

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Media Informasi**

Media informasi merupakan alat yang mengumpulkan, mengelola, dan menyampaikan berbagai informasi terkait dengan industri, pasar, dan tren yang dapat memengaruhi keputusan dan strategi bisnis. Melalui media informasi, dapat memfasilitasi komunikasi antara perusahaan dan pelanggan, memungkinkan perusahaan untuk memperkuat citra merek, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan mengelola reputasi perusahaan dengan lebih baik (Ismayanti, 2021).

Media informasi sangat penting bagi bisnis karena tidak hanya mengumpulkan dan menyampaikan informasi, tetapi juga membantu komunikasi antara bisnis dan konsumen, dan membentuk citra merek dan reputasi perusahaan. Dengan kemajuan teknologi, penyebaran informasi menjadi lebih mudah dan lebih cepat, yang memungkinkan bisnis untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan tren industri. Oleh karena itu, untuk mencapai kesuksesan jangka panjang, strategi bisnis modern harus mengutamakan integrasi media informasi.

#### **2.2 Promosi Digital**

##### **2.2.1 Pengertian Promosi Digital**

Promosi adalah elemen bauran pemasaran yang terfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk Perusahaan, bentuk persuasive secara langsung melalui penggunaan berbagai intensif yang diatur untuk dapat merangsang pembelian suatu produk dengan segera guna meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan (Tjiptono, 2008).

Promosi Digital adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial (Syukri & Sunrawali, 2022).

Media promosi digital merupakan penggunaan platform dan saluran *online* untuk mempromosikan produk, layanan, maupun merek. Strategi ini melibatkan pemanfaatan berbagai bentuk media digital yang ada. Seperti situs web, media sosial, iklan online, konten digital, dan strategi pemasaran online lainnya (Izza, 2023).

Dijelaskan bahwa tujuan dari promosi adalah untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Tidak juga sekedar berkomunikasi tapi dari komunikasi itu mampu menciptakan suasana atau keadaan dimana para pelanggan bersedia memilih dan memiliki produk (Setiawan, 2021).

Promosi digital adalah upaya pemasaran yang dilakukan melalui platform dan saluran online untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan pelanggan tentang merek dan barang dagangan perusahaan. Dengan menggunakan berbagai media digital seperti situs web, media sosial, iklan online, dan konten digital, promosi ini bertujuan untuk memengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian. Dimungkinkan untuk meningkatkan volume penjualan secara signifikan karena pendekatan ini tidak hanya melibatkan komunikasi rutin tetapi juga menciptakan lingkungan yang mendorong konsumen untuk memilih dan membeli barang secara langsung.

### **2.3.1 Manfaat Promosi Digital**

Media promosi digital telah menjadi pilihan utama bagi banyak perusahaan dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan kesadaran merek. Ada beberapa manfaat dari promosi Digital (Izza, 2023) :

#### **a. Targeting yang Tepat Sasaran**

Keunggulan utama media promosi digital adalah kemampuannya untuk menargetkan audiens secara spesifik. Melalui analisis data dan algoritma targeting, konten promosi dapat disajikan kepada orang-orang yang memiliki minat, perilaku, dan karakteristik tertentu, sehingga membuat promosi lebih efektif dan efisien.

#### **b. Jangkauan Global**

Promosi digital memungkinkan perusahaan untuk mencapai audiens global tanpa batasan geografis. Platform online dapat diakses oleh orang-orang di seluruh dunia, membantu perluasan pasar hingga ranah internasional.

#### **c. Interaksi dengan Pelanggan**

Media digital memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan, membangun hubungan yang lebih erat dan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan. Respons cepat terhadap pertanyaan dan umpan balik pelanggan merupakan hal penting dalam membangun loyalitas.

d. **Fleksibilitas dan Adaptabilitas**

Kehadiran media digital memberikan fleksibilitas dan adaptabilitas dalam merancang kampanye pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan bisnis dan audiens. Kampanye dapat diperbarui secara real-time, dan strategi pemasaran dapat disesuaikan untuk tetap relevan dengan perubahan tren dan kebutuhan pasar.

e. **Biaya yang Lebih Efisien**

Keunggulan lain dari media promosi digital adalah biaya yang cenderung lebih efisien dibandingkan dengan iklan tradisional. Perusahaan dapat mengontrol anggaran dengan lebih baik, menghindari pemborosan, dan fokus pada strategi yang memberikan hasil terbaik.

