



MEDIA SOSIAL DAN IKLAN MEDIA SOSIAL



Presentation by:

Hanif Zaidan Sinaga, S.E., M.M.S.I.,

CDMS., CCC

Universitas Ibn Khaldun Bogor

Fakultas Ekonomi & Bisnis

Bisnis Digital

DAFTAR ISI

- Pendahuluan
- Platform Media Sosial
- Iklan Media Sosial
- Menyusun Kampanye Iklan di Media Sosial
- Analisis dan Pengukuran
- Tantangan dan Tren Masa Depan
- Penutup



PENDAHULUAN

Apa Itu Media Sosial?

Media sosial adalah media online apa pun yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi satu sama lain dalam berbagai cara. Ada berbagai hal yang bisa dilakukan di media sosial, mulai dari berbicara dengan orang lain hingga menerbitkan artikel, gambar, dan video. Selama 24 jam, semua pengguna memiliki akses ke berbagai konten yang dibagikan.



Perkembangan Media Sosial



Awal 2000-an: Awal Mula Media Sosial

Friendster (2002) menjadi salah satu platform media sosial pertama yang populer di Indonesia. Platform ini memungkinkan pengguna untuk membuat profil, menambah teman, dan berbagi konten sederhana.



Pertengahan 2000-an: Peralihan ke Platform Baru

Pada era ini mulai masuknya Facebook ke Indonesia yaitu sekitar tahun 2006-2007. Facebook menawarkan fitur yang lebih lengkap dibandingkan aplikasi sosial media sebelumnya.



Awal 2010-an: Dominasi Media Sosial Global

Pada era ini muncul Instagram dengan YouTube. Meskipun YouTube diluncurkan pada tahun 2005 namun baru mulai mendapatkan perhatian signifikan di Indonesia pada awal 2010-an.

Perkembangan Media Sosial



Pertengahan 2010-an: Peningkatan
Penggunaan dan Diversifikasi
Platform

Pada era ini WhatsApp menjadi aplikasi
pesan instan paling populer di
Indonesia, menggantikan SMS dan
aplikasi pesan lainnya



Akhir 2010-an hingga Sekarang: Era
Mobile dan Video

Di era ini muncul beberapa aplikasi
seperti snapchat, pinterest dan juga
TikTok yang mendapat popularitas
besar di Indonesia sejak 2018



Pengaruh Pandemi COVID-19

Saat pandemi covid-19 media
sosial mengalami peningkatan
yang signifikan, mulai dari belajar,
bekerja bahkan berbelanja bisa
dari rumah saja

Pentingnya Medsos dalam Pemasaran Digital



Memiliki Jangkauan Luas

Interaksi Langsung Dengan Pelanggan

Kreativitas dalam Konten

Adanya Data Analitik

Pemasaran yang Tersegmentasi

Jenis-jenis Media Sosial

Sosial Networking

Social networking merupakan sarana yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi, termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia virtual. Contoh dari jaringan sosial adalah Facebook, Instagram dsb.



Jenis-jenis Media Sosial

Blog

Blog adalah memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan sebagainya.

Microblogging

Microblogging adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya.



Jenis-jenis Media Sosial

Social Bookmarking

Media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan juga mencari suatu informasi atau berita secara online. Situs social bookmarking yang populer yaitu Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, di Indonesia sendiri yaitu LintasMe.



Wiki

Wiki atau media konten bersama merupakan sebuah situs di mana kontennya merupakan hasil dari kolaborasi para pengguna. Setiap pengguna web dapat mengubah atau menyunting sebuah konten yang sudah dipublikasi



PLATFORM MEDIA SOSIAL

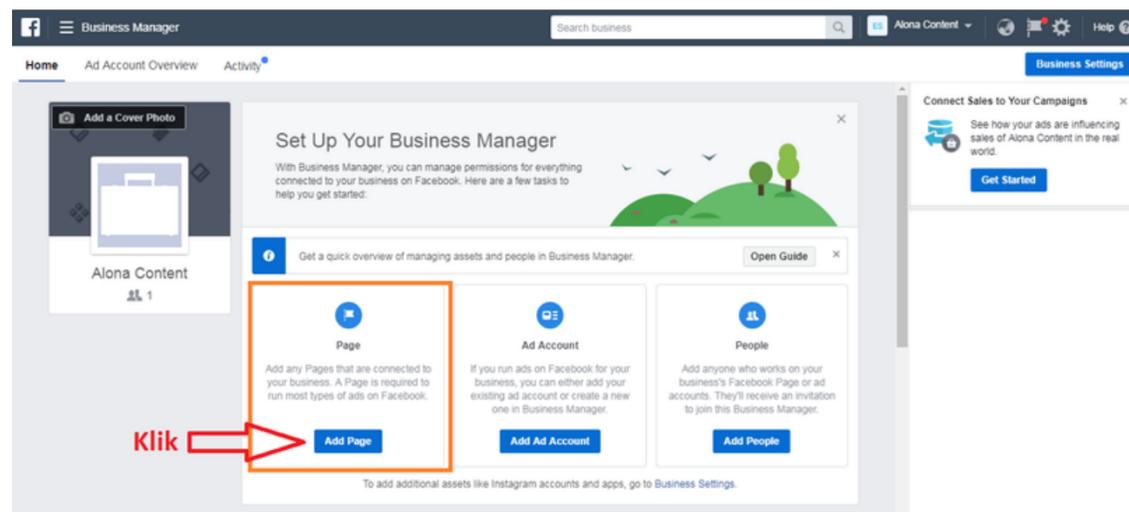
Facebook

Facebook

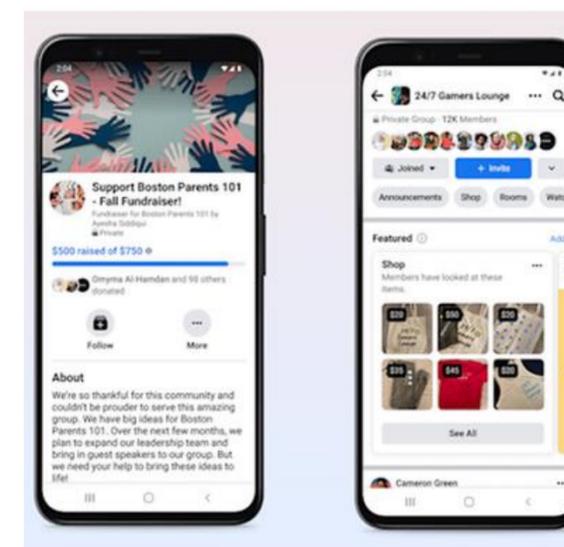
Facebook adalah platform media sosial terbesar di dunia dengan lebih dari dua miliar pengguna aktif bulanan. Platform ini menawarkan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan untuk pemasaran.

