



**MERDEKA
BELAJAR**

**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA



MERANCAANG STRATEGI PEMASARAN DIGITAL berbasis **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**

TABLE OF CONTENT

**1. Pengenalan
Augmented Reality**

**2. Pengertian Augmented
Reality**

**3. Perkembangan Teknologi
AR dalam pemasaran**

**4. Peran Android dalam
Penerapan AR**

**5. Strategi Pemasaran Digital
berbasis AR**

**6. Identifikasi Target
Audience**

**7. Analisis Lingkungan
Bisnis**

**8. Penerapan AR dalam
Promisi Produk**

**9. Implementasi AR dalam
Pemasaran Digital**

10. Evaluasi Strategi AR



1. Pengenalan Augmented Reality dalam Pemasaran Digital

Augmented Reality (AR) adalah teknologi yang menggabungkan elemen digital ke dalam lingkungan nyata, memperkaya persepsi pengguna dengan informasi yang tidak dapat diterima secara langsung.

MANFAAT AR dalam PEMASARAN



01.

Memperluas persepsi pengguna

02.

Memberikan pengalaman yang lebih interaktif

03.

Memungkinkan interaksi yang tidak mungkin dilakukan di dunia nyata

2. PENGERTIAN AUGMENTED REALITY (AR)

Augmented Reality (AR) adalah teknologi yang menggabungkan benda maya dua dimensi dan tiga dimensi ke dalam lingkungan nyata secara real-time.

- AR memungkinkan pengguna untuk melihat objek virtual yang seolah-olah ada di dunia nyata melalui perangkat seperti smartphone, tablet, atau kacamata AR.



CONTOH PENGGUNAAN



Aplikasi Pendidikan

Menampilkan model 3D dari objek pembelajaran



Aplikasi Navigasi

Petunjuk arah di layar ponsel



Game

Game Augmented Reality pada Jurassic Park

PRINSIP KERJA AUGMENTED REALITY (AR)

Prinsip Dasar:

- AR bekerja dengan menghitung posisi dari marker atau objek fisik di dunia nyata.
- Berdasarkan posisi tersebut, sistem akan memproyeksikan benda maya yang sesuai ke dalam tampilan pengguna.



PRINSIP KERJA AUGMENTED REALITY (AR)



KONSEP KERJA:

01.

Deteksi Marker:

Sistem mengenali dan melacak marker atau objek fisik.

02.

Kalkulasi Posisi:

Menghitung posisi, orientasi, dan jarak marker.

03.

Proyeksi Benda Maya:

Memproyeksikan objek virtual ke posisi yang telah dihitung, sehingga tampak seolah-olah ada di dunia nyata.

MARKER TRACKING MODULE

Peran Marker Tracking Module

- Marker Tracking Module adalah inti dari sistem AR.
- Modul ini bertanggung jawab untuk mendeteksi dan melacak posisi marker atau objek fisik.



LANGKAH-LANGKAH KERJA

01

Pendeteksian Marker:

Mengidentifikasi marker yang telah ditentukan dalam lingkungan nyata.

02

Pelacakan Marker:

Melacak pergerakan dan perubahan orientasi marker secara real-time.

03

Kalkulasi Posisi:

Menghitung posisi dan orientasi marker untuk menentukan di mana dan bagaimana objek virtual harus diproyeksikan.

8

3. PERKEMBANGAN TEKNOLOGI AR DALAM PEMASARAN

Tren Pemasaran AR

- AR sedang berkembang pesat di seluruh dunia.
- Teknologi ini memungkinkan pengalaman yang lebih interaktif dan imersif bagi konsumen.
- Banyak bisnis dan industri mulai mengadopsi AR untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan dan mendorong penjualan.

Keunggulan AR dalam Pemasaran:

- Meningkatkan pengalaman pengguna dengan cara yang menarik dan inovatif.
- Memungkinkan visualisasi produk secara real-time di lingkungan pengguna.
- Mengurangi ketidakpastian pembelian dengan memberikan informasi lebih detail dan kontekstual tentang produk.

APLIKASI AR DALAM PEMASARAN

Augmented Reality Automotive:

Digunakan oleh produsen mobil untuk memberikan tur virtual dari interior dan eksterior kendaraan.

Augmented Reality Furniture:

Perusahaan furnitur menggunakan AR untuk membantu pelanggan melihat bagaimana perabotan akan terlihat di rumah mereka.

Augmented Reality Education:

Institusi pendidikan dan perusahaan teknologi mengembangkan aplikasi AR untuk meningkatkan proses pembelajaran.

