

# Introduction

Vriana Indriasari



GM Content and Promotion

Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA)

# About

Asosiasi E-Commerce Indonesia



**ESTABLISHED IN 2012**

By 9 e-Commerce companies

**PER MEI 2022**

**idEA has more than 231 members**  
(e-Commerce Companies)

**blibli.com**  
ANYTIME, ANYWHERE SHOPPING!

**blanja.com**

**berniaga.com**  
Jual Beli di Seluruh Indonesia

**KASKUS**  
THE LARGEST INDONESIAN COMMUNITY

**MULTIPLY**

**BHINNEKA.COM**

**Grazera**

**OLX**

**tokopedia**

Marketplace

Online Retail

Classified Ads

Daily deals

Directory

Travel

Bank

Infrastructure

Logistics

Payment Gateway

○ ○ ○ ○

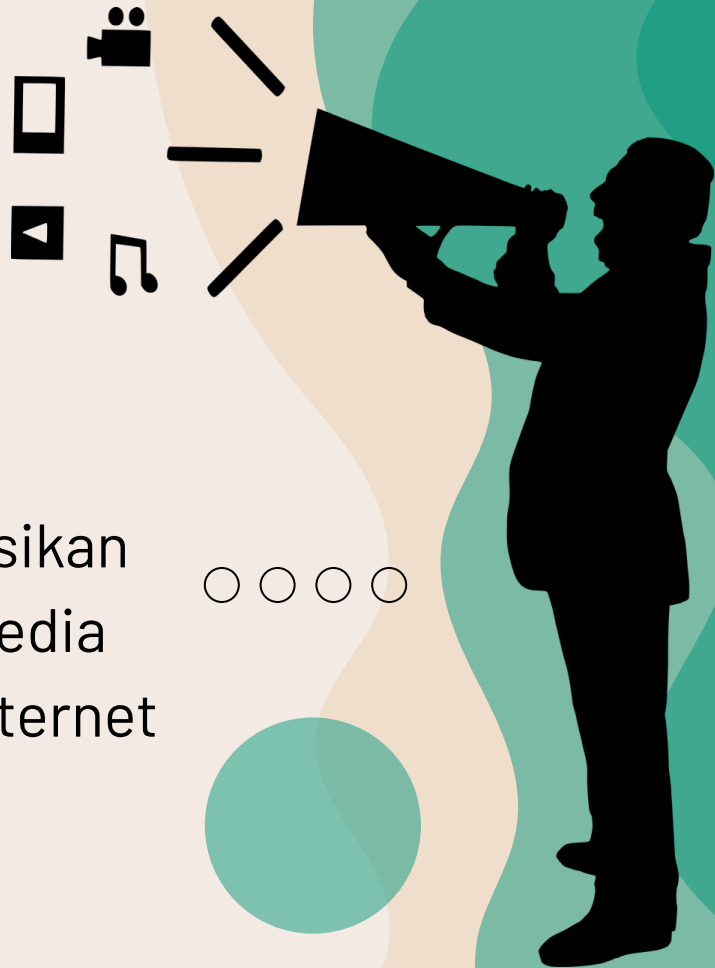
# **Digital Marketing: Makhluk “Halus” yang Bantu Jualan**

○ ○

# Digital Marketing



Digital Marketing  
adalah cara untuk mempromosikan  
produk / jasa menggunakan media  
digital atau dengan jaringan internet



***content content content content***  
***content content content content***  
***content content content content***  
***content content content content***  
***content content content content***  
***content content content content***