Fitur>>

Iklan Berbayar



Halaman Bisnis



Grup



Instagram

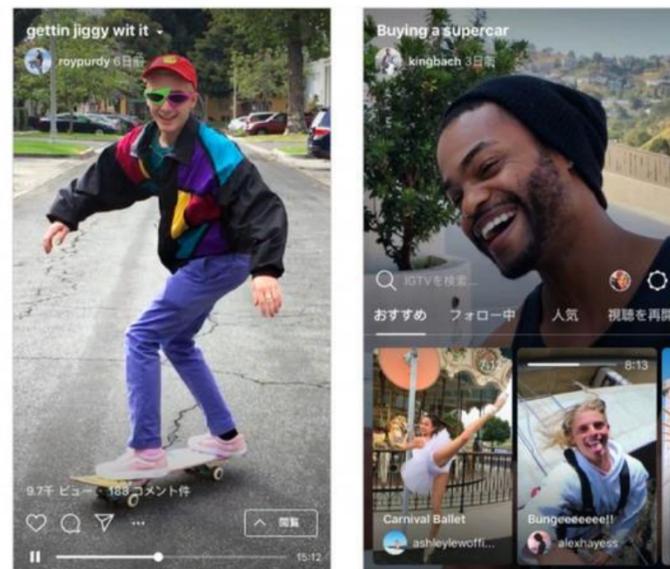
Instagram

Instagram adalah platform berbagi foto dan video yang sangat populer, terutama di kalangan generasi muda. Instagram menawarkan beberapa fitur yang dapat dimanfaatkan untuk strategi pemasaran

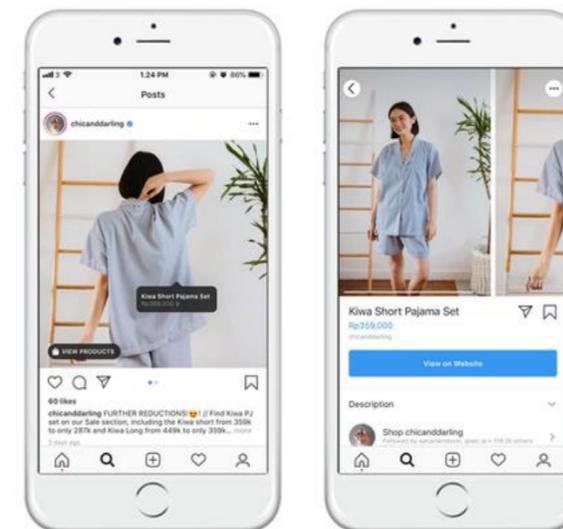
Fitur>>



Stories



IGTV



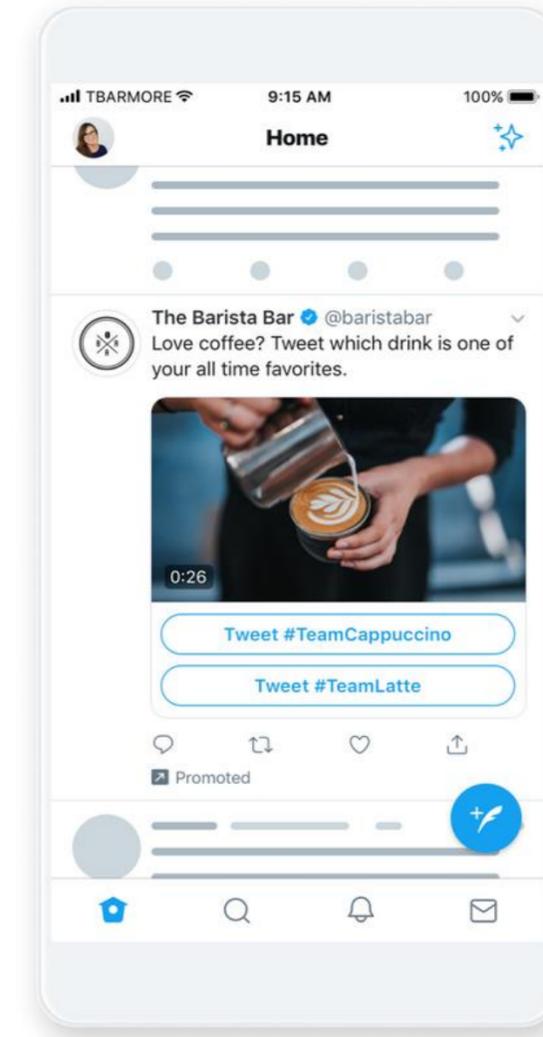
Shopping

Twitter

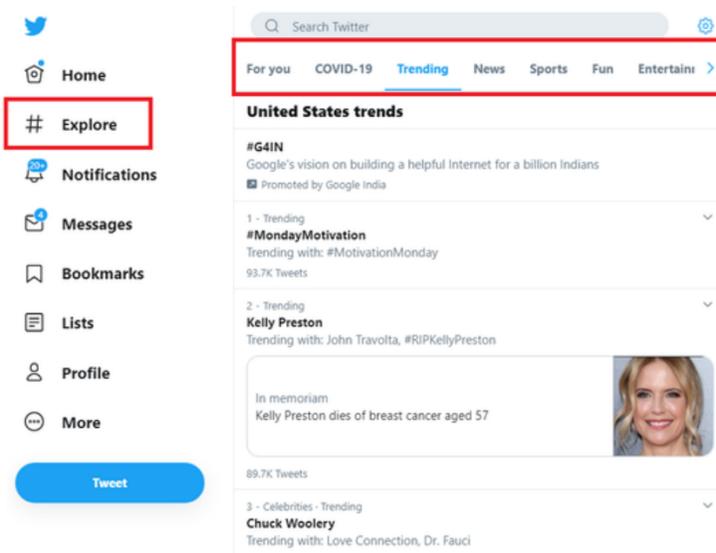
Twitter

Twitter adalah platform microblogging yang memungkinkan pengguna untuk mengirim dan membaca pesan singkat yang disebut "tweet." Fitur yang bermanfaat untuk pemasaran di Twitter antara

