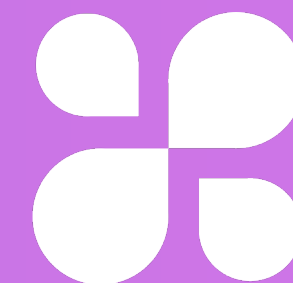
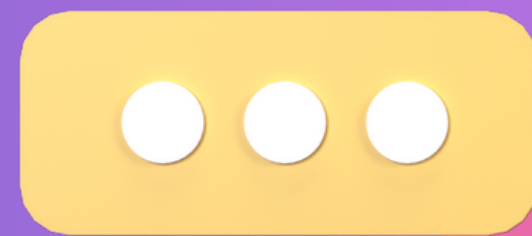


Pemasaran Digital

Digital Marketing



ABOUT ME

- ✓ **Founder Mallkopi** (www.mallkopi.com)
- ✓ **Tek.Informatika, Univ. PGRI Yogyakarta, 2006**
- ✓ **Profesional Marketing Career :**
 - ✓ Webmedia Center (Marketing Manager)
 - ✓ Binjai Supermall (Adv.&Promotion Spv.)
 - ✓ Kirana Garden (Promotion Spv.)
 - ✓ Kopi Kopi Internasional (Digital Marketing Manager)
 - ✓ Idelio Indonesia (Digital Marketing Manager)
 - ✓ Mall Kopi Indonesia (Digital Marketing Director)
- ✓ **Best Achievement :**
 - ✓ Juara 1 Pengelola Blog, Jambore PTK PNF Nasional 2010

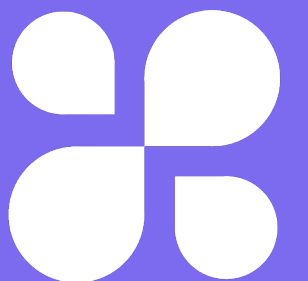


DANU WIRA PANGESTU

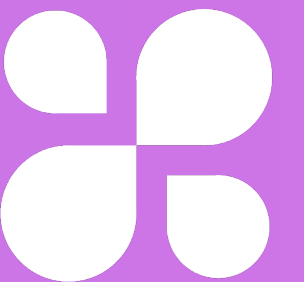
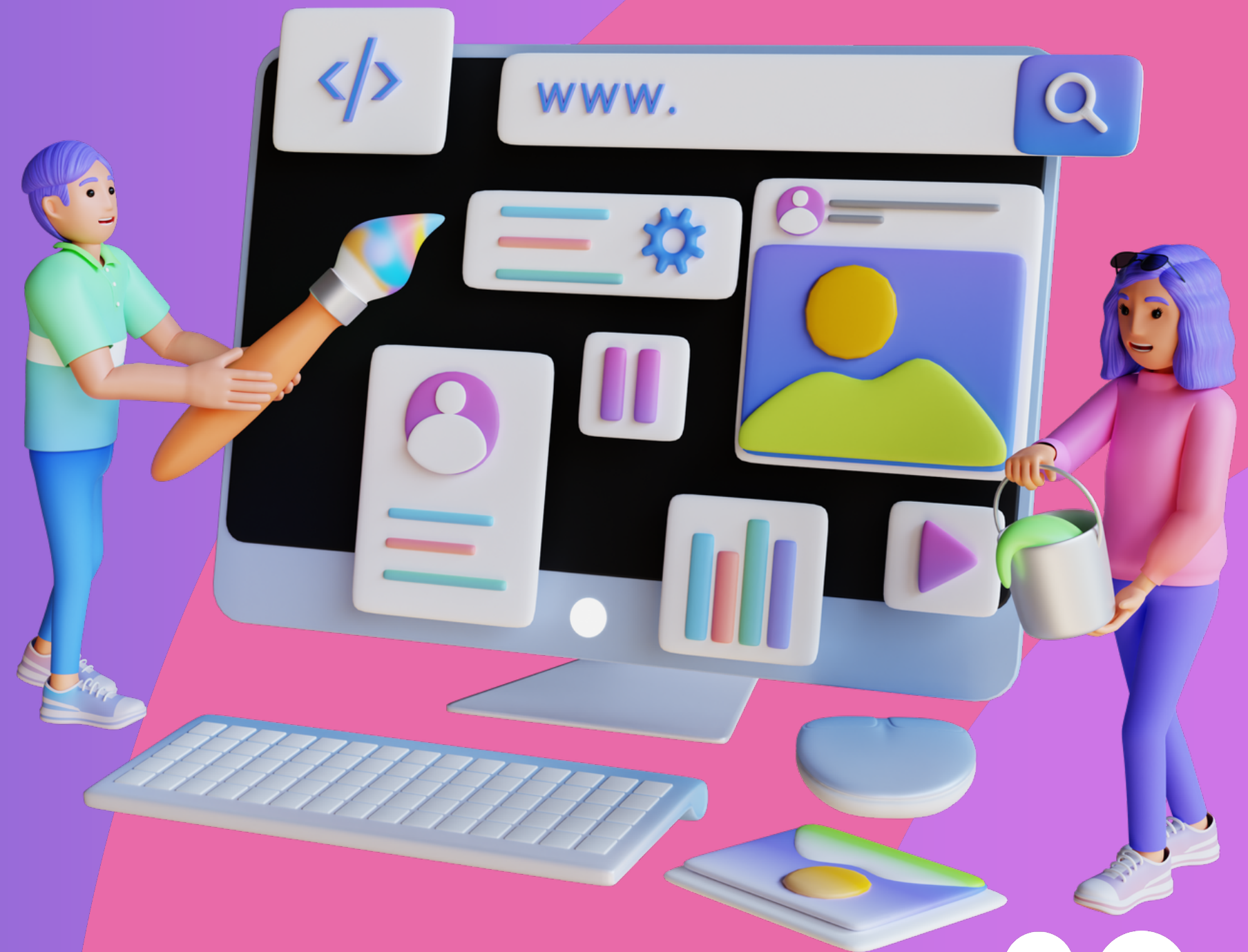
DIGITAL MARKETING SPECIALIST