IMPLEMENTASI LAIN AR DALAM PEMASARAN



Augmented Reality Retail:

Toko ritel menggunakan AR untuk memberikan pengalaman belanja yang lebih menarik.



Augmented Reality Advertising:

AR digunakan dalam iklan untuk menciptakan pengalaman interaktif yang memikat.



Augmented Reality Tourism:

AR digunakan untuk memberikan tur virtual dari tempat-tempat wisata.

4. PERAN ANDROID DALAM PENERAPAN AR



KEUNGGULAN

Memperluas
Persepsi Pengguna



KEUNGGULAN

Beragam Tools



KEUNGGULAN

Interaksi yang Tidak
Mungkin di Dunia
Nyata

PENERAPAN AR PADA ANDROID



**Keperluan
Pemasaran Digital**



Aplikasi Lainnya:
edukasi, permainan, tur
virtual



5. STRATEGI PEMASARAN DIGITAL BERBASIS AR

- Strategi pemasaran digital berbasis AR memanfaatkan teknologi augmented reality untuk menciptakan pengalaman interaktif bagi konsumen.
- AR memungkinkan perusahaan untuk menampilkan produk atau layanan secara lebih menarik dan informatif.

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL BERBASIS AR

KEUNTUNGAN

- Menyediakan pengalaman yang unik dan personal bagi konsumen.
- Meningkatkan keterlibatan dan interaksi antara merek dan konsumen.
- Membedakan merek dari pesaing di pasar yang kompetitif.

TUJUAN STRATEGI AUGMENTED REALITY

- Meningkatkan Interaksi dengan Konsumen
- Meningkatkan Penjualan
- Memperkuat Merek

IDENTIFIKASI TARGET AUDIENS

Menentukan Siapa Audiensnya:



Mengetahui demografi, minat, dan perilaku konsumen dapat membantu dalam merancang pengalaman AR yang tepat sasaran

Kustomisasi Pengalaman:



Dengan pemahaman yang mendalam tentang audiens, perusahaan dapat menyesuaikan konten AR agar lebih relevan dan menarik bagi mereka.

ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS DAN PENERAPAN TEKNOLOGI AR

Analisis Lingkungan Bisnis

- Memahami situasi pasar dan posisi kompetitif perusahaan.
- Menentukan peluang dan tantangan yang ada dalam penerapan AR.
- Melakukan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk strategi AR.

ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS DAN PENERAPAN TEKNOLOGI AR

Penerapan Teknologi AR yang Sesuai:

- Memilih teknologi AR yang paling sesuai dengan kebutuhan dan tujuan pemasaran.
- Menggunakan tools dan platform AR seperti ARCore atau ARKit.
- Mengintegrasikan AR ke dalam aplikasi atau situs web yang sudah ada untuk memudahkan akses oleh konsumen.



6. IDENTIFIKASI TARGET AUDIENS

Target audiens adalah kelompok orang yang diidentifikasi sebagai potensial untuk membeli produk atau layanan. Mereka adalah konsumen yang memiliki minat, kebutuhan, atau preferensi yang sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh perusahaan. AR memungkinkan perusahaan untuk menampilkan produk atau layanan secara lebih menarik dan informatif.



PENTINGNYA TARGET AUDIENS:

Memahami target audiens membantu perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

Dengan mengetahui siapa yang menjadi sasaran, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya dengan lebih tepat dan menghasilkan konversi yang lebih tinggi.

CARA IDENTIFIKASI TARGET AUDIENS - ANALISIS DATA



01

Mengumpulkan dan Menganalisis Data

- Menggunakan data dari berbagai sumber seperti penjualan sebelumnya, demografi pelanggan, dan perilaku pembelian.
- Memanfaatkan alat analisis data seperti Google Analytics atau alat CRM (Customer Relationship Management) untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang konsumen.

CARA IDENTIFIKASI TARGET AUDIENS - ANALISIS DATA



02

**Segmentasi
Pasar**

- Membagi pasar menjadi segmen-segmen berdasarkan karakteristik tertentu seperti usia, jenis kelamin, lokasi geografis, dan minat.
- Fokus pada segmen yang menunjukkan potensi tertinggi untuk menghasilkan penjualan.

CARA IDENTIFIKASI TARGET AUDIENS - SURVEI DAN PENGAMATAN PASAR

Melakukan Survei:

Survei dapat dilakukan secara online, melalui email, atau secara langsung di tempat penjualan. tentang kebutuhan, preferensi, dan perilaku mereka.