Memahami dan memanfaatkan dengan baik berbagai manfaat media promosi digital adalah kunci untuk memaksimalkan potensi pemasaran online dalam mencapai tujuan bisnis yang diinginkan. Dengan demikian, perusahaan dapat terus berkembang dan bersaing di pasar yang semakin modern.

## **2.3 Website**

### **2.3.1 Pengertian Website**

Website merupakan kumpulan halaman web atau 'lokasi' di internet tempat informasi disimpan dan disajikan agar dapat diakses secara online. Informasi yang terdapat di dalamnya dapat beragam, mulai dari profil pribadi, informasi bisnis, hingga topik-topik yang diminati oleh pemilik website (Kadir, 2019).

Website sangat penting bagi usaha kecil menengah pada masa sekarang. Sebagai platform global penyedia informasi, website memberikan akses luas kepada calon pelanggan untuk mendapatkan informasi tentang produk atau layanan usaha kecil menengah. Dengan website, usaha kecil menengah dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis, membuka peluang ekspansi bisnis. Selain itu, keberadaan website memberikan kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Dengan desain yang menarik, website membantu membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan.

### **2.3.2 Peran Website dalam Promosi Digital**

Website memiliki peran yang sangat signifikan dalam promosi digital, terutama bagi individu atau bisnis yang ingin membangun kehadiran online yang kuat. Ada beberapa peran website sebagai promosi digital menurut (Faradilla, 2024):

a. **Membangun Personal Branding**

Salah satu kegunaan utama situs web adalah untuk membangun personal branding, terutama bagi mereka yang ingin mengeksplorasi cara mendapatkan penghasilan melalui website. Dengan menampilkan hasil karya dan portofolio, website memungkinkan orang-orang untuk mengenal lebih jauh tentang siapa Anda dan keahlian yang Anda miliki.

b. **Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan**

Bagi pemilik bisnis, website memiliki manfaat utama dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan. Dalam era di mana orang cenderung mencari informasi secara online terlebih dahulu, keberadaan website yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan kepercayaan calon pelanggan. Mereka merasa lebih yakin untuk melakukan transaksi karena informasi tentang produk atau jasa Anda dapat diakses dengan mudah.

c. **Media Promosi 24 Jam**

Website berperan sebagai media promosi yang dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, tanpa batasan ruang dan waktu. Ini memungkinkan transaksi dapat terjadi secara kontinu selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu. Selain itu, website juga menjadi pintu masuk bagi calon pelanggan baru dari berbagai lokasi.

Website memiliki peran yang krusial dalam promosi digital. Dengan memanfaatkan website dengan baik, individu maupun bisnis dapat membangun kehadiran online yang kuat, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan tingkat kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan dan mengoptimalkan website sebagai salah satu strategi utama dalam promosi digital.

### **2.3.3 Penggunaan Website sebagai Media Informasi**

Website adalah platform yang digunakan oleh bisnis untuk memberikan informasi yang lengkap dan terstruktur tentang produk dan layanan bisnis tersebut, serta memungkinkan bisnis untuk menyajikan

informasi secara lebih detail dan profesional dibandingkan dengan media sosial (Tjiptono, 2008).

Website yang baik harus mudah diakses, responsif, dan menyajikan informasi yang lengkap dan jelas (Wibowo, 2018).

Sebuah website yang efektif bagi bisnis harus menyajikan informasi produk dan layanan secara lengkap dan terstruktur, untuk memberikan kesan profesional, dan lebih detail dibandingkan media sosial. Selain itu, website yang baik harus mudah diakses, responsif, dan menyediakan informasi yang jelas untuk pengguna.

## **2.4 Instagram**

Instagram adalah platform media sosial yang berfokus pada berbagi foto dan video. Diluncurkan pada tahun 2010, Instagram telah berkembang menjadi salah satu platform paling populer di dunia. Menurut laporan dari We Are Social dan Hootsuite (2023), Instagram menempati posisi kedua sebagai platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan 85.3% pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun yang aktif setiap bulan (We Are Social & Hootsuite, 2023).

Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan 85.3% pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun aktif menggunakannya setiap bulan. Hal ini menjadikan Instagram sebagai alat yang sangat efektif untuk berkomunikasi dan mempromosikan bisnis kepada audiens yang luas dan beragam di Indonesia.

## **2.5 Google Site**

Google Sites memungkinkan integrasi yang mudah dengan berbagai produk Google lainnya seperti Google Analytics, Google Drive, dan Google Forms, yang dapat meningkatkan fungsionalitas dan efektivitas situs web bisnis. Google Sites juga mendukung integrasi dengan platform media sosial seperti Instagram, memungkinkan bisnis untuk menampilkan feed Instagram mereka langsung di situs web, sehingga meningkatkan visibilitas konten dan

memudahkan pengunjung untuk terlibat dengan merek di berbagai platform. (Dewi, 2022).

Google Sites adalah layanan dari Google yang memungkinkan pengguna membuat situs website dengan mudah dan cepat. Platform ini menyediakan berbagai template dan alat yang intuitif, membuatnya cocok untuk bisnis kecil yang ingin memiliki website tanpa memerlukan keterampilan teknis yang mendalam.

## **2.6 Integrasi Media Sosial dan Website**

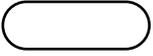
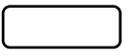
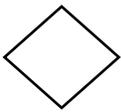
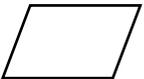
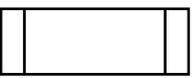
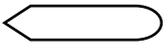
Mengarahkan pengguna media sosial ke website dapat meningkatkan pengunjung website dan memberikan informasi yang lebih lengkap kepada pelanggan potensial (Nugroho, 2020).

Integrasi antara media sosial dan website dapat meningkatkan efektivitas promosi dan memperluas jangkauan bisnis. Dengan mengarahkan pengguna media sosial ke website, bisnis dapat meningkatkan pengunjung website sekaligus menyediakan informasi yang lebih lengkap dan mendetail terkait harga dan jenis kue kepada calon pelanggan.

## **2.7 Simbol Flowchart**

Simbol-simbol dalam flowchart adalah representasi grafis dari berbagai jenis instruksi atau langkah-langkah yang digunakan dalam algoritma atau proses. Simbol-simbol ini membantu dalam menggambarkan urutan dan hubungan antara langkah-langkah dalam aliran kerja atau proses yang sedang dijelaskan. Berikut simbol flowchart yang umum digunakan antara lain:

**Tabel 2. 1**  
Simbol Folwchart

| Simbol  | Nama                 | Fungsi  |
|---|----------------------|---|
|    | Flow                 | Simbol yang digunakan untuk menggabungkan simbol satu dengan simbol lainnya.                                |
|    | On – Page Reference  | Simbol untuk keluar – masuk atau penyambungan proses dalam lembar kerja yang sama                           |
|    | Off – Page Reference | Simbol untuk keluar – masuk atau penyambungan proses dalam lembar kerja yang berbeda                        |
|    | Terminator           | Simbol yang menyatakan awal atau akhir suatu program  |
|    | Process              | Simbol yang menyatakan suatu proses yang dilakukan komputer   |
|   | Decision             | Simbol yang menunjukkan kondisi tertentu yang akan menghasilkan dua kemungkinan jawaban yaitu ya atau tidak |
|  | Input/output         | Simbol yang menyatakan proses input atau output tanpa tergantung peralatan                                  |
|  | Manual Operation     | Simbol yang menyatakan suatu proses yang tidak dilakukan oleh komputer                                      |
|  | Document             | Simbol yang menyatakan bahwa input berasal dari dokumen dalam bentuk fisik, atau output yang perlu dicetak  |
|  | Predefine Process    | Simbol untuk pelaksanaan suatu bagian (sub – program) atau prosedur   |
|  | Display              | Simbol yang menyatakan peralatan output yang digunakan  |
|  | Preparation          | Simbol yang menyatakan penyediaan tempat penyimpanan suatu pengolahan untuk memberikan nilai awal           |

Sumber : decoding.com, 2021