Unit Kompetensi

- Merancang Strategi Pengendalian Risiko K3 di tempat kerja
- **Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan**
- Melaksanakan Komunikasi Efektif
- **Membangun Relasi Pelanggan dan Jejaring Bisnis**
- Melaksanakan keterampilan penjualan
- **Menyusun Rencana Aktifitas penjualan**
- Menangani Keluhan Pelanggan
- **Membuat Perencanaan Pengembangan Teknologi Pendukung Periklanan**
- Menyusun Strategi Konten Iklan
- **Merancang Strategi Pemilihan Media dan Saluran**
- Menggunakan Perangkat Komputer
- **Menggunakan Penelusur Situs web**
- Menggunakan aplikasi berbasis Internet
- **Menggunakan aplikasi Media Sosial**
- Mengidentifikasi Aspek Keamanan Informasi Pengguna



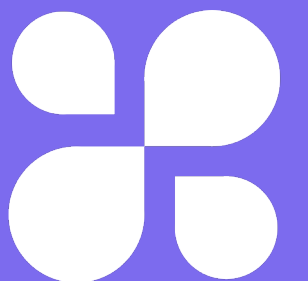
Marketing Brief



Marketing Brief

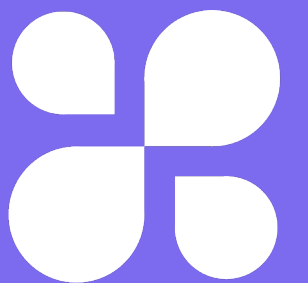
ISI MARKETING BRIEF:

- **PENDAHULUAN** : Tentang Usaha(Company Profile)
- **ANALISA PRODUK** : Brand Logo, UVP, USP & Produk Unggulan
- **ANALISA PASAR** : Analisa Segmen Pasar, Buyer Persona & List Kompetitor
- **BUSINESS PLAN** : Business Model Canvas, Business Plan & Marketing Plan untuk 6 bulan ke depan.
- **MEDIA PEMASARAN ONLINE** : Google Business Profile, Instagram/Facebook Page, Marketplace, Website dsb.
- **MEDIA PROMOTION** : Contoh Media Promosi untuk Feed IG/FB, Story IG/FB, Video Tiktok
- **PENUTUP** : Isi dengan Data Diri Pribadi Anda

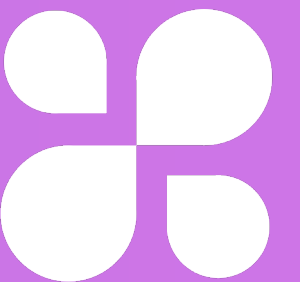


Tugas Anda

BUATLAH DRAFT MARKETING BRIEF ANDA, MINIMAL
8 HALAMAN



Pengendalian Risiko Kerja K3



Pengendalian Risiko Kerja K3

Pengendalian risiko kerja K3 adalah serangkaian langkah yang diambil untuk meminimalkan potensi bahaya dan kecelakaan di tempat kerja. Hal ini penting untuk memastikan keselamatan dan kesehatan pekerja, serta melindungi aset perusahaan.

