

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Digital marketing berkaitan dengan pendekatan strategi penjualan yang menggunakan forum dan teknologi digital untuk mempromosikan produk dan layanan. Berbagai saluran online digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, termasuk situs web, media sosial, email, dan mesin pencari. Salah satu manfaat utama *digital marketing* adalah memungkinkan pemasar menargetkan pembaca dengan lebih tepat dan efektif. Melalui analisis data dan kinerja kampanye, pemasar dapat secara langsung mengukur efektivitas dan laba atas investasi *Return On Investment* (ROI) dari upaya pemasaran digital mereka. Selain itu, *Digital Marketing* memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara merek dan konsumen, menciptakan peluang untuk membangun loyalitas dan loyalitas pelanggan. Seiring dengan semakin terhubungnya kita secara digital, *digital marketing* telah menjadi elemen kunci dalam strategi pemasaran bisnis modern, menawarkan mereka peluang untuk menjangkau khalayak global dengan lebih cepat dan efisien. Mengingat fakta bahwa sebagian besar orang saat ini terhubung ke internet, perusahaan memilih untuk menggunakan *digital marketing* sebagai strategi pemasaran utama mereka. (Noviana & Darma, 2020).

Digital Marketing (DIGIMA) mengoptimalkan *Search Engine Optimization* (SEO) untuk meningkatkan posisi dalam hasil pencarian. Penggunaan kata kunci yang tepat, struktur *Uniform Resource Locator* (URL) yang ramah mesin pencari, dan strategi *Digital Marketing* (DIGIMA) bergantung pada *Search Engine Optimization* (SEO) *Digital Marketing* (DIGIMA). Hal ini membuat konten penulis lebih mudah ditemukan oleh pengguna yang mencari informasi relevan. *Digital Marketing* (DIGIMA) juga menawarkan pemasaran berbayar seperti iklan *Pay Per Click* (PPC). Melalui kampanye iklan bertarget, *Digital Marketing* (DIGIMA) dapat menghasilkan lalu lintas lebih cepat dan memperluas audiensnya.

Analisis data hasil iklan digunakan untuk menyempurnakan strategi dan meningkatkan efektivitas kampanye. *Digital Marketing* (DIGIMA) menggunakan alat analisis web untuk memahami perilaku pengguna, jejak konversi, dan kinerja kampanye secara keseluruhan. Analisis ini membantu *Digital Marketing* (DIGIMA) mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan memastikan semua upaya pemasaran digital selaras dengan tujuan bisnis. Dengan pendekatan terpadu ini, *Digital Marketing* (DIGIMA) terus berinovasi dalam dunia pemasaran digital dan mempertahankan posisinya sebagai forum yang dinamis dan relevan di ruang online.

Fenomena lainnya adalah pentingnya pengoptimalan mesin pencari *Search Engine Optimization* (SEO) dalam pengerjaan artikel. Konten yang dioptimalkan untuk peringkat tinggi di hasil pencarian memiliki peluang lebih besar untuk ditemukan oleh khalayak yang lebih luas. Strategi penggunaan kata kunci yang tepat, judul yang menarik, dan struktur artikel yang ramah mesin pencari menjadi kunci dalam memastikan visibilitas dan popularitas artikel. Dengan munculnya algoritma yang semakin cerdas, para penulis di *Digital Marketing* (DIGIMA) perlu terus mengikuti tren *Search Engine Optimization* (SEO) untuk memaksimalkan dampak konten mereka dalam lingkungan digital yang terus berubah. Fenomena ini mencerminkan upaya penulis untuk tidak hanya memproduksi konten yang berkualitas tetapi juga memastikan bahwa konten tersebut dapat dijangkau oleh pembaca potensial.

Peneliti yang relevan dengan penelitian ini yaitu, (Pratama et al., 2021) yang meneliti tentang *Pelatihan Penulisan Artikel Populer untuk Menunjang Kenaikan Pangkat bagi Guru di SMAN 4 Bandar Lampung*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa artikel yang banyak diminati ini kemudian memiliki ciri khas agar kontennya dapat dengan mudah dipahami dan menarik bagi banyak orang, sehingga dalam pembuatannya menggunakan bahasa yang sederhana. Persamaan penelitian ini yaitu terletak pada cara penulis untuk mudah dipahami

oleh banyak orang dan memiliki daya tarik untuk dibaca. Perbedaan ditemukan pada artikel populer mungkin lebih berorientasi pada hiburan, mengandung unsur-unsur menarik, dan bisa mencakup berbagai topik yang populer di kalangan pembaca.