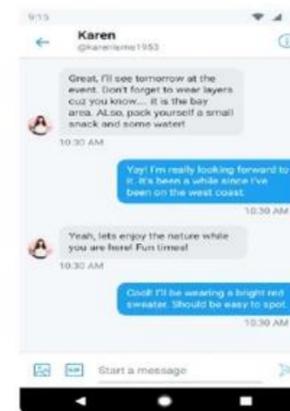
Fitur>>



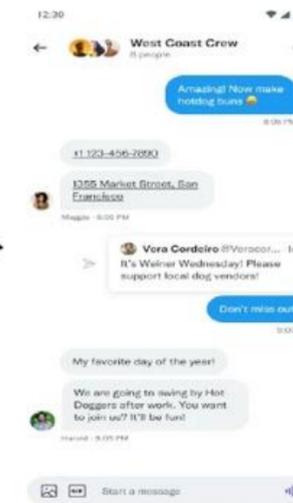
Promoted Tweets



Hashtags



Twitter



LinkedIn

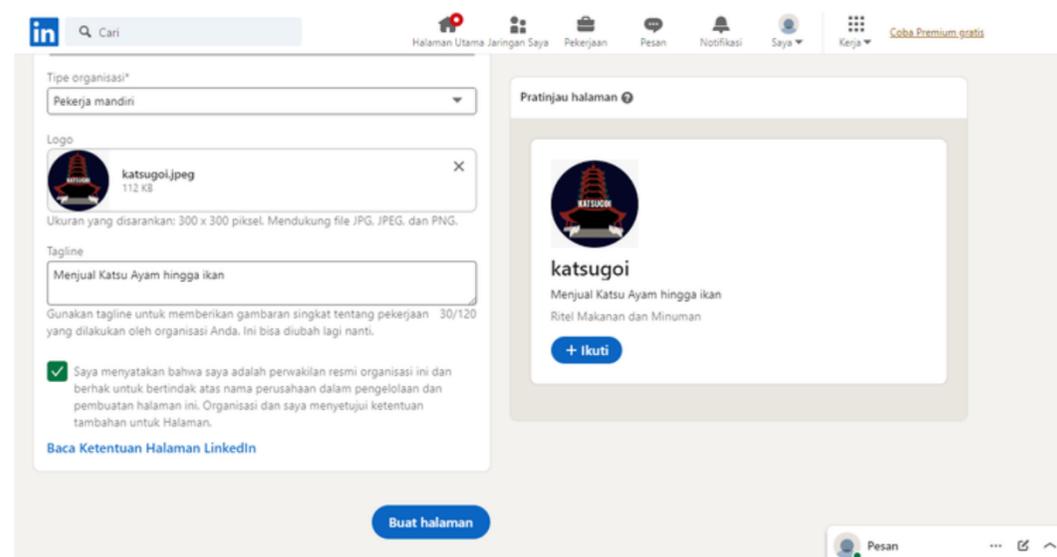
LinkedIn

LinkedIn adalah platform jejaring sosial profesional yang digunakan untuk mengembangkan karier, jaringan profesional, dan mempromosikan bisnis. Fitur yang dapat digunakan untuk pemasaran di

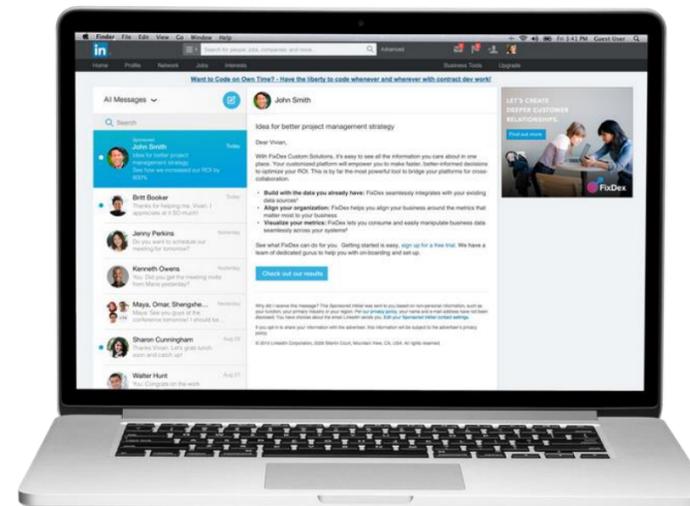
Fitur>>



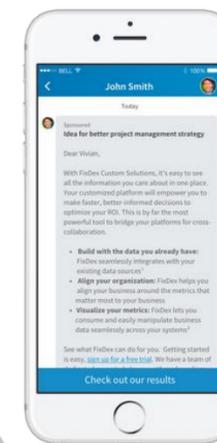
Sponsored Content



Halaman Perusahaan



InMail

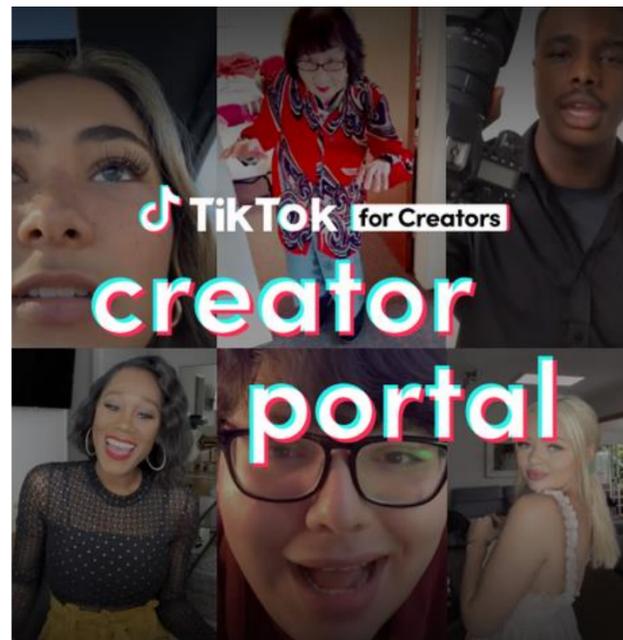


TikTok

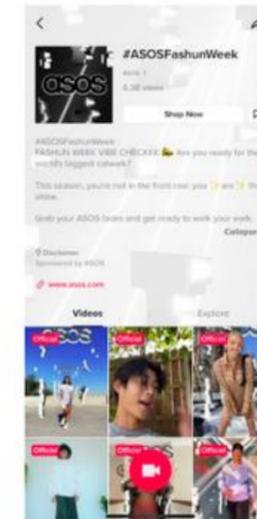
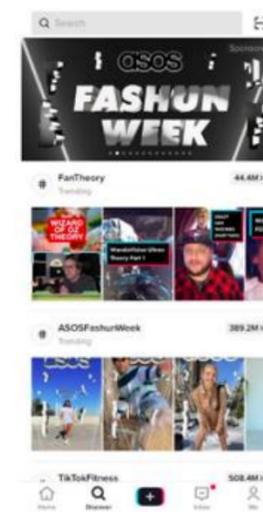
TikTok

TikTok adalah platform berbasis video pendek yang populer di kalangan remaja dan anak muda. Beberapa fitur TikTok yang dapat digunakan untuk pemasaran meliputi>>

