



Empat Tren Utama Pemasaran Digital 2018

Digital marketing di tahun ini akan kian menarik. Infrastruktur jaringan internet 4G yang meluas akan mendorong perluasan jumlah pengguna paket data.



TUHU NUGRAHA DEWANTO
Digital Expert & CEO Upnormalis Pingfans,
situs web | tuhunugraha.com; IG | @tuhunugraha

ADA BEBERAPA TREN yang akan marak di 2018, di mana tren pemasaran digital tidak bisa lepas dari kesiapan infrastruktur, yaitu kecepatan koneksi internet. *Digital marketing* juga dipengaruhi oleh gawai (*gadget*) yang digunakan oleh sebagian besar konsumen. Berikut empat tren pemasaran digital yang akan terjadi di tahun 2018 ini.

1 Video Live Streaming
Koneksi internet yang lebih stabil dan cepat akan mendorong

lebih banyak aktivasi menggunakan *live streaming*, hal ini juga dimungkinkan dengan hampir semua media sosial yang populer seperti Facebook, Twitter, Youtube, hingga Instagram mempunyai fitur *live streaming*. *Live streaming* membuat integrasi pemasaran digital dan kegiatan *below the line* (BTL) menjadi lebih ampuh.

BTL punya kekuatan interaksi yang sangat bagus, dan lebih diingint oleh konsumen, tapi jangkauannya terbatas. Dengan adanya

kemampuan *live streaming*, jangkauan program BTL bisa menjadi sangat luas, dan interaktif

Kegiatan *live streaming* tidak hanya akan berhenti sampai dengan *live streaming* menggunakan ponsel, tetapi juga menggunakan kamera profesional sehingga kualitas gambar yang dihasilkan lebih bagus. Saya sudah melihat mulai bermunculan vendor rumah produksi yang spesialisasi untuk melakukan *live streaming* berbagai kegiatan, utamanya untuk aktivasi kegiatan BTL brand.

Ini tentunya akan membuat sebuah acara atau kegiatan menjangkau lebih banyak audiens, dibandingkan sebelumnya, dan tidak terbatas hanya ditonton orang Indonesia. Brand bisa melakukan amplifikasi kegiatan BTL dengan teknologi *live streaming* yang terkoneksi ke Facebook atau Youtube untuk menjangkau audiens di seluruh dunia.

Hal itu dulu hanya bisa dilakukan melalui siaran langsung



oleh televisi. Sementara siaran langsung televisi mempunyai beberapa kelemahan, antara lain biaya yang sangat mahal dan daya jangkauannya terbatas, hanya di Indonesia. Dengan adanya *live streaming*, semua kegiatan bisa disiarkan langsung dengan biaya yang jauh lebih murah.

2 Augmented Reality

Augmented reality (AR) juga diperkirakan akan makin menjamur di tahun ini. Saya melihat beberapa *brand* yang sudah bersiap meluncurkan AR tahun ini. Hal ini dimungkinkan karena penetrasi ponsel pintar sudah semakin besar, dan spesifikasinya juga lebih mumpuni, sehingga bisa memproses AR yang membutuhkan spesifikasi gawai cukup tinggi.

Di sisi lain, kita bisa melihat media sosial semacam Instagram juga mengeluarkan fitur AR di InstaStory yang ternyata langsung disambut antusias oleh pengguna Instagram. Fitur ini memang sedang marak digunakan oleh konsumen, karena lebih interaktif, dan personal.

Beberapa *brand* seperti-nya tertarik untuk membuat AR, karena bukan hanya bisa dikaitkan dengan interaksi dengan *brand*, tetapi juga meningkatkan penjualan misalnya dengan memasukkan kartu khusus, atau AR di kemasan produk.

Namun yang perlu diingat, agar bisa menarik minat konsumen, *content* AR pun harus menarik. Akan semakin marak *brand* yang mencoba AR sehingga *augmented reality* bukan lagi sesuatu yang "wow" bagi konsumen. Mereka akan tertarik membeli produk yang punya AR jika *content*-nya sangat menarik, dan dibutuhkan oleh konsumen,

3 Virtual Reality

Tahun 2017 lalu didominasi oleh *booming video*, maka saya memprediksi tahun ini pemasaran digital akan lebih dari sekedar video. *Virtual reality* (VR) akan semakin *booming* karena konsumen membutuhkan pengalaman yang lebih "wow". Di sisi lain perangkat untuk menikmati video VR pun juga makin murah, dan vendor yang bisa membuat video dengan VR ini semakin banyak.

VR bisa menjadi *gimmick* standar di setiap kegiatan BTL

AI sudah mulai terlihat menggeliat di sektor *fintech*, misalnya untuk membuat *credit rating*. Lalu industri periklanan memanfaatkannya untuk *programmatic advertising*.

yang dilakukan oleh *brand*. VR akan memberikan pengalaman yang lebih nyata bagi konsumen, ketika perusahaan ingin mempromosikan produknya.

4 Artificial Intelligence (AI) dan Personalisasi

Hal yang paling penting menurut saya akan terjadi di 2018 adalah personalisasi dalam berbagai bidang karena maraknya *artificial intelligence* (AI). AI sudah mulai terlihat menggeliat di sektor *fintech*, misalnya untuk membuat *credit rating*. Lalu industri periklanan memanfaatkannya untuk *programmatic advertising*. Layanan untuk pelanggan (*customer care*) juga akan digantikan oleh *chatbot* yang memanfaatkan AI untuk berinteraksi dengan konsumen, misalnya dalam merespon keluhan, dan menjawab pertanyaan. Bahkan AI, melalui *chatbot*, dapat menjadi asisten konsumen dalam memutuskan pembelian.

Akhir tahun ini sudah mulai terlihat beberapa *brand* yang

memperkenalkan *chatbot* untuk layanan konsumen. Bahkan saya bertemu dengan beberapa vendor yang sudah membuat *template chatbot* yang cocok untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Tren ini juga disuburkan dengan adanya *big data* yang dikumpulkan oleh berbagai perusahaan. Perusahaan telekomunikasi dan perusahaan *startup* digital saling mengintegrasikan data agar bisa membaca perilaku audiens sebagai sebuah kategori, atau bahkan perilakunya sebagai

individu. Lalu dari sana, informasi yang diperoleh diolah menjadi personalisasi iklan, *content*, dan sebagainya, ke audiens

Saya berjumpa dengan sebuah perusahaan penyedia *credit rating*, yang membuat *rating* kelayakan kredit berdasarkan data dari perusahaan telekomunikasi. *Rating* didasarkan pada perilaku dan pengeluaran per bulan untuk telekomunikasi. Perusahaan *fintech* lainnya yang bergerak di bidang kredit UKM, membuat AI-nya sendiri untuk menentukan kelayakan kredit seseorang. Lalu ada perusahaan *programmatic advertising* yang bisa melakukan *targeting ads* berdasarkan jumlah penghasilan, karena mereka sudah bekerjasama dengan beberapa perusahaan *head hunter*.

Itulah prediksi tren pemasaran digital atau *digital marketing* di tahun 2018 ini. Manakah yang sesuai untuk perusahaan Anda? Atau akan diimplementasikan segera di perusahaan Anda? 📌