Langkah-langkah dalam Pengendalian Risiko Kerja K3:

1 Identifikasi Bahaya:

- Lakukan inspeksi dan observasi di tempat kerja untuk menemukan potensi bahaya.
- Konsultasikan dengan pekerja dan ahli K3 untuk mendapatkan masukan.
- Gunakan daftar periksa bahaya untuk membantu identifikasi.

2 Penilaian Risiko:

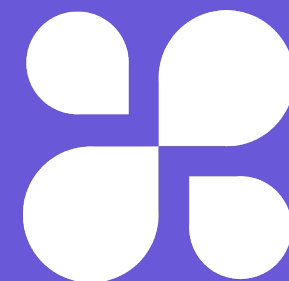
- Evaluasi kemungkinan dan tingkat keparahan bahaya.
- Gunakan matriks risiko untuk membantu penilaian.
- Prioritaskan bahaya berdasarkan tingkat risikonya.

3 Pengendalian Risiko:

- Implementasikan langkah-langkah pengendalian yang sesuai dengan tingkat risiko.
- Gunakan hierarki pengendalian risiko, dengan eliminasi bahaya sebagai pilihan utama.
- Beberapa contoh langkah pengendalian:
 - Eliminasi: Menghilangkan sumber bahaya.
 - Substitusi: Mengganti bahan atau proses berbahaya dengan yang lebih aman.
 - Engineering controls: Memodifikasi peralatan atau tempat kerja untuk mengurangi risiko.
 - Administrative controls: Menerapkan prosedur kerja yang aman, pelatihan, dan program K3.
 - Alat Pelindung Diri (APD): Menyediakan APD yang sesuai untuk pekerja.

4 Monitoring dan Evaluasi:

- Pantau efektivitas langkah-langkah pengendalian risiko.
- Lakukan audit K3 secara berkala.
- Evaluasi dan tinjau kembali program pengendalian risiko secara berkala.



Bahaya

Segala sesuatu yang memiliki potensi menyebabkan kerugian, kerusakan, atau cedera

Macam - Macam Bahaya

Bahaya Fisika/Fisik

- Jenis: Kebisingan, getaran, radiasi, suhu ekstrem, tekanan udara, pencahayaan yang buruk, dan ergonomi yang tidak tepat.
- Contoh: Bekerja di lingkungan yang bising, terpapar radiasi saat bekerja dengan mesin X-ray, mengangkat benda berat dengan postur yang salah.

Bahaya Kimia

- Jenis: Bahan kimia berbahaya, seperti zat beracun, karsinogen, mudah terbakar, dan korosif.
- Contoh: Terpapar asap beracun di pabrik kimia, menggunakan pestisida di pertanian, menangani bahan bakar di SPBU.

Bahaya Biologis

- Jenis: Virus, bakteri, jamur, parasit, dan serangga.
- Contoh: Bekerja di rumah sakit dan menangani pasien yang terinfeksi penyakit menular, bekerja di sawah dan terpapar bakteri leptospira, memelihara hewan yang membawa parasit.

Bahaya Psikologis

- Jenis: Stres, kelelahan, depresi, kecemasan, dan trauma.
- Contoh: Bekerja di bawah tekanan dan jam kerja yang panjang, mengalami pelecehan atau bullying di tempat kerja, mengalami kecelakaan kerja yang traumatis.

Bahaya Ergonomis

- Jenis: Postur tubuh yang buruk, gerakan berulang, dan penggunaan alat yang tidak sesuai.
- Contoh: Duduk di depan komputer dalam waktu lama dengan postur yang membungkuk, bekerja dan melakukan gerakan berulang, menggunakan alat yang terlalu berat atau tidak sesuai dengan kemampuan fisik.



Kondisi Bahaya

- Faktor Pekerja
- Kondisi Lingkungan/Infrastruktur
- Tool & Equipment
- Kondisi Pekerjaan
- Bahaya Ergonomis

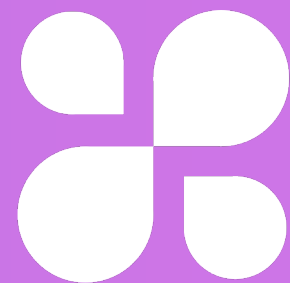
Identifikasi Bahaya

Identifikasi sumber bahaya dapat dilakukan secara efektif dengan:

- Observasi langsung di area kerja/ tempat kerja.
- Diskusi dengan pekerja langsung.
- Rekaman/record kejadian yang telah lalu (data kecelakaan, nearheat, near miss).
- Data-data hasil audit inspeksi: SFA (Shop Floor Audit), safety patrol, NDO, audit internal.
- Peraturan perundangan dan persyaratan lainnya yang relevan
- Membuat tabel/ list jenis-jenis potensi bahaya untuk memudahkan dalam melakukan identifikasi bahaya



SALES SKILL



Melaksanakan Keterampilan Penjualan

Tujuan:

- Meningkatkan kemampuan Anda dalam melaksanakan proses penjualan yang efektif.
- Membantu Anda memahami dan menerapkan berbagai teknik penjualan yang terbukti berhasil.
- Memberikan Anda tips dan trik untuk meningkatkan peluang Anda dalam mencapai target penjualan.