Fitur>>



TikTok Creators



Branded Hashtags Challenges

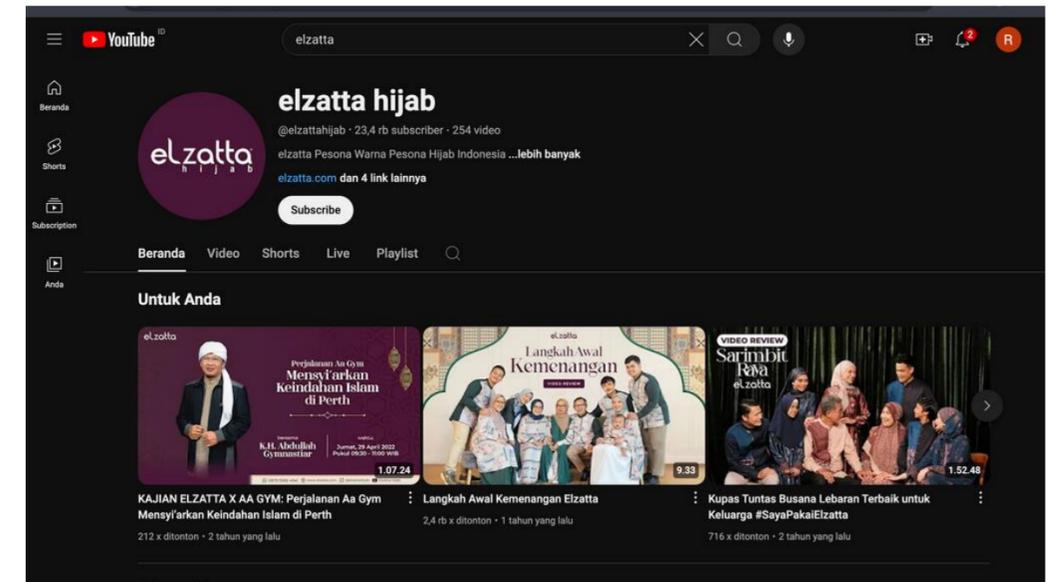
In Feed Ads

YouTube

YouTube

YouTube adalah platform berbagi video terbesar di dunia. Berikut adalah beberapa fitur yang bisa dimanfaatkan untuk strategi pemasaran di YouTube>>

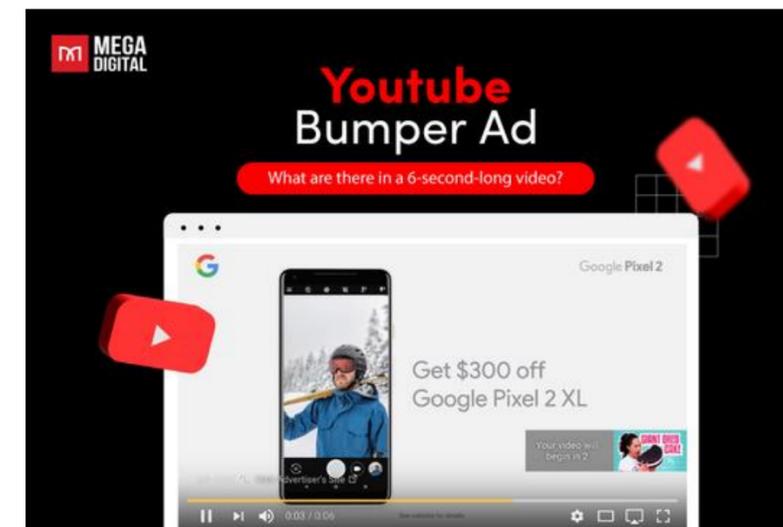
Fitur>>



Channel Bisnis



TrueView Ads



Bumper Ads



IKLAN MEDIA SOSIAL

Apa Itu Iklan Media Sosial

Iklan media sosial adalah bentuk promosi yang menggunakan platform media sosial untuk menampilkan pesan iklan kepada pengguna. Iklan ini dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti gambar, video, carousel, dan stories. Media sosial menyediakan alat untuk menargetkan audiens secara spesifik berdasarkan demografi, minat, dan perilaku.



Keunggulan Iklan Media Sosial Dibandingkan Media Iklan Tradisional



Targeting yang Tepat

Iklan media sosial memungkinkan pengiklan untuk menargetkan audiens secara spesifik berdasarkan data pengguna yang tersedia di platform.

Interaktivitas

Pengguna dapat berinteraksi langsung dengan iklan melalui komentar, like, share, dan klik.

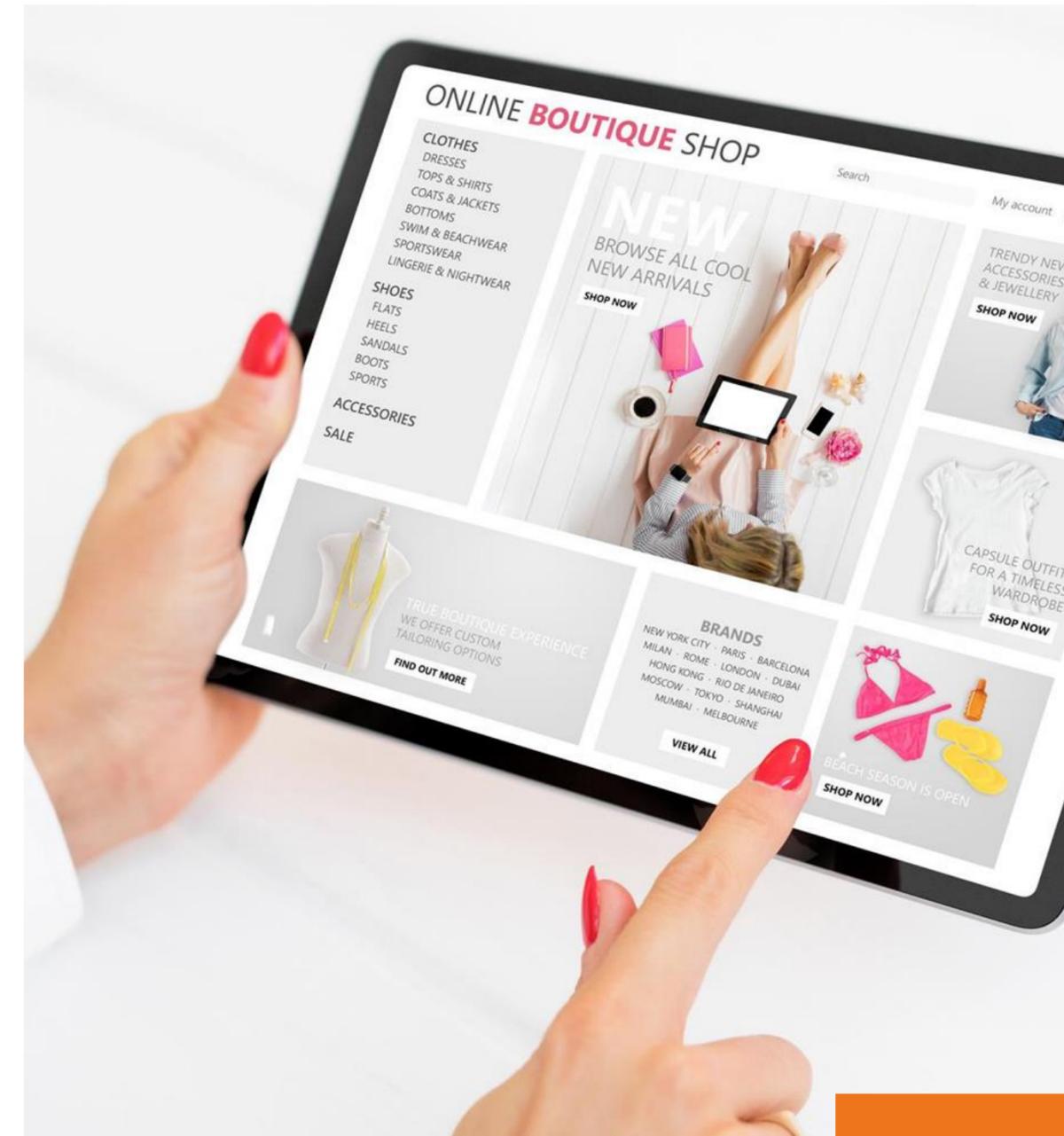
Keunggulan Iklan Media Sosial Dibandingkan Media Iklan Tradisional