Pengamatan Pasar :

Mengidentifikasi tren dan pola perilaku yang dapat memberikan wawasan tambahan tentang target audiens. melihat bagaimana konsumen berinteraksi dengan produk atau layanan.

Menggunakan Focus Groups:

Mengadakan diskusi kelompok kecil dengan konsumen untuk mendapatkan umpan balik yang lebih mendalam tentang produk atau layanan.



7. ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS

Analisis lingkungan bisnis adalah proses mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor eksternal dan internal yang dapat mempengaruhi operasional dan kesuksesan bisnis.

TUJUAN ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS



Memahami kondisi pasar saat ini dan potensi perubahan di masa depan.

Mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada di lingkungan bisnis.

Membantu dalam perencanaan strategi bisnis yang lebih efektif dan adaptif.

CARA MELAKUKAN ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS - MENGUNAKAN DATA

01. Pengumpulan Data

02. Analisis Data

03. Pemanfaatan Big Data



1. PENGUMPULAN DATA

- Mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti laporan industri, publikasi bisnis, database ekonomi, dan analisis pasar.
- Menggunakan data historis dan prediktif untuk memahami tren dan pola yang ada di pasar.



2. ANALISIS DATA

- Menggunakan alat analitik untuk mengolah data dan mendapatkan wawasan yang relevan.
- Memanfaatkan teknik analisis statistik, pemodelan data, dan visualisasi data untuk membuat informasi lebih mudah dipahami.

CARA MELAKUKAN ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS - SURVEI DAN ANALISIS KOMPETISI



01

Survei Pasar

- Melakukan survei untuk mendapatkan informasi langsung dari konsumen mengenai kebutuhan, preferensi, dan persepsi mereka.
- Survei dapat dilakukan secara online, melalui wawancara telepon, atau dengan kuesioner di lokasi penjualan.

CARA MELAKUKAN ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS - SURVEI DAN ANALISIS KOMPETISI



02

Analisis Kompetisi

- Mengidentifikasi dan mengevaluasi pesaing utama di pasar.
- Menganalisis kekuatan dan kelemahan pesaing, strategi pemasaran mereka, dan produk atau layanan yang mereka tawarkan.
- Menggunakan alat analisis seperti SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal) untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang lingkungan bisnis.



8. PENERAPAN AR DALAM PROMOSI PRODUK

Penerapan Augmented Reality (AR) dalam promosi produk adalah penggunaan teknologi AR untuk meningkatkan pengalaman konsumen dan mempromosikan produk secara interaktif.

AR memungkinkan konsumen untuk melihat dan berinteraksi dengan produk dalam lingkungan virtual yang terintegrasi dengan dunia nyata.

8. PENERAPAN AR DALAM PROMOSI PRODUK

Penerapan Augmented Reality (AR) dalam promosi produk adalah penggunaan teknologi AR untuk meningkatkan pengalaman konsumen dan mempromosikan produk secara interaktif.

AR memungkinkan konsumen untuk melihat dan berinteraksi dengan produk dalam lingkungan virtual yang terintegrasi dengan dunia nyata.

PENERAPAN AR DALAM PROMOSI PRODUK



Tujuan:

- Menciptakan pengalaman yang menarik dan inovatif bagi konsumen.
- Meningkatkan keterlibatan konsumen dengan produk atau merek.
- Mendorong keputusan pembelian melalui visualisasi dan interaksi yang lebih baik.

CONTOH PENERAPAN AR DALAM PROMOSI PRODUK

01.

Augmented Reality Automotive

menggunakan AR untuk memberikan tur virtual dari kendaraan mereka

02.

Aplikasi ritel

memungkinkan konsumen untuk mencoba pakaian atau aksesoris secara virtual sebelum membeli.

03.

Perusahaan furnitur

menggunakan AR untuk membantu pelanggan melihat bagaimana perabotan akan terlihat di rumah mereka

MANFAAT PENERAPAN AR DALAM PROMOSI - MENINGKATKAN INTERAKSI DENGAN KONSUMEN

01. Meningkatkan Interaksi dengan Konsumen

02. Meningkatkan Penjualan

03. Memperkuat Merek



1. MENINGKATKAN INTERAKSI DENGAN KONSUMEN

Pengalaman yang Lebih Menarik:

- AR menyediakan pengalaman yang lebih imersif dan interaktif dibandingkan dengan media promosi tradisional.

Personalisasi:

- AR memungkinkan personalisasi pengalaman promosi sesuai dengan kebutuhan dan preferensi individu konsumen. Memberikan informasi yang lebih relevan dan spesifik kepada konsumen.