1. Membangun Relasi

- Menjalin hubungan yang baik dengan calon pelanggan.
- Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- Menunjukkan empati dan rasa hormat kepada pelanggan.

2. Presentasi Penjualan yang Efektif

- Menyampaikan informasi produk atau layanan dengan cara yang menarik dan persuasif.
- Menjawab pertanyaan dan keberatan pelanggan dengan tepat.
- Menutup penjualan dengan sukses.

3. Negosiasi

- Mempelajari teknik negosiasi yang efektif.
- Mencapai kesepakatan yang menguntungkan kedua belah pihak.
- Menangani situasi yang sulit dengan profesional.

4. Mengelola Pelanggan

- Membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.
- Memberikan layanan pelanggan yang excellent.
- Meningkatkan loyalitas pelanggan.

Menyusun Rencana Aktivitas Penjualan

Tujuan

- Meningkatkan efisiensi dan efektivitas tim penjualan.
- Memastikan tim penjualan fokus pada target yang tepat.
- Meningkatkan peluang mencapai target penjualan.

Langkah - Langkah

1. Menetapkan Tujuan Penjualan

- Tentukan target penjualan yang ingin dicapai.
- Uraikan target penjualan menjadi target yang lebih kecil dan mudah dicapai.
- Tentukan deadline untuk setiap target.

2. Mengidentifikasi Target Pasar

- Siapa yang ingin Anda jual produk atau layanan Anda?
- Apa yang mereka butuhkan dan inginkan?
- Di mana Anda dapat menemukan mereka?

3. Merumuskan Strategi Penjualan

- Bagaimana Anda akan menjangkau target pasar Anda?
- Pesan apa yang ingin Anda sampaikan kepada mereka?
- Teknik penjualan apa yang akan Anda gunakan?

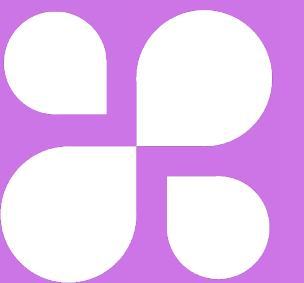
4. Menyusun Rencana Aksi

- Buatlah daftar aktivitas yang perlu dilakukan untuk mencapai target penjualan.
- Tentukan siapa yang bertanggung jawab untuk setiap aktivitas.
- Tentukan deadline untuk setiap aktivitas.

5. Memonitor dan Evaluasi

- Pantau kemajuan tim penjualan Anda secara berkala.
- Evaluasi efektivitas strategi penjualan Anda.
- Lakukan penyesuaian jika diperlukan.

FUNDAMENTAL DIGITAL MARKETING

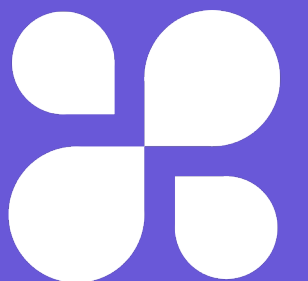


Apa itu Marketing?

adalah proses bisnis yang melibatkan berbagai kegiatan untuk mempromosikan, menjual, dan menyampaikan produk atau jasa kepada konsumen atau mitra kerja.

**Offline
Marketing**

**Digital
Marketing**

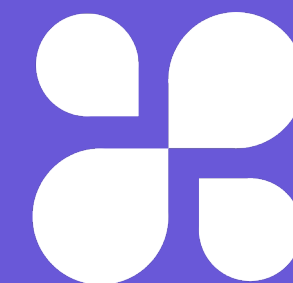




Offline Marketing



Digital Marketing

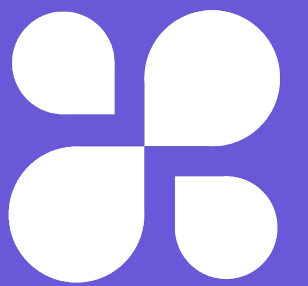




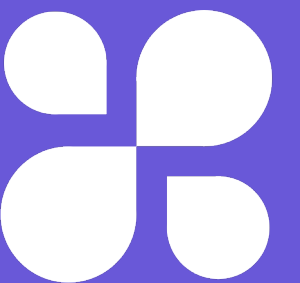
Offline Marketing



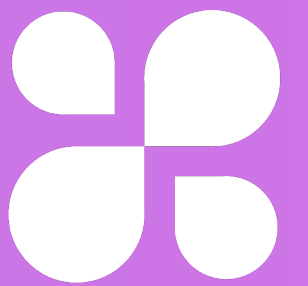
Digital Marketing



Sudah Mulai
Digital Marketing?