Pengukuran yang Akurat

Media sosial menyediakan alat analisis yang detail untuk mengukur kinerja iklan, seperti jangkauan, impresi, klik, dan konversi

Biaya yang lebih efisien

Iklan media sosial seringkali lebih murah dibandingkan dengan media iklan tradisional seperti televisi dan cetak, serta memiliki fleksibilitas dalam pengaturan anggaran iklan



Pentingnya Meningkatkan Pemahaman Pengguna Tentang Iklan Media Sosial



Meningkatkan pemahaman pengguna tentang iklan media sosial penting untuk keputusan yang rasional dan mempengaruhi strategi pemasaran digital. Kesadaran ini membantu bisnis merancang kampanye yang efisien dan transparan, sehingga menumbuhkan kepercayaan konsumen. Banyak pengguna masih kurang paham iklan media sosial, jadi bisnis harus memastikan kampanye mereka jelas dan transparan sesuai dengan pengetahuan audiens target.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kesadaran



Karakteristik Pengguna

Jenis Iklan yang Ditampilkan

Frekuensi Komersial

Jangkauan Konsumen yang Tepat

Pengalaman Pengguna

Tingkat Skeptisisme Pengguna



MENYUSUN KAMPANYE IKLAN DI MEDIA SOSIAL

Menentukan Tujuan Kampanye



Meningkatkan Brand Awareness

Menambah jumlah orang yang mengenal dan mengingat merek melalui peningkatan jumlah pengikut di platform media sosial.



Meningkatkan Engagement

Meningkatkan interaksi pengguna dengan konten (likes, comments, shares).



Meningkatkan Traffic ke Situs Web

Mengarahkan pengunjung baru dari media sosial ke situs web perusahaan.

Menentukan Tujuan Kampanye



**Meningkatkan
Konversi atau
Penjualan**
Meningkatkan jumlah
pembelian produk atau
layanan melalui kampanye
iklan di media sosial.



**Memperkenalkan
Produk Baru**
Meluncurkan produk baru dan
mencapai target penjualan
melalui kampanye iklan di
media sosial.

Menentukan Target Audiens



1. Segmentasi Demografis

- Usi
- a
- Jenis Kelamin
- Pendidikan
- Pendapata
- n
- Pekerjaan

2. Segmentasi Geografis

- Negara

- Kota atau

Kabupaten

- Zona

waktu

- Urban dan Rural



Menentukan Target Audiens



3. Segmentasi Psikografis

- Minat dan Hobi
- Gaya Hidup
- Nilai dan Keyakinan
- Kepribadian



4. Segmentasi Perilaku

- Kebiasaan Belanja

- Kesetiaan Merek

- Tahap Siklus

- Pembelian
- Penggunaan Produk

Analisis Kompetitor



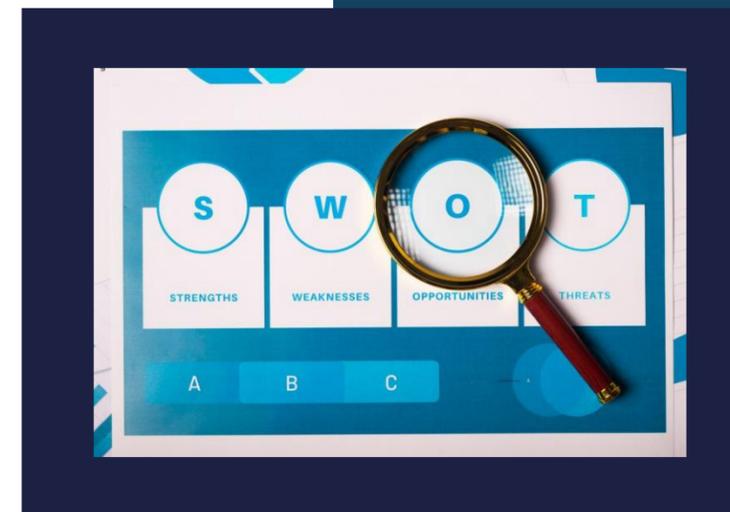
Identifikasi Kompetitor

- Kompetitor Langsung
- Kompetitor Tidak Langsung
- Kompetitor Potensial



Analisis Konten

- Jenis Konten
- Kualitas Konten
- Frekuensi Posting
- Engagement Rate



Analisis SWOT

Kompetitor

- Strengths (Kekuatan)
- Weaknesses (Kelemahan)
- Opportunities (Peluang)
- Threats (Ancaman)

Pembuatan Konten Iklan

Headline yang Menarik



- Pendek dan Relevan

Contohnya, "Dapatkan Diskon 50% Sekarang!"

- Memancing Rasa Ingin Tahu

Kata-kata yang memancing rasa ingin tahu seperti "Temukan Rahasia di Balik...".

- Mengandung Kata Kunci

ata kunci yang relevan untuk meningkatkan visibilitas iklan.

Manfaat yang Jelas



- Highlight Keunggulan

Fokus pada manfaat utama dari produk atau layanan.

- Value Proposition

Nilai unik yang ditawarkan oleh produk atau layanan. Contohnya, "Lebih Cepat, Lebih Efisien, dan Lebih Hemat"..

