



DIGITAL MARKETING UNTUK REMAJA

Tim Penulis:

M. Zainul Asrori, M.Sc

Arya Yudhi Wijaya, S.Kom., M.Kom

Fajar Baskoro, S.Kom., M.T

Dr. Hozairi, M.T



DIGITAL MARKETING UNTUK REMAJA

Tim Penulis:

M. Zainul Asrori, M.Sc

Arya Yudhi Wijaya, S.Kom., M.Kom

Fajar Baskoro, S.Kom., M.T

Dr. Hozairi, M.T



DIGITAL MARKETING UNTUK REMAJA

Tim Penulis:

M. Zainul Asrori, Arya Yudhi Wijaya, Fajar Baskoro, Hozairi

Desain Cover:

Septian Maulana

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

Aas Masruroh

ISBN:

978-623-459-709-7

Cetakan Pertama:

September, 2023

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA MEDIA UTAMA

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

SAMBUTAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan dan kesempatan kepada kita semua. Saya sebagai Ketua pelaksana kerja sama Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) dengan UNICEF dalam program Digital Skills menyampaikan apresiasi karena telah diterbitkannya buku Digital Skills dengan topik "**Digital Marketing untuk Remaja**".

Buku ini merupakan sebuah karya yang sangat bermanfaat bagi para remaja khususnya anak SMA Double Track, terutama dalam mengasah keterampilan digital dan mengembangkan usaha mereka. Digital marketing adalah suatu bentuk strategi pemasaran dan promosi produk, jasa, atau merek menggunakan platform digital dan teknologi internet.

Dalam buku ini, terdapat berbagai informasi penting yang berkaitan dengan Digital Marketing, seperti pengenalan digital marketing, strategi pemasaran, pembuatan konten digital, dan penerapan SEO. Buku ini lebih mengutamakan para pembaca bisa mempraktikkan materi yang telah disusun untuk menuntun para pembaca mampu meningkatkan omset usaha mereka.

Saya sangat merekomendasikan buku Digital Skills dengan topik "**Digital Marketing untuk Remaja**", bagi pelaku usaha untuk mengembangkan usaha mereka. Dalam era digital yang terkoneksi ini, digital marketing telah menjadi aspek yang sangat penting dalam dunia bisnis dan komunikasi. Berbeda dengan pemasaran tradisional, digital marketing mengandalkan berbagai media digital seperti situs web, media sosial, email, mesin pencari, dan platform online lainnya untuk mencapai target audiens dan menjangkau konsumen potensial. Pendekatan ini memungkinkan para pemasar untuk berinteraksi secara langsung dengan audiens mereka, menyajikan konten yang relevan dan menarik, serta mengukur efektivitas kampanye dengan lebih akurat.

Terakhir, saya mengucapkan terima kasih kepada tim penulis buku ini yang telah menyediakan informasi dan pengetahuan yang bermanfaat bagi kita semua. Semoga buku ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi positif bagi perkembangan remaja dan pelaku usaha untuk mengembangkan keterampilan digital dan usaha mereka.

Surabaya, Agustus 2023

Ketua Tim Digital Skills Programme
ITS dan UNICEF

Kata Pengantar

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan modul ajar Digital Marketing ini. Buku ini disusun dengan tujuan untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan yang komprehensif kepada para pembaca mengenai **Digital Marketing**.

Buku ini merupakan hasil kerja sama antara UNICEF dan Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Kami ingin menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya kepada para kontributor yang telah memberikan kontribusi berharga dalam pengembangan buku ini. Tanpa dukungan dan bimbingan mereka, buku ini tidak akan dapat terwujud.

Selain itu, kami juga berterima kasih kepada Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Timur yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang sangat berarti dalam penyusunan buku ini. Keterlibatan dan partisipasi aktif dari berbagai pihak merupakan kunci keberhasilan buku ini untuk dapat menjadi sumber belajar yang efektif dan bermanfaat.

Buku "**Digital Marketing untuk Remaja**" ini dirancang dengan berbagai pendekatan pembelajaran yang interaktif dan menarik, sehingga diharapkan dapat memudahkan pembaca dalam memahami materi yang disajikan. Seluruh isi buku telah melalui proses seleksi dan penyuntingan secara cermat guna memastikan kualitas dan keakuratan informasi yang disampaikan.