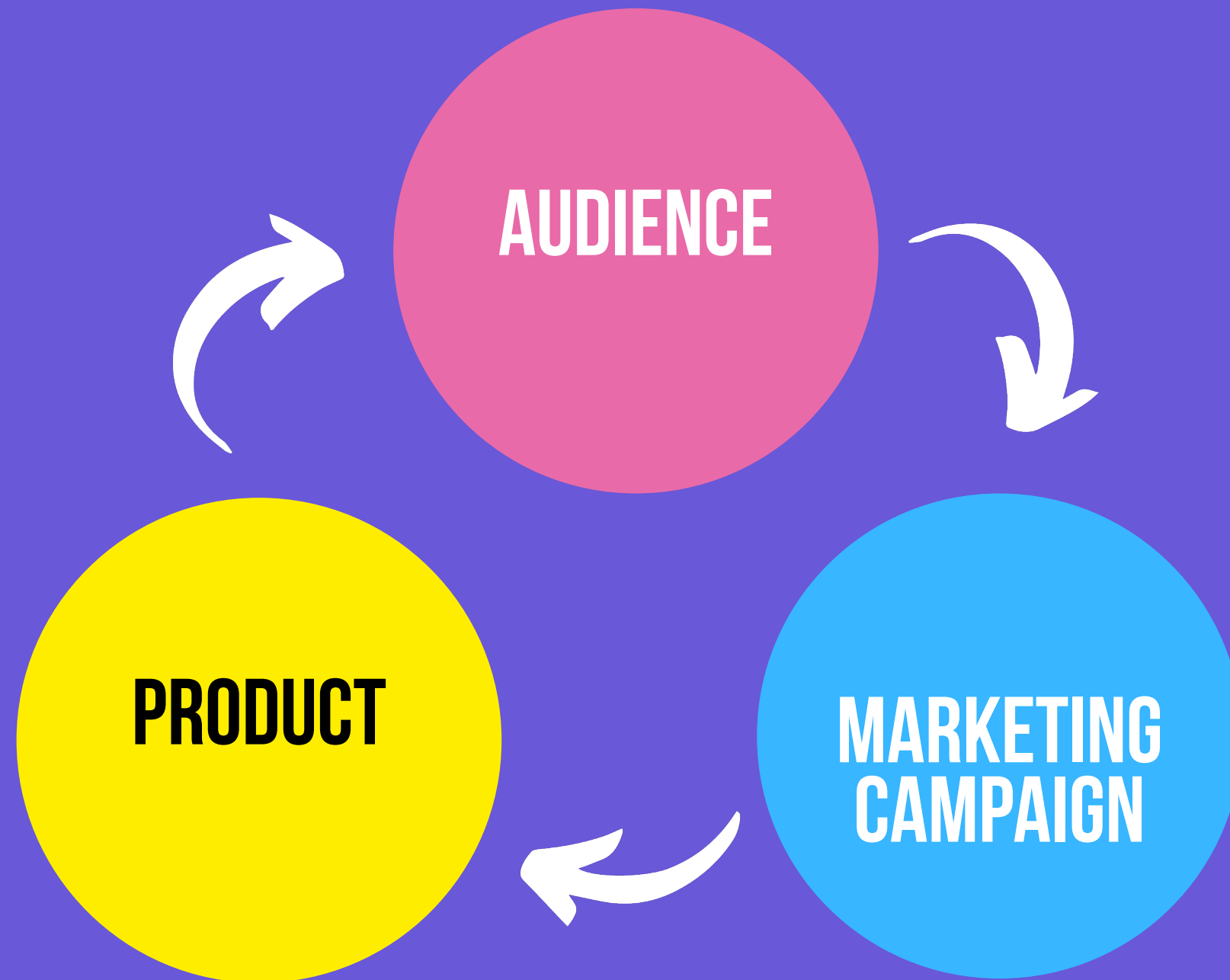
KUNCI SUKSES PEMASARAN



Elemen Pemasaran

- Produk (Product)
- Price (Harga)
- Place (Tempat)
- Promotion (Promosi)
- People (Orang)
- Process (Proses)
- Physical Evidence (Bukti Fisik)

Kunci Sukses Pemasaran



Agar terjadi penjualan diperlukan hubungan 3 hal berikut

- **Produk** Yang Baik
- **Audience** dengan interest yang tepat
- **Marketing Campaign** yang dapat membangkitkan minat beli.

Apa Itu Product(Product)?