- Gunakan Bukti Sosial

Testimoni atau ulasan untuk membangun kepercayaan.

Contohnya, "Lebih dari 10.000 pelanggan puas!"

Call-to-Action (CTA) yang Kuat

BUY NOW



- Spesifik dan Langsung

Mengarahkan audiens untuk melakukan tindakan tertentu, seperti "Beli Sekarang!".

- Buat Urgensi

Contohnya, "Penawaran Terbatas" atau "Hanya Hari Ini!".

- Posisi yang Tepat

Lokasi yang mudah ditemukan, seperti di akhir pesan atau di tombol yang mencolok.

Kualitas Gambar dan Video



- Resolusi Tinggi

Gunakan gambar dan video berkualitas tinggi yang jelas dan tidak buram.

- Profesionalisme

Pastikan visual terlihat profesional dan estetik.

- Konsisten dengan Merek

Gunakan elemen visual yang konsisten dengan identitas merek.

Pembuatan Konten Iklan

Kreativitas dalam Desain



- Menarik Perhatian

Gunakan desain yang menarik perhatian dan berbeda dari iklan lain di feed media sosial.

- Inovatif

Gunakan elemen desain yang inovatif dan kreatif.

- Relevan dengan Pesan

Pastikan visual mendukung dan memperkuat pesan iklan.

Penggunaan Hashtag dan Tag

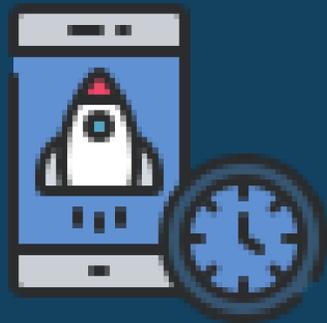


- Hashtag Relevan

Gunakan hashtag yang relevan untuk meningkatkan jangkauan dan visibilitas iklan.

- Menandai Pengguna atau Merek Terkait

Tag pengguna atau merek lain yang relevan untuk meningkatkan interaksi dan engagement. Misalnya, menandai influencer yang bekerja sama dengan perusahaan.



Menentukan Waktu Peluncuran

- Gunakan data historis untuk menentukan waktu terbaik untuk meluncurkan iklan.
- Pilih waktu ketika audiens cenderung memiliki waktu luang untuk menjelajahi media sosial



Penjadwalan Iklan

- Buat jadwal untuk memposting konten secara berkala dan menjaga konsistensi.
- Rencanakan dan jadwalkan konten yang relevan dengan musim atau acara tertentu.



ANALISIS DAN PENGUKURAN

Pentingnya Analisis dan Pengukuran dalam Kampanye Media Sosial

Dengan menganalisis data, perusahaan dapat memahami perilaku audiens, mengidentifikasi tren, dan menentukan elemen yang paling efektif dalam kampanye Anda.

Tujuan:

- Memahami efektivitas kampanye.
- Mengidentifikasi area untuk perbaikan.
- Mengoptimalkan penggunaan anggaran.
- Meningkatkan ROI (Return on Investment)



Metrik di Media Sosial

Impresi



Merupakan jumlah total kali iklan ditampilkan kepada pengguna. Impresi memberikan gambaran tentang seberapa sering iklan muncul di feed audiens. Metrik ini penting untuk mengukur jangkauan

Reach (Jangkauan)



Merupakan jumlah pengguna unik yang melihat iklan. Tidak seperti impresi, reach hanya menghitung setiap pengguna sekali, tidak peduli berapa kali mereka melihat iklan. Metrik ini penting untuk mengukur seberapa luas jangkauan kampanye iklan dan berapa banyak

Metrik di Media Sosial

Klik



Merupakan jumlah total kali pengguna mengklik iklan. Ini termasuk klik pada tautan, gambar, atau elemen interaktif lainnya dalam iklan. Semakin tinggi jumlah klik, semakin tinggi minat audiens

Engagement



Mencakup semua interaksi pengguna dengan iklan, termasuk likes, comments, shares, retweets, dan reaksi lainnya. Metrik ini menunjukkan seberapa baik iklan beresonansi dengan audiens dan seberapa banyak interaksi yang

Metrik di Media Sosial

Click-Through Rate (CTR)



Merupakan persentase pengguna yang mengklik iklan setelah melihatnya. CTR menunjukkan efektivitas iklan dalam menarik perhatian dan mendorong pengguna

Conversion Rate



Merupakan persentase pengguna yang melakukan tindakan yang diinginkan setelah mengklik iklan. Metrik ini mengukur efektivitas iklan dalam mendorong tindakan spesifik, seperti pembelian, pendaftaran, atau unduhan.

Metrik di Media Sosial

Cost Per Click (CPC)



Merupakan biaya rata-rata untuk setiap klik pada iklan. CPC membantu mengelola anggaran iklan dengan lebih efisien, memastikan bahwa biaya per klik tetap dalam batas yang wajar dan

Cost Per Mille (CPM)



Merupakan biaya per seribu impresi. CPM berguna untuk kampanye yang bertujuan meningkatkan brand awareness, karena menunjukkan biaya untuk menjangkau seribu

Metrik di Media Sosial

Cost Per Conversion (CPC)



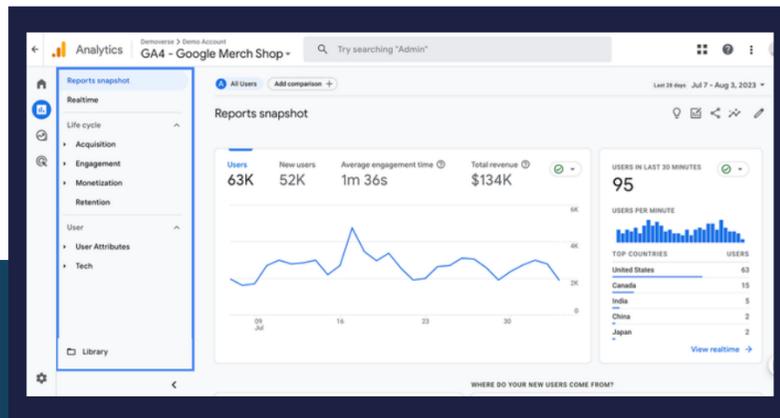
Merupakan biaya rata-rata per konversi. Metrik ini membantu dalam mengukur efisiensi biaya iklan dalam menghasilkan konversi, memastikan bahwa biaya per

Return on Ad Spend (ROAS)



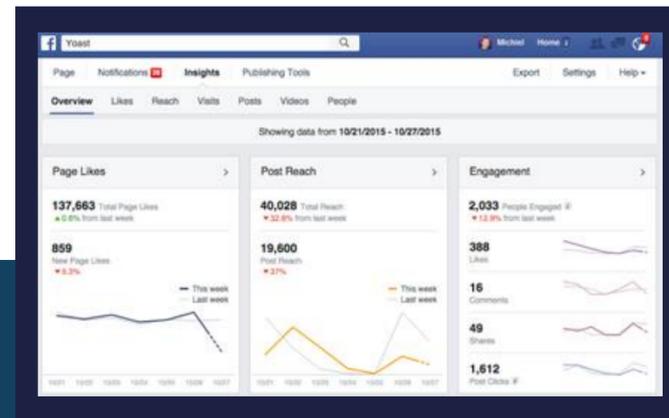
Merupakan pendapatan yang dihasilkan dari iklan dibagi dengan biaya iklan. ROAS menunjukkan keuntungan finansial dari iklan yang dipasang, membantu dalam mengevaluasi apakah kampanye iklan menghasilkan ROI.