Kami mengharapkan agar buku Digital Marketing ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi para pembaca dalam menambah wawasan, pengetahuan, dan keterampilan. Semoga dengan adanya buku ini, pembelajaran dapat menjadi lebih efektif, menyenangkan, dan inspiratif.

Akhir kata, kami menyadari bahwa buku ini tidak sempurna. Oleh karena itu, kami dengan tulus mengundang masukan, kritik, dan saran yang membangun dari para pembaca untuk perbaikan di masa mendatang.

Selamat belajar dan semoga buku ini memberikan manfaat yang nyata bagi pengembangan ilmu dan potensi diri Anda.

Surabaya, Agustus 2023

Tim Penulis

DAFTAR ISI

SAMBUTAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB 1 DASAR DIGITAL MARKETING	1
A. Pengertian Dan Ruang Lingkup Digital Marketing	2
B. Peran Digital Marketing	5
C. Peran Digital Marketing Terhadap Perekonomian	8
D. Tren Teknologi Pemasaran	11
E. Penugasan	18
BAB 2 STRATEGI DIGITAL MARKETING & RISET PASAR	19
A. Strategi Digital Marketing	20
B. Riset Pasar	23
C. Ruang Lingkup Riset Pasar	25
D. Klasifikasi Riset Pasar	27
E. Penugasan	29
BAB 3 CONTENT STRATEGI MARKETING	31
A. Content Marketing	32
B. Beberapa Alasan Bisnis Memerlukan Content Marketing	34
C. Bentuk Content Marketing	36
D. Skill Yang Dibutuhkan Dalam Membuat Content Marketing	39
E. Penugasan	41
BAB 4 DESAIN PENGALAMAN PENGGUNA	43
A. Definisi User Experience	43
B. Faktor Yang Mempengaruhi User Experience	46
C. Model User Experience	48
D. Penugasan	49
BAB 5 TEKNIK PENULISAN DIGITAL & PENGELOLAAN	
HUBUNGAN PELANGGAN	51
A. Definisi Copywriting	51
B. Peran Copywriting Dalam Bisnis	53
C. Model Copywriting	55

D. Contoh Copywriting.....	57
E. Penugasan	59
BAB 6 SEARCH ENGGINE OPTIMIZATION (SEO)	61
A. Pengertian SEO	61
B. Tipe Trafic SEO.....	64
C. Cara Kerja dan Teknik SEO.....	65
D. Jenis & Indikator Utama SEO.....	67
E. Manfaat Adanya SEO.....	70
F. Penugasan	71
BAB 7 SEARCH ADVERTISING & ONLINE ADVERTISING	73
A. Definisi dan Aktivitas Search Advertising	73
B. Jenis Iklan Pencarian dan Online Advertising.....	77
C. Macam-Macam Iklan Pencarian dan Online Advertising	79
D. Penugasan	81
RINGKASAN	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
PROFIL PENULIS	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Digital Marketing	2
Gambar 2 Tren Teknologi Pemasaran	11
Gambar 3 Artificial Intelligence - AI	13
Gambar 4 Influencer.....	14
Gambar 5 Platform-Based Marketing	15
Gambar 6 Live Streaming	16
Gambar 7 Voice Marketing	17
Gambar 8 Strategi Digital Marketing.....	20
Gambar 9 Content Marketing	32
Gambar 10 Infografik	37
Gambar 11 Video.....	37
Gambar 12 Podcast	38
Gambar 13 Newsletter dan Email Marketing.....	39
Gambar 14 UX	44
Gambar 15 Copywriting	52
Gambar 16 AIDA Model	55
Gambar 17 4Ps Model.....	55
Gambar 18 PAS Model	56
Gambar 19 Feature Advantage Benefit (FAB) Model.....	56
Gambar 20 SEO.....	62
Gambar 21 Organic Traffic	64
Gambar 22 Paid Traffic.....	64
Gambar 23 Search Advertising	74



DASAR DIGITAL MARKETING

Kegiatan:

- Pengertian dan ruang lingkup digital marketing
- Peran digital marketing
- Peran digital marketing terhadap perekonomian
- Tren teknologi pemasaran

Tujuan:

- Memberikan pengetahuan tentang definisi, ruang lingkup digital marketing
- Memberikan pemahaman tentang peran digital marketing
- Mengetahui peran digital marketing terhadap perekonomian
- Mengetahui tren teknologi pemasaran

Hasil:

- Memahami dasar-dasar, peran strategis, serta pengetahuan trend pada digital marketing



STRATEGI DIGITAL MARKETING & RISET PASAR

Kegiatan:

- Memahami strategi digital marketing
- Memahami konsep riset pasar
- Memahami ruang lingkup riset pasar
- Memahami klasifikasi riset pasar

Tujuan:

- Memberikan pengetahuan tentang strategi digital marketing
- Memberikan pemahaman tentang konsep riset pasar
- Mampu memahami ruang lingkup riset pasar
- Mampu melakukan klasifikasi riset pasar

Hasil:

- Menguasai strategi pasar, riset pasar, ruang lingkup dan klasifikasi riset pasar



CONTENT STRATEGI MARKETING

Kegiatan:

- Memahami *content marketing*
- Memahami beberapa alasan kebutuhan *content marketing*
- Memahami bentuk *content marketing*
- Memahami keterampilan yang dibutuhkan untuk membuat *content marketing*

Tujuan:

- Memberikan pengetahuan tentang *content marketing*
- Memberikan pemahaman tentang alasan kebutuhan content marketing di dalam usaha
- Mampu memahami bentuk content marketing
- Mampu memiliki keterampilan untuk pembuatan *content marketing*

Hasil:

- Menguasai keterampilan *content marketing*, mampu membuat dan mengimplementasikan *content marketing* sesuai bentuk kebutuhannya



DESAIN PENGALAMAN PENGGUNA

Kegiatan:

- Pengertian *user experience*
- Faktor yang mempengaruhi *user experience*
- Model *user experience*

Tujuan:

- Memberikan pengertian tentang *user experience*
- Faktor-faktor yang mempengaruhi *user experience*
- Mengetahui model *user experience*

Hasil:

- Memahami konsep *user experience*, faktor yang mempengaruhi serta model pengembangan *user experience*

A. DEFINISI USER EXPERIENCE

User Experience (UX) atau Pengalaman Pengguna adalah keseluruhan pengalaman dan interaksi seorang pengguna dengan produk, layanan, atau sistem, terutama yang terkait dengan interaksi antarmuka pengguna. Fokus utama dari UX adalah membuat pengalaman pengguna menjadi sebaik mungkin, sehingga pengguna merasa nyaman, puas, dan dapat mencapai tujuan mereka dengan mudah saat menggunakan produk atau layanan tersebut.



TEKNIK PENULISAN DIGITAL & PENGELOLAAN HUBUNGAN PELANGGAN

Kegiatan:

- Pengertian *Copywriting*
- Peran *copywriting* dalam bisnis
- Model *copywriting*

Tujuan:

- Memberikan pengertian tentang *copywriting*
- Mengimplementasikan peran *copywriting* dalam bisnis
- Memahami beberapa model *copywriting*

Hasil:

- Mampu mendesain, menerapkan *copywriting* dalam usaha mereka

A. DEFINISI COPYWRITING

Dikutip dari laman *American Writers and Artist Institute (AWAI)*, *copywriting* adalah proses menulis materi pemasaran dan promosi persuasif yang memotivasi orang untuk mengambil beberapa bentuk tindakan, seperti melakukan pembelian, mengklik tautan, menyumbang, ajakan, hingga mempengaruhi orang untuk menghubungi bagian penjualan.



SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

Aktifitas:

- Pengertian SEO
- Tipe Trafic SEO
- Cara kerja dan Teknik SEO
- Jenis dan Indikator Utama SEO
- Manfaat SEO

Tujuan:

- Memberikan pengertian SEO
- Mengimplementasikan teknik SEO
- Memahami jenis, indikator dan manfaat SEO

Hasil:

- Mampu memahami jenis, indikator, manfaat dan mengimplementasikan teknik SEO

A. PENGERTIAN SEO

SEO merupakan singkatan dari *Search Engine Optimization* yang merupakan teknik yang digunakan untuk optimisasi suatu website dengan tujuan memudahkan mesin pencari untuk menemukan halaman/website dan menempatkan di halaman pertama di mesin pencari dengan keyword yang ditentukan oleh *user*.



