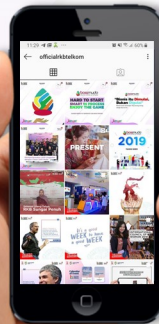


SOCIAL MEDIA

“Bagaimana Membuat Media Sosial Menjadi Menguntungkan?”



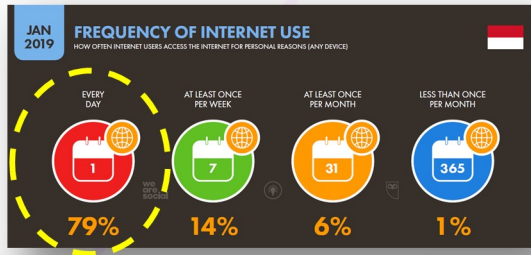
FORMULA KREATIF BERBISNIS ALA RUMAH KREATIF BUMN TELKOM



SOCIAL MEDIA

Media promosi yang digunakan penjual untuk **menawarkan produknya** secara langsung **kepada konsumen**. Dapat juga digunakan sebagai media untuk berhubungan langsung dengan konsumen seperti melibatkan opini konsumen terhadap produk.

“Kenapa **SOCIAL MEDIA** Penting ?”



<https://andi.link/hoosuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>



Internet dan media sosial sudah menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat Indonesia. Sebagian besar masyarakat Indonesia menggunakannya **setiap hari**.

Ada banyak platform social media yang tersedia, antara lain : **facebook, Instagram, youtube, whatsapp, dan line**

Cara Melakukan Pemasaran **SOCIAL MEDIA**

Campaign

- Menentukan **tujuan yang ingin dicapai** (memberikan informasi, melakukan engagement, melakukan promosi, etc)
- Mengetahui **konsumen mana yang ditargetkan** (Millenials/Matures)

Channel

- **Memilih media sosial yang digunakan** (tergantung pada konsumen yang ditargetkan)

Content

- **Memilih konten** yang akan digunakan untuk melakukan pemasaran.



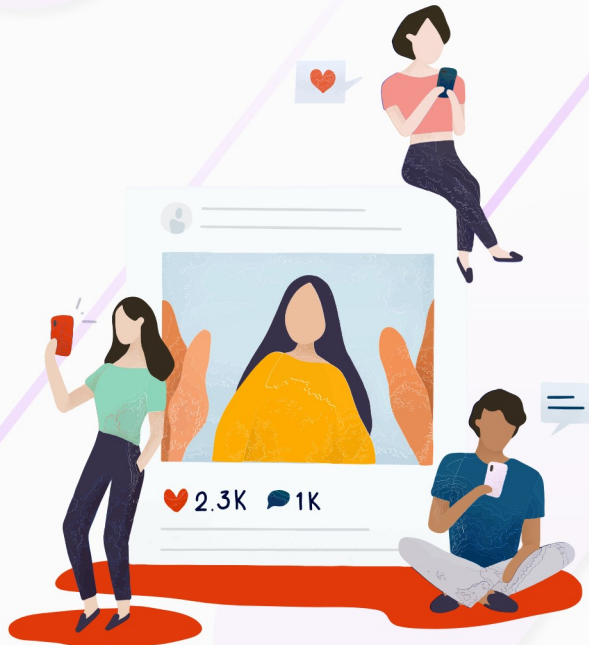
SOCIAL MEDIA Yang Cocok Untuk Bisnis Anda



Remaja/Pekerja Muda (Millenials)
Youtube, Instagram, Line



Audiens Orang Tua (Ibu-Ibu, Bapak-Bapak)
Facebook, Whatsapp



Tips dan Trik
Membuat Konten
SOCIAL MEDIA

“Membuat *Guideline* Untuk Pengelolaan **SOCIAL MEDIA**”

Specific Procedure

A. Posting

- Waktu *upload* foto atau video adalah saat *prime time* yaitu pukul 11.00-13.00 dan/atau 19.00-21.00.
- *Pergantian feeds instagram dilakukan* saat *feeds* sebelumnya sudah *berjumlah* 15 foto.