Alat Analitik dan Keunggulan



Google Analytics

- Melacak jumlah pengunjung, sumber traffic, dan halaman yang paling sering dikunjungi.
- Memahami perilaku pengguna di situs web, termasuk halaman yang mereka kunjungi, durasi kunjungan, dan tindakan yang mereka lakukan.
- Mengatur tujuan dan melacak konversi.



Facebook Insights

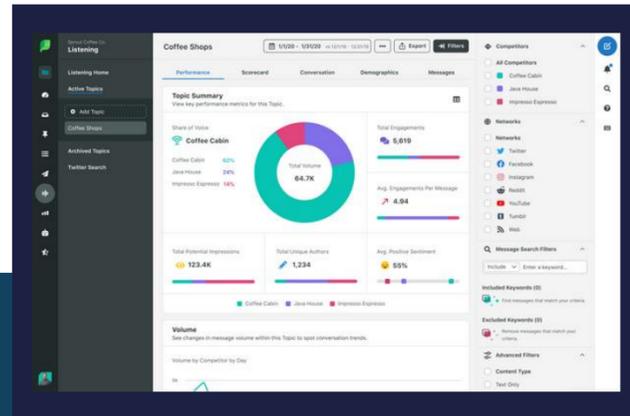
- Menyediakan data tentang reach, impresi, klik, dan engagement untuk setiap postingan dan iklan.
- Menyediakan informasi tentang demografi audiens.
- Melacak performa iklan secara real-time.
- Menyediakan laporan yang dapat diunduh.



Twitter Analytics

- Menyediakan data tentang impresi, engagement, retweets, likes, dan klik pada setiap tweet.
- Melacak pertumbuhan pengikut dan memahami demografi serta minat audiens.
- Menyediakan laporan performa untuk kampanye iklan.
- Mengidentifikasi tren dan insights.

Alat Analitik dan Keunggulan



Hootsuite

- Memungkinkan penjadwalan postingan di berbagai platform media sosial dari satu dashboard.
- Memantau mentions, hashtag, dan interaksi pengguna secara real-time.
- Menyediakan laporan performa yang komprehensif.
- Mendukung kolaborasi tim dalam manajemen akun media sosial.



Google Data Studio

- Mengintegrasikan data dari berbagai alat analitik seperti Google Analytics, Google Ads, dan platform media sosial.
- Menyediakan berbagai opsi visualisasi data.
- Membuat laporan yang dapat disesuaikan.
- Memungkinkan berbagi laporan dengan tim.



