnitur virtual di dalam rumah mereka menggunakan kamera ponsel pintar. Dengan cara ini, pengguna bisa melihat bagaimana furnitur akan terlihat dan cocok dengan ruangan mereka sebelum melakukan pembelian.

### Manfaat:

- Visualisasi Produk: Konsumen dapat memastikan ukuran dan gaya furnitur cocok dengan dekorasi rumah mereka.
- Pengalaman Belanja yang Menyenangkan: Proses belanja menjadi lebih interaktif dan menarik.
- Peningkatan Konversi: Konsumen yang yakin dengan pilihan mereka cenderung lebih banyak melakukan pembelian.



## B. Sephora Virtual Artist

Sephora Virtual Artist adalah fitur di aplikasi Sephora yang memungkinkan pengguna untuk mencoba berbagai produk makeup secara virtual. Dengan menggunakan teknologi AR, konsumen dapat melihat bagaimana warna lipstik, eyeshadow, dan produk makeup lainnya akan terlihat di wajah mereka.

### Manfaat:

- Pengalaman Personal: Konsumen mendapatkan pengalaman yang personal dan dapat mencoba produk tanpa harus ke toko fisik.
- Pengurangan Pengembalian Produk: Dengan mencoba produk secara virtual, konsumen lebih puas dengan pembelian mereka, sehingga mengurangi jumlah pengembalian.
- Peningkatan Engagement: Konsumen lebih sering berinteraksi dengan aplikasi Sephora, meningkatkan loyalitas terhadap brand.

SEPHORA

## C. The Home Depot - Project Color

Aplikasi Project Color dari The Home Depot menggunakan AR untuk membantu konsumen memilih warna cat yang tepat untuk rumah mereka. Dengan aplikasi ini, pengguna dapat memvisualisasikan warna cat di dinding mereka secara real-time, hanya dengan menggunakan kamera ponsel.

### Manfaat:

- Visualisasi Real-Time: Memungkinkan konsumen melihat bagaimana warna cat akan terlihat di rumah mereka sebelum membeli.
- Peningkatan Kepuasan: Konsumen lebih puas dengan pembelian mereka karena dapat memilih warna dengan lebih akurat.
- Engagement: Aplikasi ini meningkatkan interaksi konsumen dengan brand, membuat proses memilih cat menjadi lebih menarik.





# TOOLS DAN SUMBER DAYA

# A. Tools Pemasaran Digital

## 1. Google Analytics



Google Analytics adalah sebuah layanan gratis dari Google yang menampilkan statistik pengunjung sebuah situs web. Google Analytics biasa digunakan oleh pemilik situs web atau blog untuk menganalisis kinerja situs web berdasarkan data statistik yang ditampilkan.

## 2. Google Ads



Google Ads adalah platform periklanan online yang dikembangkan oleh Google. Ini memungkinkan bisnis dan individu untuk membuat iklan yang akan ditampilkan di hasil pencarian Google, situs web mitra Google (Google Display Network), YouTube, dan aplikasi seluler.

# A. Tools Pemasaran Digital

## 3. Facebook Ads Manager



Alat untuk membuat dan mengelola kampanye iklan di Facebook dan Instagram.

## 4. Mailchimp



Platform pemasaran email untuk mengelola kampanye email dan otomatisasi pemasaran.

# A. Tools Pemasaran Digital

## 5. Canva



Alat desain grafis untuk membuat konten visual menarik bagi kampanye pemasaran.

## 6. Hootsuite



Alat manajemen media sosial untuk menjadwalkan dan mengelola posting di berbagai platform media sosial.

## B. Tools Augmented Reality

### 1. ARKit (iOS)



Mengembangkan aplikasi AR yang kaya fitur untuk iPhone dan iPad, memanfaatkan kamera dan sensor perangkat untuk menempatkan objek digital dalam dunia nyata.

### 2. ARCore (Android)



Menciptakan aplikasi AR yang dapat berjalan di berbagai perangkat Android, menggunakan teknologi yang sama seperti ARKit untuk pengenalan ruang dan pelacakan gerakan.