B. Konten

Pembagian konten tiga baris feeds instagram adalah sebagai berikut :

- **Baris foto 1 (Kanan)**; merupakan baris konten **informatif**. Dapat berisi informasi-informasi ringan dan fakta menarik mengenai lingkungan.
- **Baris foto 2 (Tengah)**; merupakan baris konten **perusahaan**. Dapat berupa *sharing* kegiatan yang dilakukan (workshop, meeting, dsb), *profil perusahaan klien*, dsb.
- **Baris foto 3 (Kiri)**; merupakan baris konten **informatif**. Dapat berisi informasi-informasi ringan dan fakta menarik mengenai lingkungan.

NB : konten dapat berupa foto maupun video. Social Media Officer bebas menentukan *feeds* dan font yang digunakan untuk gambar.

Contoh SOP (*guideline*)

Guideline dibutuhkan untuk dapat mengelola media sosial yang konsisten dan sesuai. Dengan adanya *guideline*, postingan akan lebih rapih dan memiliki tujuan yang jelas

“Membuat Kalender/Jadwal Posting **SOCIAL MEDIA**”

Bulan	Tanggal	Konten	Media Sosial
Juli	1-9	Feeds 1 (Coming Soon)	Instagram
	1.3.5	Upload Coming Soon+Fun Fact	Facebook
	7	Artikel dari Website	Facebook
	10	Pengenalan produk Batch 1. pemberitahuan promosi di Instagram stories	Facebook
	10-18	Feeds 2 (Pengenalan Produk Batch 1)	Instagram
	10	Voucher diskon produk batch 1 untuk 20 pembeli pertama	Instagram (Stories)
Dst.	Dst.	Dst.	Dst.

Contoh Jadwal Posting

Untuk mengoptimalkan sosial media anda, penting untuk membuat **jadwal posting** konten yang menyeluruh dalam kurun waktu tertentu. Selain itu, penting juga untuk menambahkan informasi di **social media** mana konten tersebut akan di **posting**. Jadwal semacam ini membuat anda lebih konsisten untuk memposting hal baru di social media.

“Buatlah Konten yang Menarik”

Saat ini hampir semua brand memiliki social media. Sehingga muncul istilah “content is king”. Konten yang menarik akan membuat pembaca berinteraksi dengan social media kita, yang diharapkan berlanjut ke transaksi penjualan.

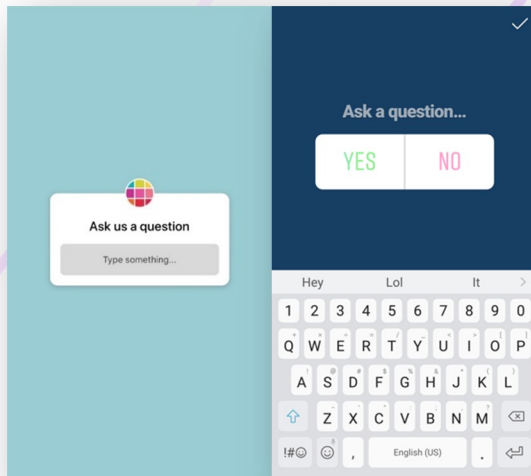
Konten bisa berupa games, foto, video, atau informasi menarik lainnya.



Gambar yang memiliki isi yang menarik dan *eyecatching*

Caption dengan bahasa yang persuasif dan menyenangkan

“Gunakan **SOCIAL MEDIA** Untuk Berinteraksi Dengan Customer Anda”



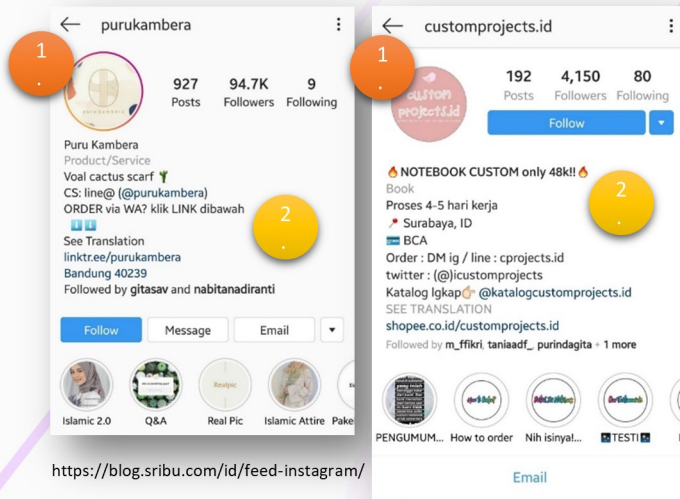
Social media adalah media yang cocok untuk anda berinteraksi dengan customer anda. Dapat berupa question di Instagram, kolom komentar di facebook dan youtube, atau pertanyaan langsung di social media chatting semacam line/whatsapp.