2. MENINGKATKAN PENJUALAN

- Dengan visualisasi produk yang lebih jelas dan interaktif, konsumen lebih yakin dalam membuat keputusan pembelian.
- AR membantu mengurangi keraguan dan meningkatkan konversi penjualan.



3. MEMPERKUAT MEREK

- Penggunaan AR memberikan kesan modern dan inovatif pada merek.
- Meningkatkan kesadaran merek melalui pengalaman unik yang dibagikan konsumen.
- Membantu merek untuk menonjol di pasar yang kompetitif dengan menawarkan teknologi canggih dan pengalaman yang berbeda.

TUJUAN:

Implementasi Augmented Reality (AR) dalam pemasaran digital adalah penggunaan teknologi AR untuk menciptakan pengalaman pemasaran yang lebih interaktif dan imersif bagi konsumen. AR membantu perusahaan dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan keterlibatan melalui konten yang inovatif.

9. IMPLEMENTASI AR DALAM PEMASARAN DIGITAL

- Meningkatkan interaksi dengan konsumen.
- Memperkuat citra merek.
- Mendorong penjualan melalui pengalaman yang menarik dan mendalam.

LANGKAH-LANGKAH IMPLEMENTASI AR



01

Identifikasi Target Audiens

- Menentukan siapa yang menjadi sasaran utama dari kampanye AR.
- Memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku konsumen untuk merancang pengalaman AR yang sesuai.

LANGKAH-LANGKAH IMPLEMENTASI AR



02

Analisis Lingkungan Bisnis

- Melakukan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk memahami kondisi pasar dan posisi kompetitif perusahaan.
- Mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam penerapan AR.

LANGKAH-LANGKAH IMPLEMENTASI AR



03

Penerapan Teknologi AR yang Sesuai

- Memilih teknologi dan platform AR yang paling cocok dengan kebutuhan dan tujuan pemasaran.
- Menggunakan tools seperti ARCore atau ARKit untuk mengembangkan aplikasi atau konten AR.
- Mengintegrasikan AR ke dalam strategi pemasaran digital yang sudah ada untuk memaksimalkan dampaknya.

CONTOH IMPLEMENTASI AR DALAM PEMASARAN DIGITAL

Hokcafe:

- Hokcafe menggunakan AR untuk mempromosikan produk mereka dengan cara yang menarik dan inovatif.
- Konsumen dapat menggunakan aplikasi AR untuk melihat menu secara interaktif, memvisualisasikan produk makanan dan minuman dalam 3D.

Contoh lainnya :

- Merek kosmetik yang menggunakan AR untuk memberikan simulasi riasan wajah kepada konsumen.

10. EVALUASI STRATEGI AR

Mengukur Keberhasilan:

Peningkatan Penjualan

Analisis data penjualan sebelum dan setelah penerapan AR

Interaksi dengan Konsumen

Mengukur tingkat keterlibatan konsumen dengan menggunakan metrik seperti waktu yang dihabiskan pada aplikasi AR

Pemahaman Merek

Menggunakan survei dan alat analisis untuk mengukur perubahan dalam kesadaran dan persepsi merek di kalangan konsumen

PENGEMBANGAN STRATEGI AR

Adopsi dan Pengembangan Strategi yang Berhasil

- Mengidentifikasi elemen-elemen strategi AR yang paling efektif dan mengembangkan lebih lanjut berdasarkan hasil evaluasi.
- Menerapkan best practices yang telah terbukti berhasil dalam kampanye AR sebelumnya.

PENGEMBANGAN STRATEGI AR

Penyesuaian dengan Perubahan Pasar

- Terus memantau tren pasar dan perilaku konsumen untuk menyesuaikan strategi AR dengan perubahan yang terjadi.
- Mengadopsi teknologi baru dan inovasi dalam AR untuk tetap relevan dan menarik bagi konsumen.
- Melakukan eksperimen dan iterasi secara terus-menerus untuk mengoptimalkan efektivitas strategi AR.

PENGEMBANGAN STRATEGI AR

Langkah-Langkah Pengembangan

- Mengumpulkan feedback dari konsumen dan tim internal untuk memahami kekuatan dan kelemahan strategi AR.
- Mengintegrasikan insights dari evaluasi ke dalam perencanaan strategi berikutnya.
- Mencari peluang baru untuk mengaplikasikan AR dalam konteks yang berbeda atau dengan cara yang lebih kreatif.

THANK YOU