Peneliti yang sejenis juga telah diteliti oleh (Murtado et al., 2023) dengan penelitian *Pengaruh Penggunaan Media Digital Dalam Menulis Artikel Populer Pada Mata Kuliah Bahasa Indonesia*. Hasil penelitian berfokus kemampuan mahasiswa untuk menulis artikel populer akan membantu mereka masuk ke dunia kerja atau bekerja di bidang yang membutuhkan kemampuan komunikasi yang efektif. Persamaan penelitian ini menjelaskan pada upaya untuk menciptakan konten yang menarik dan relevan bagi pembaca. Namun penelitian tersebut memiliki perbedaan pada objek penggunaannya. Artikel populer pada umumnya lebih bersifat umum dan dapat mencakup berbagai topik yang sedang tren atau diminati masyarakat secara luas.

Penelitian lain yang berkaitan mencakup studi yang dilaksanakan oleh (Asropah et al., 2022) dengan penelitian *Peningkatan Kemampuan Menulis Ilmiah Dan Artikel Populer Untuk Guru Di SD Negeri 1 Jeruksawit*. Hasil penelitian menggambarkan literatur sains populer serta literatur ilmiah yang beralasan dan disajikan dalam bahasa yang dapat dimengerti masyarakat umum. Persamaan dari penelitian ini terletak pada esensi karya tulis ilmiah itu sendiri, di mana kedua bentuk penulisan ini memiliki dasar ilmiah yang kuat. Perbedaan dari penelitian tersebut ialah signifikan terletak pada gaya bahasa dan penyajian informasi.

Dari ketiga peneliti sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat kesamaan bahwa karya tulis artikel populer memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi populer kepada masyarakat umum. Sedangkan perbedaan diantara ketiga peneliti terdahulu muncul

dalam aspek-aspek tertentu, seperti penggunaan bahasa yang populer, media massa sebagai wadah, dan cakupan umum dari artikel tersebut.

Keberadaan *website Digital Marketing* (DIGIMA) sebagai *platform* artikel populer di tengah pesatnya perkembangan teknologi menimbulkan banyak pertanyaan menarik. Salah satu tantangannya adalah ketatnya persaingan memperebutkan perhatian pembaca di era digital. Mengingat tren yang berfluktuasi dan kecepatan perubahan informasi, tim editorial *Digital Marketing* (DIGIMA) harus memastikan aliran konten yang relevan dan menarik secara konstan. Selain itu, pertanyaan mengenai keakuratan informasi juga menjadi fokus, karena reputasi dan kepercayaan pembaca sangat bergantung pada kualitas konten yang disediakan. Bagaimana *Digital Marketing* (DIGIMA) menanggapi kebutuhan inovasi yang terus-menerus, dan bagaimana perusahaan menangani masalah kepercayaan pembaca yang terkadang meragukan, merupakan aspek penting yang patut dipertimbangkan dalam artikel tersebut.

Kegiatan pengerjaan artikel populer pada *website Digital Marketing* (DIGIMA) memiliki urgensi yang sangat besar dalam era digital ini. Artikel populer menjadi sarana efektif untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas dengan cara yang mudah dipahami. Dalam situasi di mana informasi bersirkulasi dengan cepat, *Digital Marketing* (DIGIMA) sebagai platform artikel populer memegang peran kunci dalam menyediakan konten yang relevan, informatif, dan menghibur untuk pembaca dari berbagai latar belakang. Pengerjaan artikel populer di *website Digital Marketing* (DIGIMA) juga memberikan kontribusi signifikan terhadap penyebaran wawasan dan pengetahuan di tengah masyarakat. Dengan memilih bahasa yang aksesibel dan gaya penulisan yang menarik, *Digital Marketing* (DIGIMA) mampu memperluas cakupan pembacanya, mencakup segmen masyarakat yang mungkin tidak tertarik pada materi yang disajikan secara klasik atau ilmiah. Dengan cakupan yang lebih luas,

komunikasi *digital marketing* dan bentuk barunya dapat menyebarkan iklan dengan lebih baik ke jangkauan yang lebih luas (Krizanova et al., 2019).

Menangani artikel populer di *website Digital Marketing (DIGIMA)* memerlukan sejumlah langkah strategis untuk memastikan kualitas, daya tarik, dan relevansi konten. *Digital Marketing (DIGIMA)* melakukan penelitian ekstensif untuk mengidentifikasi trend dan topik terkini yang menarik bagi pembaca kami. Proses ini meliputi analisis data pencarian, pemantauan media sosial, dan melakukan riset pasar untuk memahami preferensi audiens. *Digital Marketing (DIGIMA)* berupaya menyajikan artikel-artikel populer yang tidak hanya informatif dan relevan, tetapi juga memenuhi harapan pembaca kami dalam hal kreativitas dan daya tarik. Proses ini mencerminkan komitmen *Digital Marketing (DIGIMA)* dalam menghadirkan konten berkualitas tinggi yang memenuhi kebutuhan dan minat pembaca kami di era digital ini.