Produk adalah inti dari pemasaran. Produk dapat berupa barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Elemen-elemen produk yang perlu dipertimbangkan dalam strategi pemasaran:

Kualitas

Produk harus memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan standar yang diharapkan konsumen.

Desain

Desain produk harus menarik dan mudah digunakan.

Fitur

Produk harus memiliki fitur yang bermanfaat bagi konsumen.

Merek

Merek produk harus kuat dan mudah diingat.

Kemasan

Kemasan produk harus menarik dan informatif.

Apa Itu Product(Product)?

PRODUCT

Grinder Kopi



SOLUSI

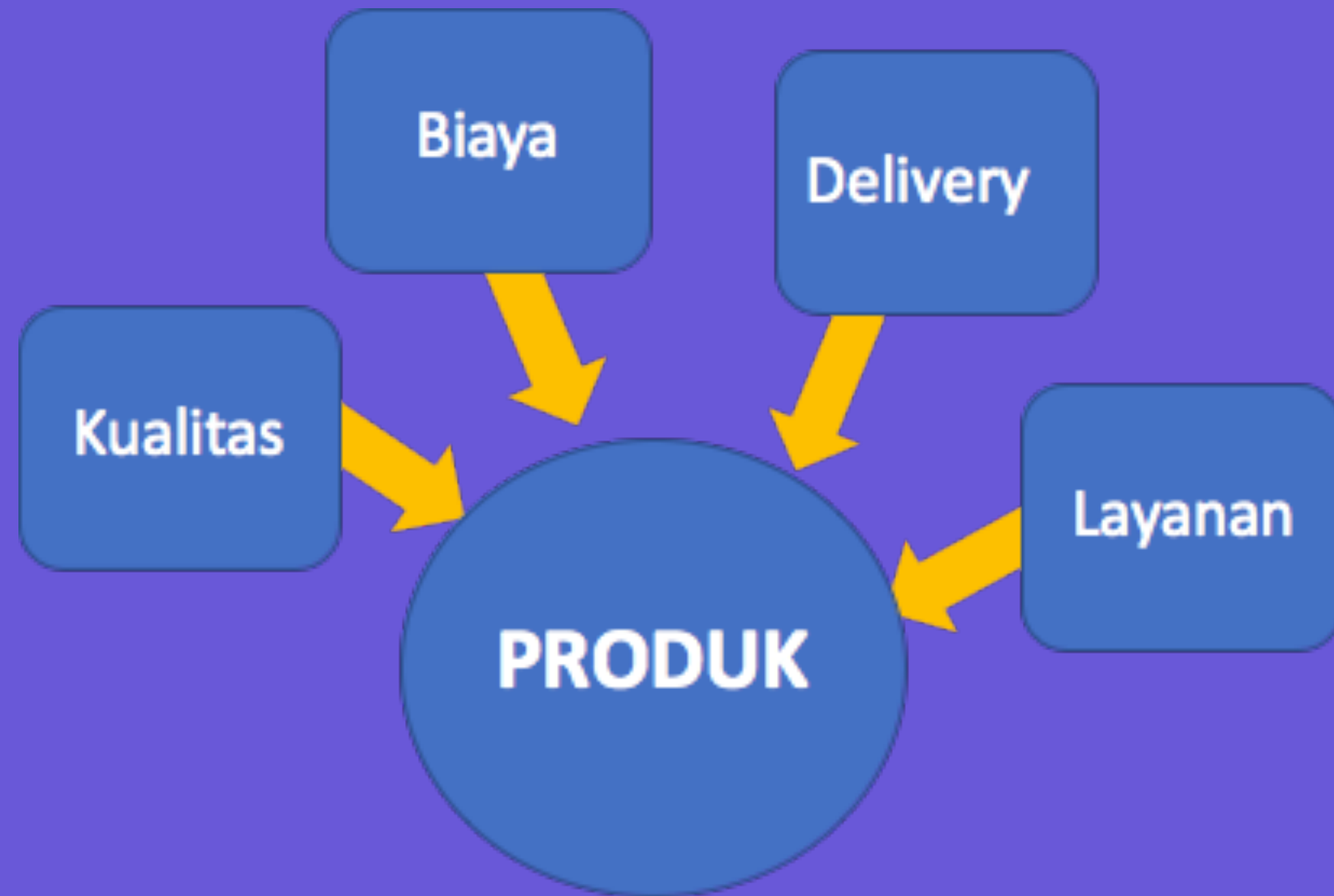
Membantu Menggiling Kopi Jadi Lebih mudah