SEARCH ADVERTISING & ONLINE ADVERTISING

Aktifitas:

- Definisi dan aktifitas *search advertising*
- Jenis Iklan Pencarian dan *Online Advertising*
- Macam-macam Iklan Pencarian dan *Online Advertising*

Tujuan:

- Memberikan pengertian *search advertising*
- Memahami jenis, macam-macam iklan pencarian dan *online advertising*

Hasil:

- Mampu menggunakan iklan pencarian dan *online advertising*

A. DEFINISI DAN AKTIVITAS SEARCH ADVERTISING

Search Advertising, juga dikenal sebagai iklan pencarian atau PPC (*Pay-Per-Click*) *advertising*, adalah bentuk iklan online di mana pengiklan menampilkan iklan mereka di hasil pencarian mesin pencari seperti Google, Bing, atau Yahoo. Iklan ini muncul di bagian atas atau bawah halaman hasil pencarian dan ditandai dengan label "Iklan" atau "Ad". Pengiklan

RINGKASAN

- **Dasar Digital Marketing:**

Bab ini membahas konsep dasar digital marketing, meliputi pemasaran melalui platform digital seperti internet dan media sosial. Ini juga menjelaskan peran penting website, media sosial, dan email dalam mencapai target audiens serta mengukur efektivitas kampanye.

- **Strategi Digital Marketing dan Riset Pasar:**

Bab ini menggali strategi yang diperlukan untuk mengarahkan usaha pemasaran di dunia digital. Ini meliputi langkah-langkah merumuskan tujuan, mengidentifikasi target audiens, dan analisis pesaing. Riset pasar penting dalam memahami kebutuhan konsumen dan tren industri.

- **Content Strategi Marketing:**

Bab ini menyoroti pentingnya konten yang bermakna dalam menarik perhatian audiens. Materi membahas jenis-jenis konten seperti artikel, video, dan gambar, serta bagaimana merencanakan, membuat, dan mendistribusikan konten yang sesuai dengan tujuan bisnis.

- **Desain Pengalaman Pengguna:**

Bab ini berfokus pada pengalaman pengguna yang positif dalam desain produk digital. Materi membahas pentingnya tata letak yang intuitif, navigasi yang mudah, dan responsif terhadap perangkat. Hal ini mendorong interaksi yang lebih baik antara pengguna dan produk.

- **Teknik Penulisan Digital dan Pengelolaan Hubungan Pelanggan:**

Bab ini menjelaskan pentingnya komunikasi efektif dalam dunia digital. Ini meliputi teknik penulisan yang cocok untuk media digital, termasuk SEO-friendly. Pengelolaan hubungan pelanggan melibatkan pemanfaatan email marketing, media sosial, dan interaksi personal.

- **Search Engine Optimization:**

Bab ini membahas SEO (*Search Engine Optimization*), strategi untuk meningkatkan peringkat suatu situs web di hasil pencarian mesin pencari. Materi mencakup teknik seperti penggunaan kata kunci, optimasi konten, dan membangun tautan kredibel untuk meningkatkan otoritas halaman.