# Konten

**01**

Menarik: Lucu, unik

**02**

Punya pesan

**03**

Berhubungan dengan  
isu sehari-hari/masalah

**04**

Menawarkan benefit  
produk sebagai solusi

# Konten

01

Teks

02

Gambar

03

Video

# ≡ Haram Dalam Bisnis



- Dari segi syariah

**Maysir (Tidak Pasti):** Pihak menang mengambil keuntungan pihak kalah

**Gharar (Tidak Jelas):**  
Ketidakpastian dalam transaksi

**Riba (Tambahan Uang):**  
Penambahan keuntungan dari salah satu pihak tanpa imbalan

- Dari segi regulasi

**Monopoli dan Praktek Anti-Kompetitif (PP No. 44 Tahun 2021)**

**Korupsi dan Penyuapan (Undang-Undang No. 20 Tahun 2001)**

**Pencucian Uang dan Pendanaan Terorisme (Undang-Undang No. 8 Tahun 2010 dan Undang-Undang No. 9 Tahun 2003)**



**Siapa Yang Sudah  
Mengoptimalkan  
Media Sosialnya?**



**Media Sosial Apa yang  
Anda Gunakan Saat ini?**



**Apa pentingnya media sosial untuk bisnis kita?**

**Meningkatkan kesadaran merek atau reputasi merek di benak customer, yang dapat mempengaruhi keputusan untuk membeli produk.**

**Sosial media dapat menjangkau customer lebih luas dan lebih cepat. Hal ini yang dapat meningkatkan sales.**

**Tempat berinteraksi dengan calon customer sehingga terbangun kedekatan meski jauh tapi merasa dekat karena interaksi mulai terbangun.**

**Goals dari sosial media adalah leads atau prospek, dimana prospek ini yang nantinya akan menjadi buyer atau customer kita.**

○ ○ ○ ○

# **Marketing dan Promosi di Media Sosial**

○ ○

# Tantangannya!

- Bingung konsepnya
- Bingung waktu posting
- Ga ada waktu buat posting rutin?
- Punya akun saja tapi kontennya mati ?
- Ga punya tim sosial media ?



# Aktifkan Akun

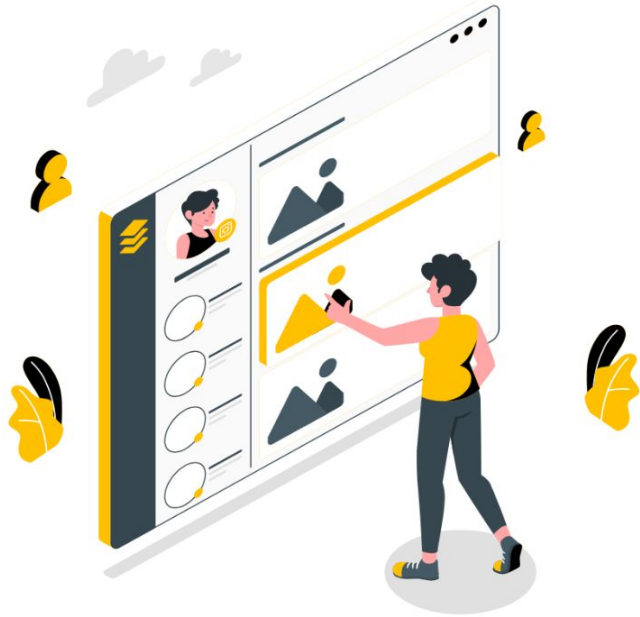
01



# Lakukan Secara Rutin



- Like 20 status orang lain tiap hari
- Like semua komen di Postingan sendiri
- Komen Positif di 20 Status Orang lain
- Buat Status / Story Minimal 5 sehari
- Buat status yang berpotensi dishare orang banyak
- Rajin Komen di Live orang lain



# Impresi & Interaksi

02



## **Konsisten**

Temanya  
Desainnya  
Waktunya



## **Konten**

Inspiratif  
dan  
Klik Bait



## **Ide**

Orientasi pada  
pelanggan



## **Like**

Like Back,  
Berikan  
komentar



## **Komen**

Balas semua  
Komentar

# Kalender Konten



adalah jadwal yang membantu Anda mengatur jenis dan waktu konten yang akan diposting pada beragam media sosial yang Anda gunakan.