Artikel populer yang berkualitas tinggi memperkuat reputasi *Digital Marketing (DIGIMA)* sebagai sumber informasi yang andal dan menarik pada jumlah pembaca yang lebih besar dan interaksi yang lebih banyak. Kegiatan ini berdampak positif terhadap citra dan kepercayaan pembaca terhadap platform *Digital Marketing (DIGIMA)* itu sendiri. Mengingat tren dan dinamika minat pembaca yang berubah dengan cepat, membuat artikel populer di *website Digital Marketing (DIGIMA)* adalah kunci untuk tetap relevan dan kompetitif. Mengingat ketatnya persaingan di dunia maya, kewaspadaan dan kreativitas dalam menyajikan artikel-artikel populer akan membantu *website Digital Marketing (DIGIMA)* mempertahankan peran pentingnya sebagai pilihan utama bagi masyarakat yang mencari informasi bermanfaat, menarik, dan mudah dipahami.

1.2 Profil Perusahaan Praktik Kerja Profesional

CV Sanggar Indonesia merupakan suatu organisasi multifungsi yang sedang mengalami pertumbuhan, fokusnya terletak pada sektor pendidikan, pelatihan, dan pengembangan kursus multimedia interaktif untuk mendukung dunia pendidikan di Indonesia. Sanggar melakukan aktivitas pemasaran digital dan mengembangkan aplikasi berbasis IT, termasuk dalam hal pengembangan Aplikasi Web, Konten Kreator, dan Multimedia. CV Sanggar Indonesia didirikan dengan mengambil konteks dari pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. telah umum digunakan oleh berbagai kelompok, terutama di kalangan para guru, akademisi, dan profesional yang diharapkan untuk memiliki kemampuan yang memadai dalam menggunakan *Information and Communication Technology* (ICT) serta mengembangkan diri secara independen dan berkesinambungan (Sanggar Indonesia, 2020).

CV Sanggar Indonesia memiliki empat kantor yang beralamatkan di Perumahan Grand Pesona Pandanwangi Blok A2, D6, D20, dan Ruko No. 2 Gang Makam Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang. Memiliki Visi menjadi perusahaan yang berkembang di bidang IT Developer Aplikasi Web, *Content Creator* & Multimedia dan bermfaat untuk memenuhi kebutuhan di dunia pendidikan dan kepenulisan. Misi membangun bisnis dan pelayanan di bidang pendidikan, kepenulisan dan pelatihan dengan integrasi menyeluruh untuk memberikan manfaat dan layanan yang komprehensif kepada masyarakat (Sanggar Indonesia, 2020).

1.3 Rumusan Masalah

Dalam aktivitas berbasis masalah dari hal tersebut, dapat dibuat beberapa rumusan masalah yang diperlukan. dikaji terkait aktivitas berbasis masalah tersebut:

- 1.3.1 Bagaimana proses pengerjaan dan pengumpulan artikel populer pada *website Digital Marketing* (DIGIMA)?

1.4 Tujuan

Terdapat tujuan yang ingin tercapai dalam aktivitas berbasis masalah ini:

- 1.4.1 Mendeskripsikan proses pengerjaan dan pengumpulan artikel populer pada *website Digital Marketing (DIGIMA)*.

1.5 Manfaat

Merujuk dari tujuan aktivitas berbasis permasalahan di atas, terdapat dua manfaat dari penelitian, yakni manfaat teoretis dan manfaat praktis. Merujuk dari tujuan aktivitas berbasis masalah di atas, ada dua manfaat penelitian yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis mengerjakan artikel populer di *website Digital Marketing (DIGIMA)* mengenai mengerjakan artikel populer di *website Digital Marketing (DIGIMA)* dapat membantu mengembangkan keterampilan literasi digital dan pemasaran konten bagi para penulis. Dengan menganalisis tren dan preferensi pembaca, penulis dapat mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika audiens digital, mengasah keterampilan menulis mereka, dan merespons perubahan selera pembaca secara lebih efektif.

Hal ini memberikan kontribusi penting untuk meningkatkan keterampilan profesional penulis dan memperkaya pemahaman mereka tentang industri penerbitan digital. Manfaat praktis mengerjakan artikel populer di *website Digital Marketing (DIGIMA)* dapat membantu membangun jaringan profesional. Oleh karena itu, mengerjakan artikel populer di *website Digital Marketing (DIGIMA)* tidak hanya memberikan manfaat praktis langsung, tetapi juga membuka pintu menuju pertumbuhan pribadi dan profesional. Hal ini menciptakan lingkungan dunia maya yang kaya akan wawasan dan pengetahuan, memberikan manfaat positif bagi seluruh komunitas pengguna.