## B. Tools Augmented Reality

### 3. Unity



Alat desain grafis untuk membuat konten visual menarik bagi kampanye pemasaran.

### 4. Spark AR Studio



Alat manajemen media sosial untuk menjadwalkan dan mengelola posting di berbagai platform media sosial.

## B. Tools Augmented Reality

### 5. Blippar

The Blippar logo consists of the word "blippar" in a white, lowercase, rounded font with a slight shadow, set against a bright yellow rectangular background.

Alat desain grafis untuk membuat konten visual menarik bagi kampanye pemasaran.

### 6. Zappar



Alat manajemen media sosial untuk menjadwalkan dan mengelola posting di berbagai platform media sosial.

# Sumber Daya Pembelajaran

## 1. Coursera



Kursus online tentang pemasaran digital dan AR yang diajarkan oleh universitas dan perusahaan terkemuka.

## 2. Udemy



Platform kursus online dengan berbagai pelatihan tentang pemasaran digital dan pengembangan AR. Belajar dari instruktur berpengalaman melalui kursus video yang dapat diakses kapan saja.

## 3. YouTube



Sumber tutorial dan webinar tentang pemasaran digital dan AR dari para ahli industri.

## 4. Blog Industri



Blog seperti HubSpot, Neil Patel, dan Social Media Examiner yang memberikan wawasan terbaru tentang pemasaran digital. Membaca artikel dan panduan terbaru untuk mengikuti tren dan praktik terbaik dalam pemasaran digital.

## 5. Whitepapers dan E-books



Publikasi dari perusahaan teknologi dan agensi pemasaran yang memberikan panduan mendalam tentang pemasaran digital dan AR.

## 6. Komunitas Online



Forum dan grup di media sosial seperti LinkedIn, Reddit, dan Facebook untuk berdiskusi dan berbagi pengalaman dengan para profesional di bidang pemasaran digital dan AR.

# KESIMPULAN



## **Pemasaran Digital:**

Pemasaran digital menggunakan media digital seperti media sosial, mesin pencari, email, dan situs web untuk menjangkau dan berinteraksi dengan konsumen.

Keunggulan utama pemasaran digital adalah jangkauan yang luas dan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan pemasaran tradisional.

Penggunaan data dan analitik dalam pemasaran digital memungkinkan perusahaan untuk menargetkan audiens dengan lebih efektif dan personal.

## **Augmented Reality:**

AR adalah teknologi yang menggabungkan elemen digital dengan dunia nyata, memungkinkan pengguna melihat dan berinteraksi dengan objek digital seolah-olah mereka ada di dunia nyata.

Implementasi AR dalam pemasaran dapat menciptakan pengalaman pengguna yang lebih imersif dan interaktif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan engagement dan loyalitas konsumen. AR juga memungkinkan konsumen untuk mencoba produk secara virtual sebelum membelinya, seperti dalam aplikasi IKEA Place dan Sephora Virtual Artist.

## **Studi Kasus:**

Studi kasus dari IKEA Place menunjukkan bagaimana AR dapat digunakan untuk memvisualisasikan furnitur dalam ruang nyata, meningkatkan pengalaman belanja konsumen dan konversi penjualan.

Aplikasi Sephora Virtual Artist menunjukkan penggunaan AR untuk mencoba produk makeup secara virtual, yang meningkatkan kepuasan konsumen dan mengurangi pengembalian produk.

## **Tantangan dan Masa Depan AR:**

Meskipun AR memiliki banyak potensi, masih ada tantangan seperti masalah privasi, ketergantungan pada teknologi yang terus berkembang, dan integrasi dengan infrastruktur yang ada. Namun, AR diprediksi akan terus berinovasi dan berkembang, membawa transformasi digital yang lebih mendalam di berbagai sektor. Pentingnya pemahaman dan penerapan teknologi digital dalam strategi pemasaran modern. Dengan memanfaatkan pemasaran digital dan AR, perusahaan dapat menciptakan kampanye yang lebih efektif, interaktif, dan personal, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

**THANK YOU**