## MARET

MINGGU 1

PRODUK

INTERAKSI

PROMOSI

EDUKASI

PRODUK

QUIZ

INTERAKSI

MINGGU 2

PROMOSI

EDUKASI

INTERAKSI

PRODUK

PROMOSI

INTERAKSI

QUIZ

MINGGU 3

PRODUK

PROMOSI

EDUKASI

INTERAKSI

PRODUK

QUIZ

INTERAKSI

MINGGU 4

EDUKASI

PRODUK

INTERAKSI

PRODUK

PROMOSI

INTERAKSI

QUIZ

# Tabel Brief



TANGGAL	KONTEN PILAR	JENIS KONTEN	TEMA	PLATFORM	BRIEF
12/09/2020	PROMOSI PRODUK	VIDEO	VIDEO TESTIMONI	INSTAGRAM & FANSPAGE	VIDEO TESTIMONI DARI IBU ANA DAN MAS JOKO. CAPTIONNYA BERUPA UCAPAN TERIMA KASIH KEPADA MEREKA BERDUA.
13/09/2020	LIFESTYLE	DESAIN GRAFIS & FOTO TUTORIAL	OLAHRAGA SINGKAT YANG BISA DILAKUKAN DI KANTOR	INSTAGRAM	CARI REFERENSI DI GOOGLE OLAHRAGA SINGKAT YANG BISA DILAKUKAN DI KANTOR DISELA-SELA BEKERJA.
14/09/2020	KATA-KATA MOTIVASI	DESAIN GRAFIS	QUOTES TENTANG SEHAT	INSTAGRAM & TWITTER	Harta Kekayaan yang sejati adalah kesehatan. Bukan kepingan emas dan perak. - Mahatma Gandhi
15/09/2020	PROMOSI PRODUK	DESAIN GRAFIS & FOTO PRODUK	PROMOSI GRATIS ONGKOS KIRIM	INSTAGRAM & FANSPAGE	GRATIS ONGKOS KIRIM KE SELURUH PULAU JAWA. TANPA MINIMUM TRANSAKSI
16/09/2020	LIFESTYLE	DESAIN GRAFIS	MAKANAN DIET YANG MENGENYANGKAN	INSTAGRAM & TWITTER	REFERENSI : <a href="https://health.kompas.com/">https://health.kompas.com/</a>
17/09/2020	KATA KATA MOTIVASI	DESAIN GRAFIS	QUOTES TENTANG SEHAT	INSTAGRAM & TWITTER	Waktu dan kesehatan adalah dua aset berharga yang enggak kita sadari dan hargai, sampai keduanya habis. - Denis Waitley