FEEDS IS EVERYTHING

Tips Membuat Konten/Feeds Instagram

“Gunakan Foto Profil dan Bio yang Menarik”

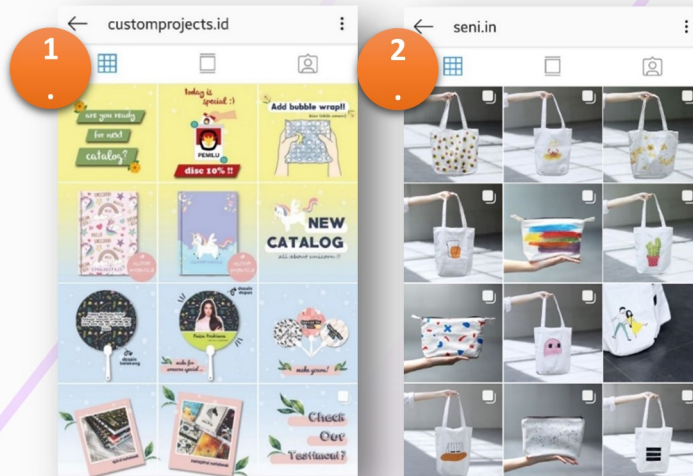


Beri foto profil dan bio Instagram yang mencerminkan bisnis anda.

1. **Gunakan foto profil berupa logo brand** sehingga orang lebih mudah untuk mengingatnya.
2. **Buatlah bio yang mudah dipahami** namun menjelaskan secara detail tentang akun Instagram tersebut. Agar dapat memudahkan seseorang ketika ingin membeli produk anda maka **cantumkan kontak pemesanan atau alamat website**

<https://blog.sribu.com/id/feed-instagram/>

“Pilih Tema Feed IG-mu!”



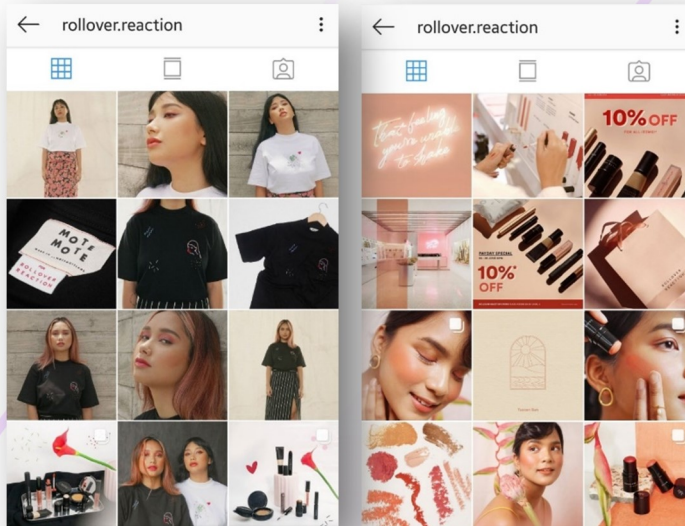
<https://blog.sribu.com/id/feed-instagram/>

Memiliki **tema khusus** untuk feeds instagram tentu saja akan lebih menarik sehingga *followers* dapat meningkat dan membuat mereka terus melihat-lihat isi akun tersebut.