VALUE

Memberikan Efisiensi waktu & Konsistensi hasil gilingan kopi pada pengguna

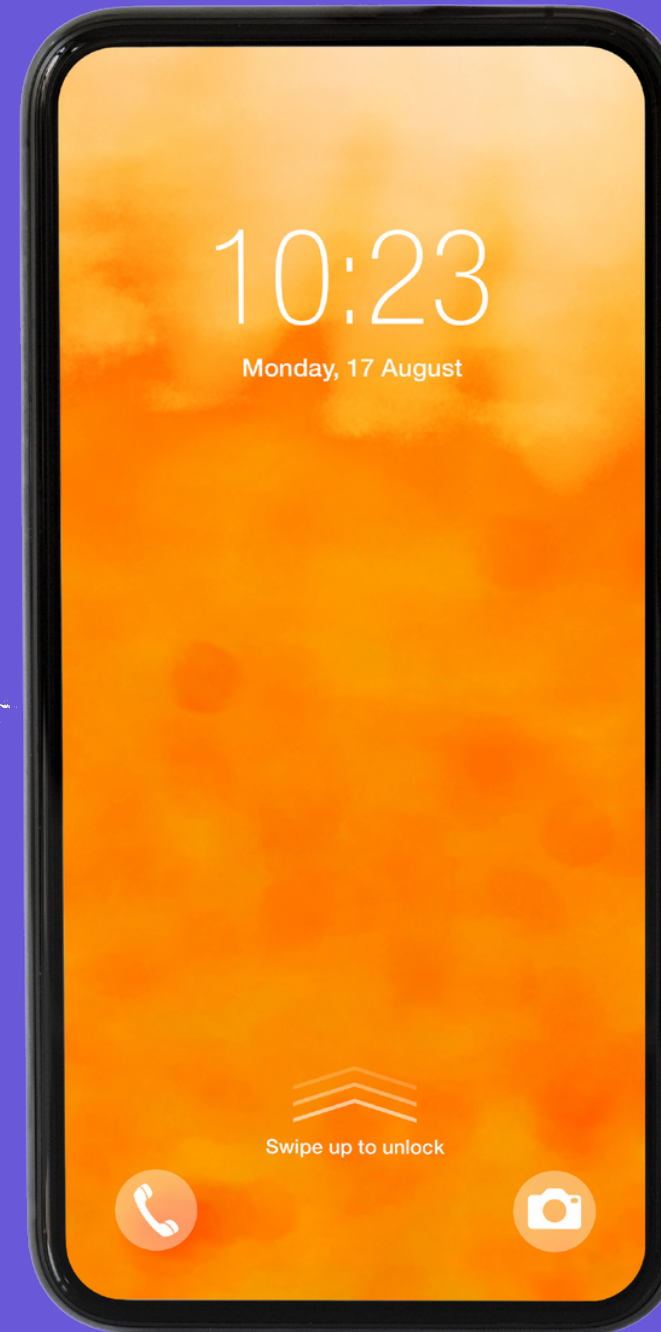
Hal yang menjadi pertimbangan pembeli



IOS



ANDROID



VS

Apa Itu Product(Product)?