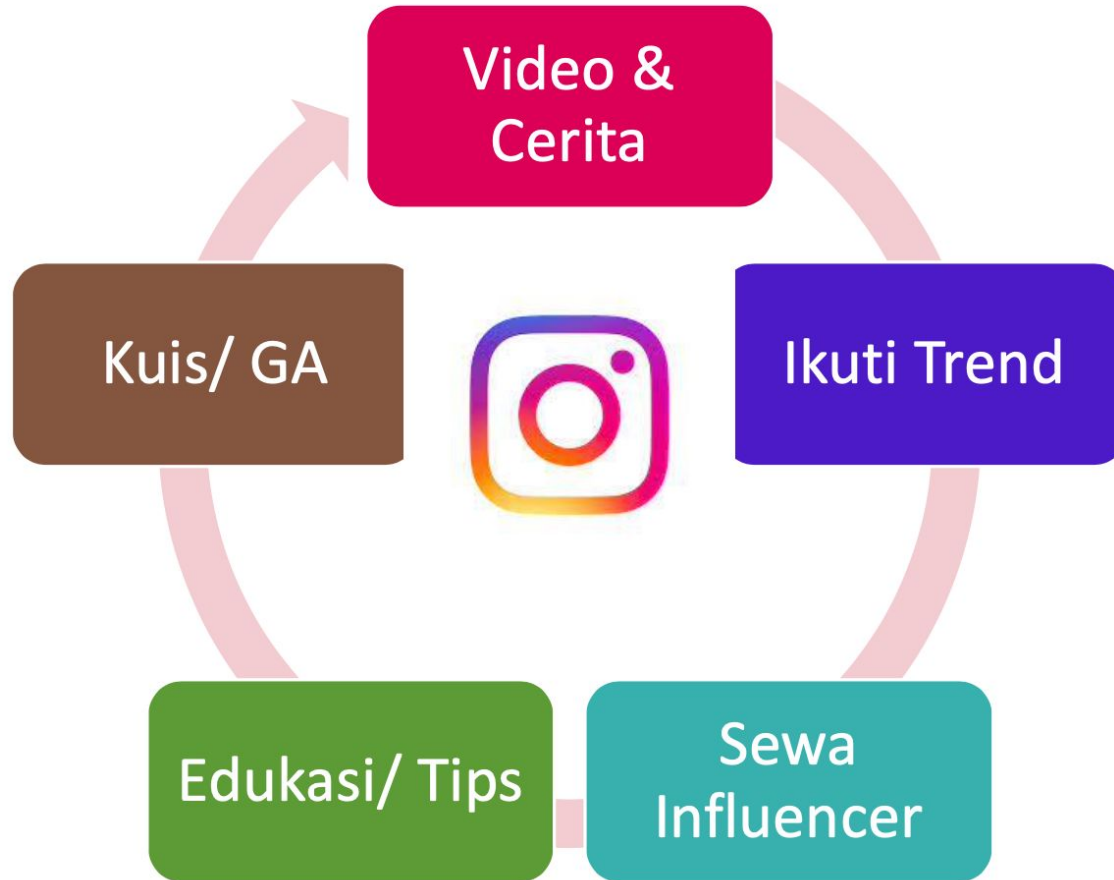
# Facebook

1. Usia rata-rata pengguna ialah 25-40 tahun, sedangkan 49% pengguna harian berada dalam kelompok usia 25 sampai di atas 50 tahun
2. 43,6% pengguna adalah perempuan, 56,4% pengguna adalah laki- laki
3. Lebih menyukai tipe konten berbentuk video (rata- rata engagement rate 8,29%)
4. Paling aktif pada Senin, Jumat, Sabtu, dan Minggu

- Post berjenis teks sebaiknya tidak berdiri sendiri. Harus dibarengi gambar, video, atau link. Orang cenderung melewati post berupa teks karena tidak menarik. Text terlalu Panjang juga akan di potong oleh facebook.
- Untuk bentuk video, pastikan video tersebut anda upload di Facebook. Hindari menaruh link video dari YouTube.
- Post berupa gambar disarankan berupa persegi. Ukuran gambar minimum adalah 472×394 px. Lebih dari itu tidak masalah, tapi jangan sampai kurang.