Beberapa contoh tema feeds Instagram :

1. Tema warna pastel dan *colorful*
2. Tema foto yang simple dan menunjukkan estetika

“Upload Gambar dengan Warna Senada”

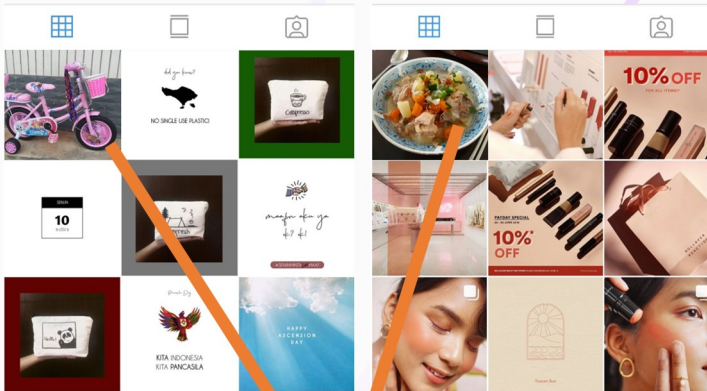


<https://blog.sribu.com/id/feed-instagram/>

Memilih warna yang senada akan membuat tampilan Instagram lebih rapi dan lebih professional. Warna feeds Instagram yang menarik dan selaras akan memanjakan mata para *followers* anda.

Feeds instagram bisa disesuaikan dan dapat diganti misalkan setiap 3 baris dengan warna feeds yang berbeda supaya *followers* instagram tidak bosan.

“Jangan seperti ini ya!”



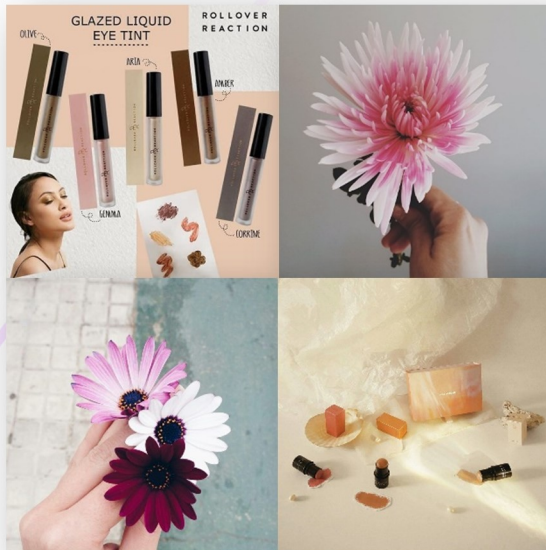
Merusak feed instagram

Feed yang dibuat harus konsisten baik dari segi warna, susunan gambar/foto, dan sebagainya. **Foto yang tidak selaras dengan susunan foto sebelumnya akan merusak keindahan dari feeds instagram itu sendiri sehingga tidak menarik lagi bagi followers.** Hindari hal hal seperti :

1. Upload foto anak
2. Upload foto kegiatan sehari hari yang tidak berhubungan dengan bisnis
3. Upload foto perjalanan, dll

Jika ingin posting foto yang sifatnya pribadi, akan lebih baik jika membuat Instagram terpisah.

“Pilih Foto dengan Kualitas Terbaik”



<https://blog.sribu.com/id/feed-instagram/>

Pengguna Instagram sangat menyukai **foto yang jernih, tajam, memiliki resolusi tinggi dan mengandung unsur seni fotografi.**

Ukuran foto yang pas dengan bingkai instagram akan menambah daya tarik pengguna instagram untuk melihat akun kita lebih lama.

Bahasan lebih lanjut mengenai fotografi dapat anda simak di modul intermediate, “Fotografi Produk”



GOOD CONTENT GOOD POST!