TANTANGAN DAN TREN MASA DEPAN

Tantangan Utama



Perubahan
Algoritma
Platform Media
Sosial



Kenaikan
Biaya Iklan
Digital

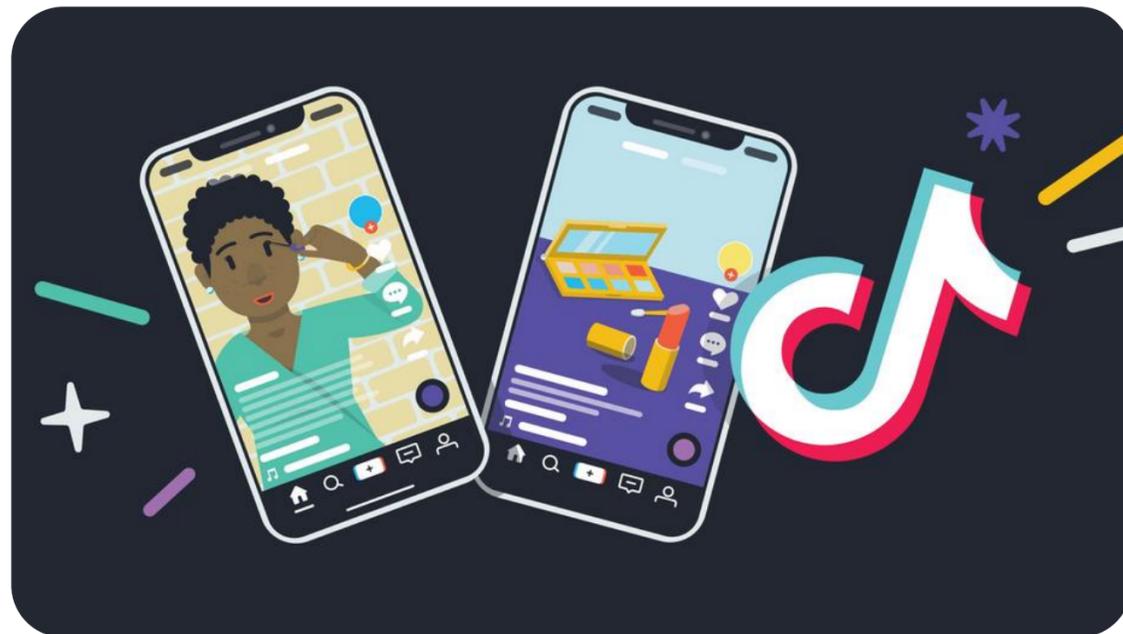


Privasi dan Data
Pengguna



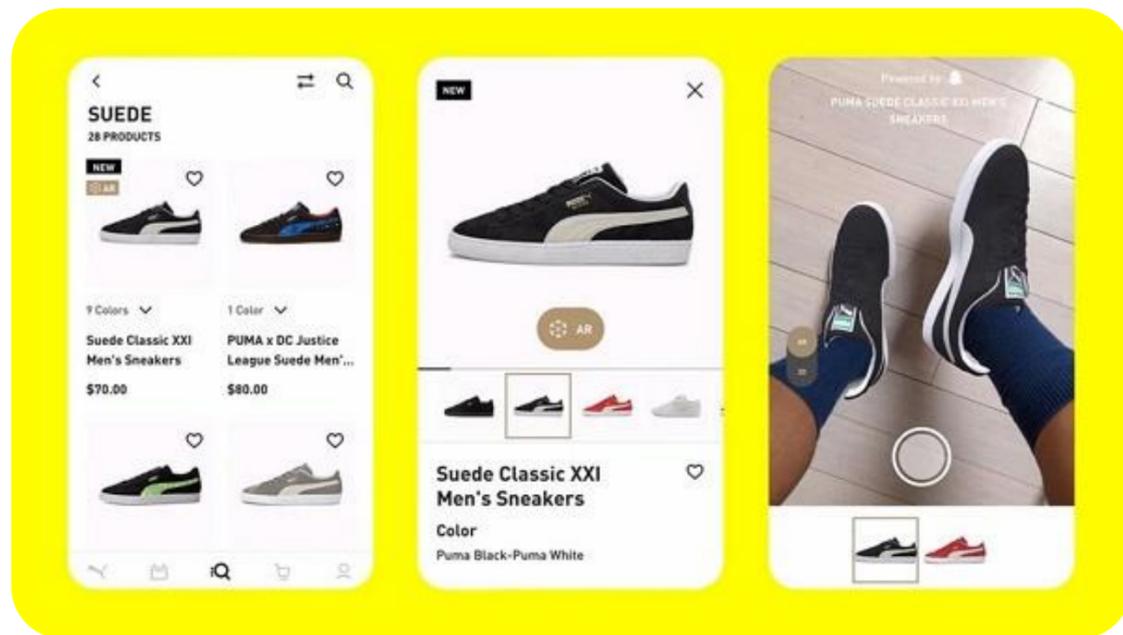
Kepercayaan dan
Kredibilitas

Tren Masa Depan Pemasaran Media Sosial



Video Berdurasi Pendek

Video berdurasi pendek semakin populer dan tidak menunjukkan tanda-tanda penurunan. Dipelopori oleh TikTok, tren ini diikuti oleh platform lain seperti Instagram dan YouTube. Popularitasnya meningkat karena mudah ditonton saat bepergian, sesuai dengan jadwal padat dan rentang perhatian yang pendek. Video pendek menarik, menghibur, dan ideal untuk pemasaran media sosial. Merek dapat menarik perhatian audiens dengan cepat, meningkatkan keterlibatan dan rasio konversi, sehingga menjadi strategi pemasaran yang efektif.



Augmented Reality (AR)

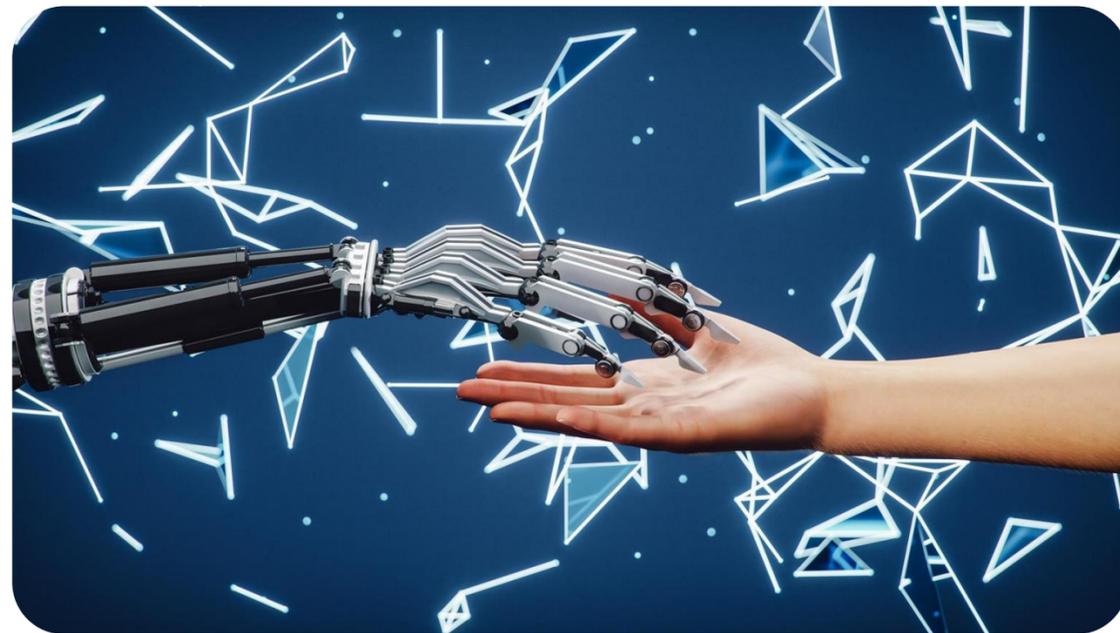
Teknologi AR meningkatkan pengalaman dunia nyata dengan informasi digital dan interaktivitas, mengubah cara kita berinteraksi dengan media sosial. Contoh terkenal adalah lensa AR Snapchat, yang menambahkan objek virtual dan efek ke lingkungan sekitar pengguna. Merek dapat memanfaatkannya, seperti memungkinkan pelanggan melihat tampilan produk sebelum membeli. AR dalam pemasaran media sosial menciptakan pengalaman interaktif yang menarik, membantu merek menonjol di dunia digital.

Tren Masa Depan Pemasaran Media Sosial



Influencer Marketing

Lanskap pemasaran influencer terus berkembang dengan tren mikro-influencer dan kemitraan jangka panjang. Mikro-influencer (1.000-100.000 pengikut) membantu merek menjangkau audiens khusus dan menciptakan hubungan autentik. Kemitraan jangka panjang juga penting untuk kampanye berkelanjutan. Merek harus fleksibel dan mengikuti tren untuk meningkatkan keterlibatan dan membangun hubungan langgeng dengan pelanggan.



Artificial Intelligent (AI)

Dengan teknologi AI yang semakin maju, merek menggunakan AI untuk memahami audiens, menciptakan pengalaman personal, dan mengoptimalkan kampanye media sosial. AI membantu dalam social listening, analisis sentimen, dan penyajian konten yang disesuaikan dengan preferensi pengguna. Selain itu, AI mengotomatiskan penempatan dan penargetan iklan, meningkatkan keterlibatan dan konversi.

PENUTUP

Modul ini memberikan pemahaman mendalam tentang penggunaan media sosial dalam pemasaran digital, mulai dari definisi dan manfaat, jenis platform, hingga panduan menyusun kampanye iklan. Dengan membahas pentingnya analisis dan pengukuran serta menghadapi tantangan dan tren masa depan, modul ini membantu pembaca mengoptimalkan strategi pemasaran media sosial mereka. Diharapkan, pengetahuan ini dapat diterapkan secara efektif dan efisien dalam konteks bisnis, serta terus beradaptasi dengan perkembangan terbaru di bidang ini.

THANK YOU