



Pemasaran Immersive Jadi Kunci di Era 6.0

SLEMAN (MERAPI) - Pemasaran immersive menjadi kunci bagi perusahaan yang ingin tetap relevan di era digital yang terus berkembang. Pendekatan ini menekankan pengalaman mendalam dan interaktif bagi konsumen melalui pemanfaatan teknologi canggih.

Hal tersebut diungkapkan praktisi pemasaran digital yang merupakan Founder Bina Berkarya, Satya Bilal, dalam Extension Course bertajuk 'Mengorkestrasi Pengalaman Manusia dan Teknologi Cerdas dalam Pemasaran 6.0' yang digelar Program Studi Magister Ilmu Komunikasi (Mikom) UPN Veteran Yogyakarta di Ruang Public Relations Kampus II Babarsari, Jumat (17/4). Pada kesempatan tersebut, Satya memaparkan tentang evolusi pemasaran era 6.0 serta teknologi pendukung metamarketing.

Satya menjelaskan, pemasaran kini tidak lagi sekadar berfokus pada produk, tetapi telah berkembang menjadi pengalaman yang menyeluruh bagi konsumen. Perubahan ini dipengaruhi

oleh kemajuan teknologi serta perubahan perilaku pelanggan yang semakin dinamis.

"Tahapan awal, marketing 1.0 menitikberatkan pada produk atau product-centric. Selanjutnya, marketing 2.0 mulai mengarah pada kebutuhan pelanggan (customer-centric). Perkembangan berlanjut pada marketing 3.0 yang menekankan nilai kemanusiaan, di mana brand tidak hanya menjual produk, tetapi juga nilai sosial dan

moral," urainya.

Memasuki era digital, marketing 4.0 mengintegrasikan pemasaran online dan offline. Sementara itu, marketing 5.0 mulai memanfaatkan kecerdasan buatan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal dan berbasis data. "Kini, dunia pemasaran memasuki fase marketing 6.0 yang dikenal sebagai immersive marketing, yaitu pendekatan yang menggabungkan teknologi untuk

menghadirkan pengalaman yang lebih mendalam dan interaktif bagi konsumen," tegas Satya.

Untuk mendukung konsep tersebut, terdapat lima teknologi utama yang menjadi fondasi metamarketing, yaitu Internet of Things (IoT) untuk pengumpulan data, Artificial Intelligence (AI) untuk pengolahan data, Spatial Computing untuk pemodelan pengalaman, Virtual Reality (VR) untuk menciptakan pe-

ngalaman imersif, serta Blockchain untuk mendukung infrastruktur yang aman dan transparan. Melalui integrasi teknologi, pemasaran di masa depan diprediksi akan semakin personal, interaktif, dan berbasis pengalaman, sehingga mampu menjawab ekspektasi konsumen yang terus berkembang.

Program ekstensi yang digelar Mikom UPN Veteran Yogyakarta juga dihadiri Wakil Walikota Yogyakarta, Wawan Harmawan. Ia menekankan bahwa mereka yang berlatarbelakang ilmu komunikasi harus mampu mengubah setiap persoalan menjadi peluang atau setidaknya tantangan yang bisa dihadapi secara strategis. "Dalam situasi yang terus berkembang, dibutuhkan sikap oportunistik dalam arti positif, yakni mampu melihat celah dan potensi di balik setiap kondisi yang ada," ucapnya.

Wawali juga menyoroti era saat ini yang ditandai dengan kecepatan, digitalisasi, dan perkembangan kecerdasan buatan (AI). Karena itulah, setiap individu dituntut un-

tuk adaptif dan cakap dalam mengolah teknologi tersebut, agar mampu merespons perubahan dengan tepat dan tetap relevan di tengah dinamika zaman.

Sementara itu, Koorprodi Mikom UPN Veteran Yogyakarta, Assoc Prof Dr Edwi Arief Sosiawan SIP MSi CI-IQA CIAR CPM (Asia) menyampaikan, Prodi Mikom UPN Veteran Yogyakarta hingga kini masih mempertahankan sistem pembelajaran luring sebagai salah satu kekuatan utama. Meskipun di tengah arus digitalisasi, minat pendaftar untuk prodi ini tetap tinggi. Hal tersebut terlihat dari jumlah pendaftar yang besar, namun hanya sekitar 20 dari 80 calon mahasiswa yang dapat diterima, menunjukkan tingginya tingkat selektivitas di kampus bela negara.

"Mikom UPN Veteran Yogyakarta telah meraih akreditasi internasional dari FIBAA yang berbasis di Jerman, sebuah capaian penting yang memberikan kesempatan lulusannya bekerja di institusi 59 negara di Eropa dan Australia," bebarnya. (Unt)



Foto bersama pada penyerahan cinderamata dalam program ekstensi Mikom UPN Veteran Yogyakarta. MERAPI-Amin Kuntari

Instansi	Nilai Berita	Sifat	Tindak Lanjut
1. Wakil Walikota	Netral	Biasa	Untuk Diketahui

Yogyakarta, 19 Mei 2026

Kepala

Ig. Trihastono, S.Sos. MM

NIP. 19690723 199603 1 005