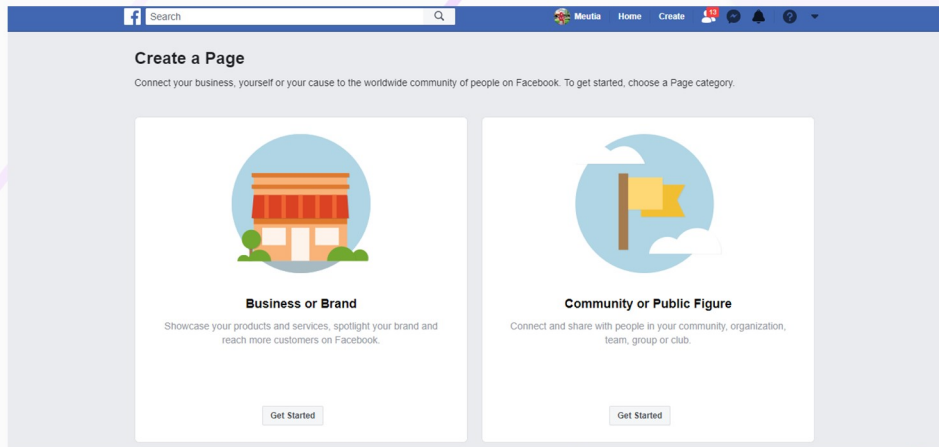
Tips Membuat Konten Facebook Page

“Facebook Personal Page”



Facebook *personal* terbatas hanya bisa menampung **5000 friends**, lain halnya dengan facebook *page* yang bisa menampung *friends* dalam bentuk *like* tidak terbatas. Namun, jika anda ingin membuat keduanya akan lebih baik.

“Sudah Buat Facebook Page?”



Untuk membuat Facebook Page, pilih **kategori yang tepat**. Setiap kategori dapat memberikan fitur yang berbeda. Untuk UKM disarankan memilih kategori **“Business or Brand”**

Foto Profil : gunakan logo dengan resolusi tinggi, jangan gunakan gambar yang buram

Gunakan nama *brand*. Singkat, maksimal 2-3 kata.

About

HOURS

- Always Open

Mission

to be a reliable best friend for all couples in providing quality products for jewelry.

CONTACT INFO

- Call (021) 3500482
- m.microorjewelry
- sales.id@orori.com
- http://www.orori.com

MORE INFO

- About
- Online since 2004 for 13 years ORORI has grown the largest online jewelry market
- Company Overview
- Founded in 2004 and online since 2012 for 13 years ORORI has grown the largest online retailer for wedding rings, gold



Cover: gunakan gambar yang menarik dengan resolusi tinggi, jangan gunakan gambar yang diambil dari internet

About: jelaskan bisnis anda dengan singkat, hilangkan kata yang bertele-tele

Lengkapi informasi lainnya



MEMBUAT POST YANG MENARIK Di FACEBOOK PAGE

“Gunakan Teks, Gambar & Video”

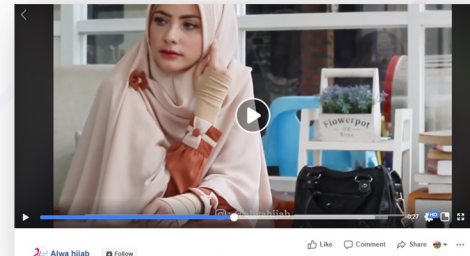
Teks

- Tidak berdiri sendiri (dibarengi gambar, video, atau link).
- Batasi teks sekitar **100 sampai 250 karakter**.



Video

- Video merupakan media yang sangat kuat untuk mengiklankan produk
- Pastikan video diupload di Facebook Page, karena akan mendapatkan lebih banyak jangkauan, komentar, like, dan share dibandingkan link dari Youtube.



<http://panduanim.com/facebook-marketing/>

“Gunakan Teks, Gambar & Video”

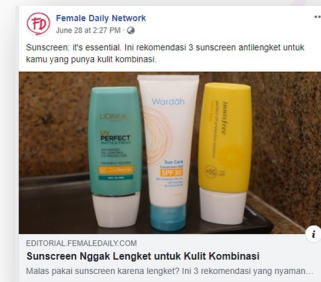
Gambar/Foto

- Ukuran gambar yang digunakan sebaiknya persegi atau mendekati persegi.
- Gambar/Foto harus menarik bagi pembaca dan mengandung informasi yang lengkap