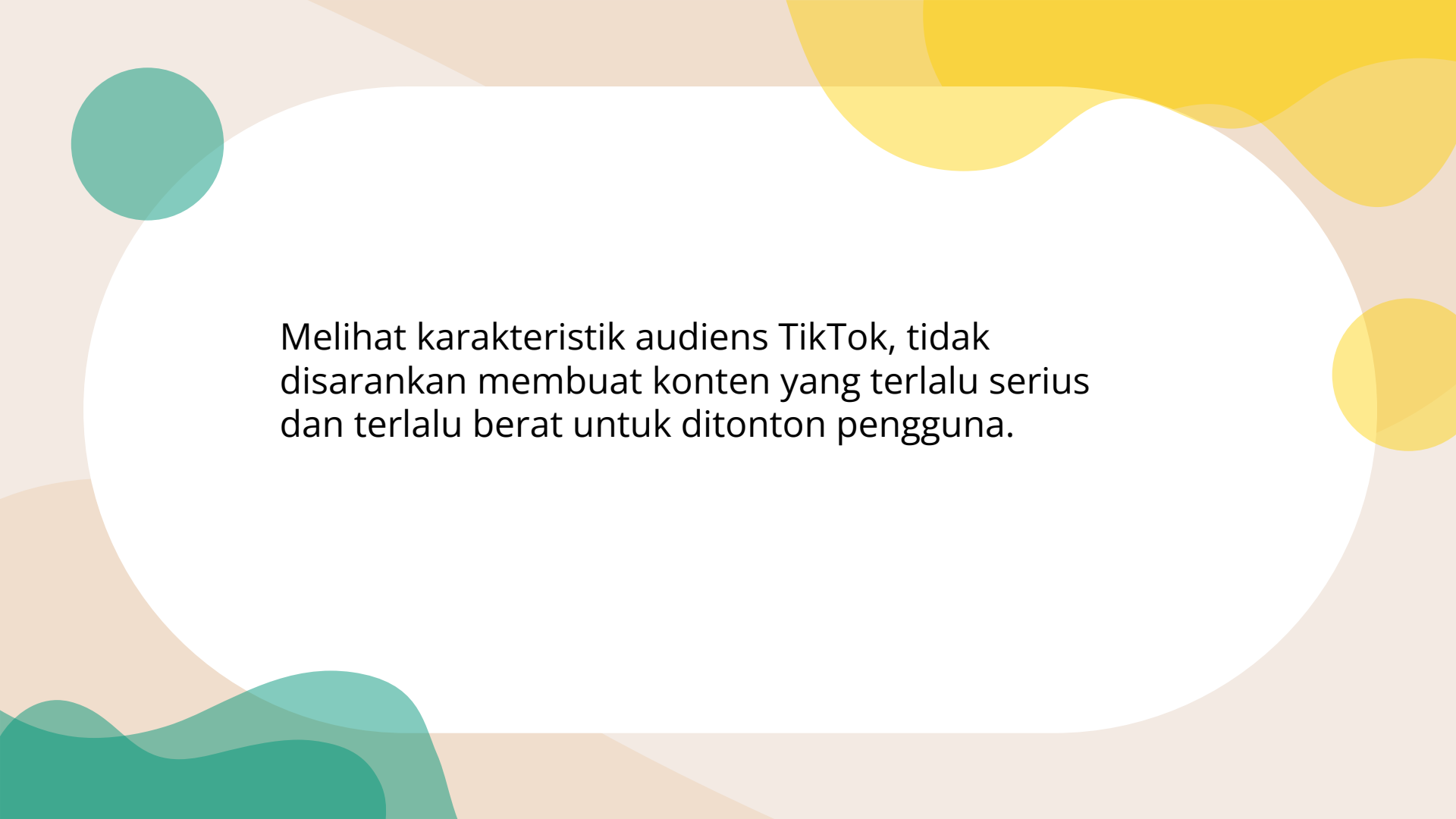
# Instagram

1. 70% pengguna Instagram berusia di bawah 35 tahun, dengan usia dominan 25-34 tahun, diikuti oleh kelompok usia 18-24 tahun.
2. 51,4% pengguna Instagram adalah perempuan
3. 90% pengguna mengikuti akun-akun brand atau brand-related content
4. Pengguna aktif pada hari Senin dan Kamis



# Tiktok

1. Sebagian besar audiensnya berusia 10-19 tahun (32,5%) dan 20-29 tahun (29,5%)
2. 60% penggunaanya adalah perempuan
3. Audiens-nya aktif setiap hari
4. Waktu terbaik untuk mengunggah konten adalah sore hari setelah jam pulang sekolah atau saat libur sekolah



Melihat karakteristik audiens TikTok, tidak disarankan membuat konten yang terlalu serius dan terlalu berat untuk ditonton pengguna.

**Penting!**

**Jangan ubah  
target pasarnya.  
Ubah caranya!**



Terima  
Kasih