- ***Search Advertising* dan *Online Advertising*:**

Bab ini mengeksplorasi jenis-jenis iklan yang dapat digunakan dalam pemasaran digital. *Search advertising* fokus pada iklan berdasarkan kata kunci di mesin pencari, sementara *online advertising* melibatkan iklan display, video, dan lainnya di berbagai platform online.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin, W. (2021). *Apa Sih Sebenarnya Video Itu?* <https://www.langitmediapro.com/apa-itu-video-4929-2/>
- Amanda, S. (2022). *The AIDA Model: A Proven Framework for Converting Strangers Into Customers.* <https://blog.hubspot.com/marketing/aida-model>
- Amplify, S. (2021). *Mengenal Voice Marketing: Tren Baru yang Digunakan Perusahaan Marketing di Jakarta.* <https://ideoworks.id/mengenal-voice-marketing-tren-baru-yang-digunakan-perusahaan-marketing-di-jakarta/>
- Binar, A. (2023). *Apa Itu Content Marketing ? Dan Cara Membuat Konten yang Menarik.* <https://www.binaracademy.com/blog/apa-itu-content-marketing>
- Budiartawan. (2022). *Pengertian, Jenis, Manfaat dan Cara Kerja SEO (Search Engine Optimization).* <https://upttik.undiksha.ac.id/pengertian-jenis-manfaat-dan-cara-kerja-seo-search-engine-optimization/>
- Chaeril, Z. (2021). *Influencer dalam Digital Marketing.* <https://www.kompasiana.com/zulcar/60b9cd51d541df4a6726ee12/influencer-dalam-digital-marketing>
- Chandana, P. (2022). *Decoding the PAS Copywriting Formula: How to Write Engaging.* <https://chandanapitta.medium.com/decoding-the-pas-copywriting-formula-how-to-write-engaging-copies-d827fc173593>
- Cinthy. (2023a). *Apa itu Organic Traffic? Ini Pengertian dan 3 Cara Mudah untuk Meningkatkan.* <https://accurate.id/digital-marketing/apa-itu-organic-traffic/>
- Cinthy. (2023b). *Mengenal Paid Traffic, Metode Termudah Untuk Muncul di Mesin Pencarian.* <https://accurate.id/digital-marketing/apa-itu-paid-traffic/>

- Devin, S. (2021). *Strategi Digital Marketing*. <https://www.kompasiana.com/devin36342/615ea9990101907dc20c3d02/strategi-digital-marketing>
- DreamBox. (2023). *Beberapa Platform Digital yang dapat Anda Gunakan untuk Kegiatan Digital Marketing*. <https://www.dreambox.id/blog/digital-marketing/beberapa-platform-digital-yang-dapat-anda-gunakan-untuk-kegiatan-digital-marketing/>
- Edhy, A. (2016). *Model Pemasaran 4P's Sudah Menua, Siapkah Anda dengan yang Baru?* <https://mix.co.id/headline/23700/>
- Eka, Putri, R. (2022). *Peran Copy Writing dalam Konten Bisnis?* <https://mediabangsa.co.id/peran-copy-writing-dalam-konten-bisnis/>
- Jasapresentasi. (2017). *6 Cara Sempel Mendesain Infografik*. <https://jasapresentasi.com/2017/03/20/6-cara-sempel-mendesain-infografik/>
- Komputer. (2017). *Apa Peran AI Untuk Meningkatkan Penjualan*. <https://www.dictio.id/t/apa-peran-ai-untuk-meningkatkan-penjualan/14352>
- Laura, A. (2022). *10 UX DESIGN STATISTICS YOU NEED TO KNOW*. <https://www.gialli.io/blog/ux-design-statistics-you-need-to-know>
- Maulana, A. (2023). *Podcast: Apa Itu, Bentuk, Tipe-Tipe, dan Aplikasi Mendengarkannya*. <https://glints.com/id/lowongan/podcast-adalah/>
- Nusa, G. (2023). *Digital Marketing: Pengertian, Keunggulan, Jenis, dan Tujuannya*. <https://greatnusa.com/artikel/digital-marketing-adalah/>
- SEOlusi. (2023). *Search Engine Advertising: Definisi dan Cara Kerjanya*. [https://cmlabs.co/id-id/seo-guidelines/search-engine-advertising#:~:text=Search engine advertising \(SEA\) adalah,Google%2C Yahoo%2C dan Bing.](https://cmlabs.co/id-id/seo-guidelines/search-engine-advertising#:~:text=Search engine advertising (SEA) adalah,Google%2C Yahoo%2C dan Bing.)
- Syakawat, S. (2022). *Email Marketing vs. Newsletter: What's the Difference?* <https://fluentcrm.com/email-marketing-vs-newsletter/>
- Syarif. (2020). *Tren pemasaran digital Masa Kini: Terobosan dalam Pemasaran*. <https://www.marketerdream.com/tren-pemasaran-digital-masa-kini/>