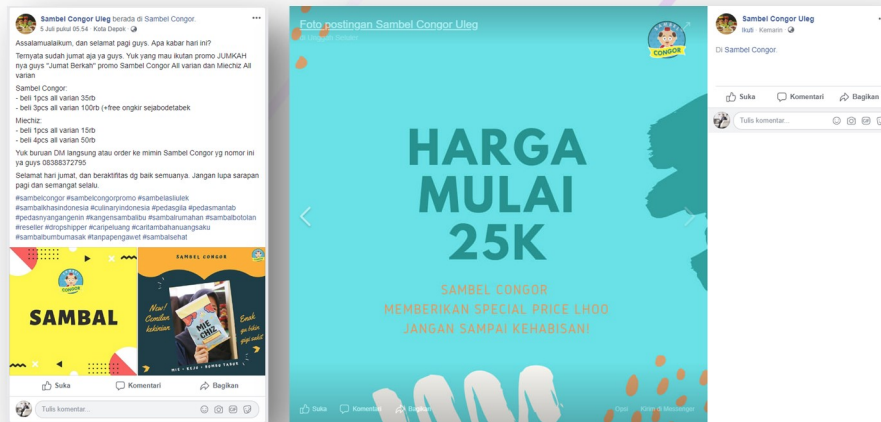
Link (Opsional)

- Bagikan tautan/link konten website anda di dalam Facebook Page anda.
- Cocok digunakan ketika anda ingin menjelaskan kepada customer anda sesuatu yang lebih mendetil



<http://panduanim.com/facebook-marketing/>

“Jenis post mana yang terbaik?”



- Apabila konten hanya **berupa informasi singkat**, hiburan, pemberitahuan, dan sejenisnya, maka gunakan **foto atau video**.
- Tapi kalau **bobotnya tinggi**, bisa terbitkan di **website** sendiri kemudian **post link-nya ke Facebook Page** anda.

Post di media sosial, termasuk Facebook, pada umumnya tidak bisa terlalu berbobot. Gambar hanya mengandung sedikit informasi, demikian pula dengan teks. Bahkan video di Facebook rata-rata hanya dilihat kurang dari 30 detik.

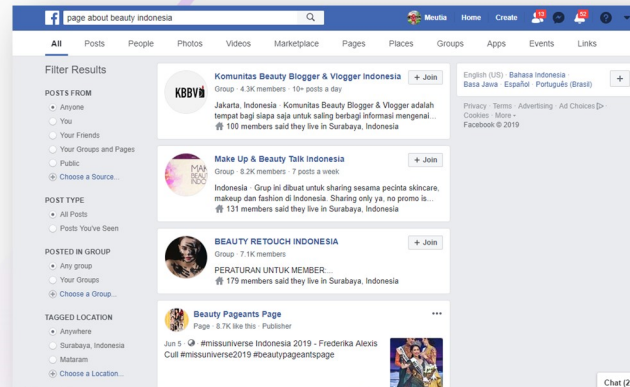
“Sudah Post Bagus-Bagus, Masih Sepi?”

Mungkin belum ada yang kenal anda?

Untuk bisa membuat orang lain mengenal bisnis anda, maka anda yang harus masuk ke tempat yang banyak orangnya, yaitu **grup**.

Untuk mencari grup yang sesuai dengan bisnis anda, gunakan salah satu kata kunci berikut:

- “groups named [nama industri]”
- “groups about [nama industri]”
- “groups joined by people who like [industri/page/kata kunci lain]”



Ciri-ciri grup yang bagus:

- Sering ada tanya jawab
- Setiap post banyak like/komentarnya
- Membrernya sering berbagi informasi berupa teks/gambar/link
- Tidak ada post yang tidak berhubungan.

“Sudah Ramai? Jangan Pasif !”

Aktiflah untuk berkomunikasi dengan pengikut Facebook Pages anda.

Bagikan diskon atau bonus khusus untuk pelanggan

Gunakan timing yang tepat untuk membagikan informasi kepada audiens

Buat percakapan dan komunikasi dengan audiens melalui postingan, komentar ataupun yang lainnya.



Untuk mendukung promosi, bagikan diskon, bonus, atau lainnya dan sertakan cara penukaran, kapan promosi berakhir, dan syarat-



Bisa disesuaikan dengan event atau moment spesial seperti ulang tahun, hari raya, ataupun tahun baru.



Terima Kasih