XL. (2023). *Mengenal Apa Itu Live Streaming dan Aplikasi yang Digunakan*.
<https://prioritas.xl.co.id/news/mengenal-apa-itu-live-streaming-dan-aplikasi-yang-digunakan>

PROFIL PENULIS

M. Zainul Asrori, M. Sc



Pecinta badminton dan fotografi beliau dilahirkan di Nganjuk dengan nama lengkap Muhamad Zainul Asrori, beliau adalah dosen di Departemen Fisika, Fakultas Sains, Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Beliau mengenyam pendidikan (S1) di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) bidang material, (S2) di Universitas Indonesia (UI) bidang material science, on going (S3) Kumamoto Japan bidang advance technology, applied chimestry and biochemistry. Sejak 2018 beliau diberi amanah sebagai ketua pelaksana program SMA Double Track kerjasama Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Timur dengan Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Arya Yudhi Wijaya, S. Kom, M. Kom



Pecinta sate dan duren beliau dilahirkan di Blitar dengan nama lengkap Arya Yudhi Wijaya, beliau adalah dosen di Departemen Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Elektro dan Informatika Cerdas, Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Beliau mengenyam pendidikan (S1) di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) bidang Informatika, (S2) di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) bidang Informatika, on going (S3) di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) bidang Informatika. Sejak 2018 beliau diberi amanah sebagai Koordinator Perencanaan Program SMA Double Track kerjasama Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Timur dengan Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Fajar Baskoro, S. Kom, MT



Pecinta kuliner dan game beliau dilahirkan di Blitar dengan nama lengkap Fajar Baskoro, beliau adalah dosen di Departemen Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Elektro dan Informatika Cerdas, Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Beliau mengenyam pendidikan (S1) di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) bidang Informatika, (S2) di Institut Teknologi Bandung (ITB) bidang Informatika. Sejak 2018 beliau diberi amanah sebagai Koordinator Tekonolgi Informasi dan Media Program SMA Double Track kerjasama Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Timur dengan Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Dr. Hozairi, MT



Pecinta nasi pecel beliau dilahirkan di Pamekasan dengan nama lengkap Hozairi, beliau adalah dosen di Prodi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Islam Madura. Beliau mengenyam pendidikan (D4) di Politeknik Elektronika Negeri Surabaya Institut Teknologi Sepuluh Nopember (PENS ITS) bidang Sistem Informasi, (S2) di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) bidang Sistem Pengendalian Kelautan, (S3) di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) bidang Sistem Pengendalian Kelautan. Sejak 2018 beliau diberi amanah sebagai Koordinator Monitoring dan Evaluasi Program SMA Double Track kerjasama Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Timur dengan Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

DIGITAL MARKETING UNTUK REMAJA

Dalam buku ini, terdapat berbagai informasi penting yang berkaitan dengan Digital Marketing, seperti pengenalan digital marketing, strategi pemasaran, pembuatan konten digital, dan penerapan SEO. Buku ini lebih mengutamakan para pembaca bisa mempraktekkan materi yang telah disusun untuk menuntun para pembaca mampu meningkatkan omset usaha mereka.

Buku Digital Marketing untuk Remaja ini sangat cocok bagi pelaku usaha untuk mengembangkan usaha mereka. Dalam era digital yang terkoneksi ini, digital marketing telah menjadi aspek yang sangat penting dalam dunia bisnis dan komunikasi. Berbeda dengan pemasaran tradisional, digital marketing mengandalkan berbagai media digital seperti situs web, media sosial, email, mesin pencari, dan platform online lainnya untuk mencapai target audiens dan menjangkau konsumen potensial. Pendekatan ini memungkinkan para pemasar untuk berinteraksi secara langsung dengan audiens mereka, menyajikan konten yang relevan dan menarik, serta mengukur efektivitas kampanye dengan lebih akurat.

Secara keseluruhan, Digital Marketing telah membawa dampak yang positif terhadap perekonomian dengan meningkatkan efisiensi pemasaran, mendorong inovasi, menciptakan lapangan kerja baru, dan memberdayakan pelaku usaha di berbagai skala. Dalam era digital yang terus berkembang, peran Digital Marketing diharapkan akan semakin penting dalam membentuk masa depan perekonomian. Selamat membaca!