VALUE

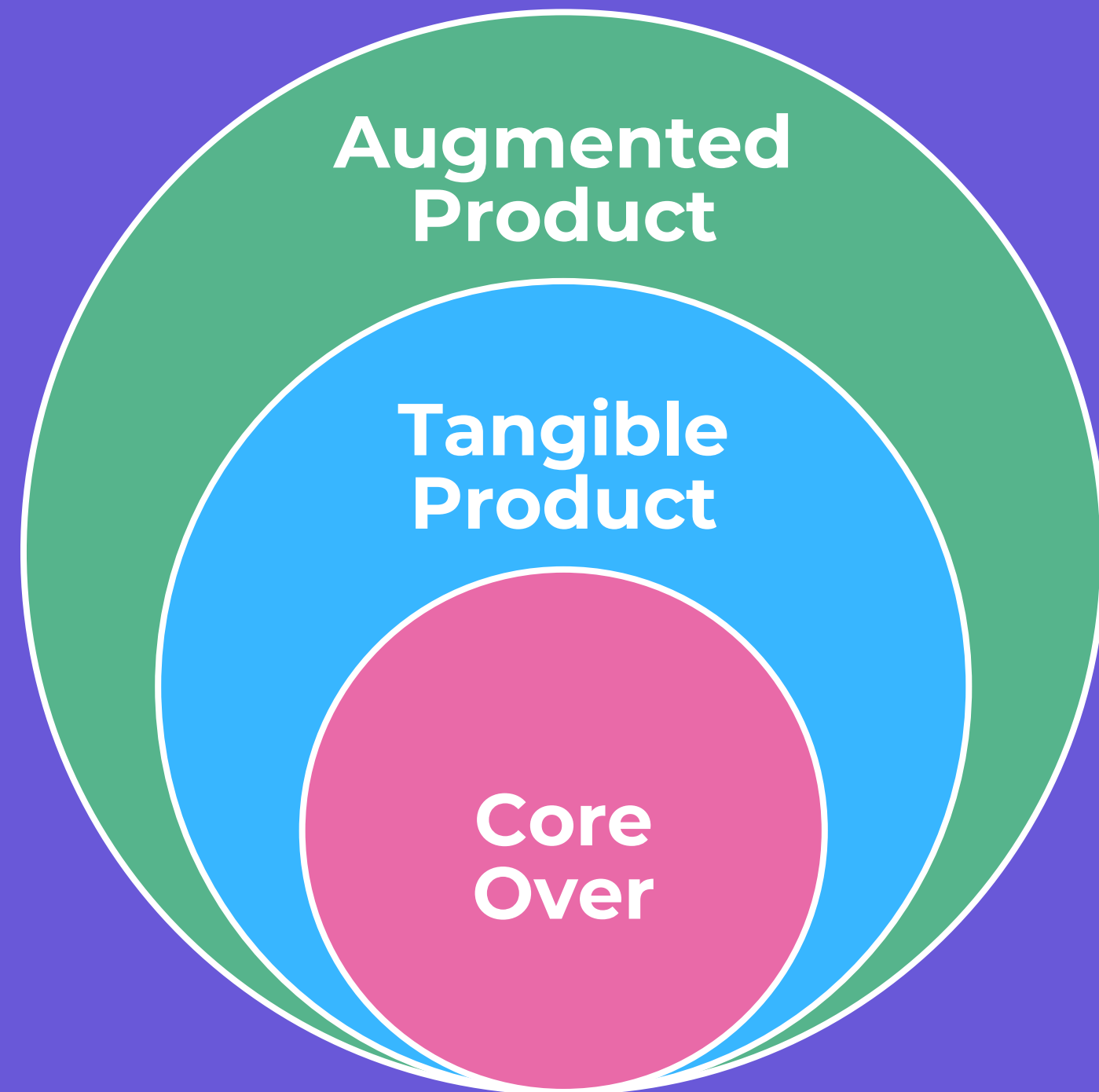
FB + EB

Price

FB = Functional Benefit

EB = Emotional Benefit


Level Product



Core Over (Produk Utama)
Mesin Penggiling Kopi


Tangible Product (Bisa dirasa & dilihat)
Varian Warna/ Model Mesin Kopi


Augmented Product (Layanan Tambahan)
Garansi
Layanan Purna Jual (Service)
Member/Point Reward




LD-021

Grinding Stones Diameter (flat type) ϕ : 60mm
 Hopper Capacity : 1000g
 Rpm : 2000 Voltage/Frequency : 220V/50Hz 110V/60Hz
 Gross Weight : 5.5KG
 Dimension of machine : 22x14x47CM
 Dimension of packing : 42x19x31.5CM (1 PCS)
 Dimension of packing : 44x41.5x33.5CM (2 PCS)
 Power : 250W
 Body Material : Cast Aluminum alloy
 Drive Way : Automatic
 Available Colors : Black & Red & Silver
 (optional any specific color)

Available colors: 



Setting Panel



Handle Holder

Core Over



Diferensiasi Produk (Tangible Product)



Otten™
COFFEE

Extra CASH BACK

GARANSI 12 BULAN

OFFICIAL DISTRIBUTOR

Augmented Product

Mari Analisis Produk Anda

Siapkan data untuk ditulis di Notepad/Catatan

A. Nama produk:
Merk/Brand :

B. Fitur (karakteristik yg melekat pada produk): 1-5

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

C. Manfaat Fungsional produk:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

D. Manfaat Emosional produk:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

E. Keunggulan di banding kompetitor:

- 1.
- 2.

F. Kata Kunci apa yang ditulis oleh calon pembeli:

Mari Analisis Produk Anda

Contoh :

A. Nama produk: Madu Hutan Asli
Merk/Brand : Hana Honey

B. Fitur (karakteristik yg melekat pada produk): 1-5

1. Kandungan Nutrisi Lebih Kaya
2. Khasiat Alami yang Lebih Tinggi
3. Antibakteri dan Antioksidan Kuat
4. Cita Rasa Unik dan Alami
5. Langka dan Bernilai Tinggi

C. Manfaat Fungsional produk:

1. Sumber Antioksidan Alami yang Kuat
2. Membantu Meningkatkan Sistem Imun
3. Membantu Menyembuhkan Luka
4. Meredakan Batuk dan Sakit Tenggorokan
5. Sumber Energi Alami

D. Manfaat Emosional produk:

1. Pengurang Stres Alami
2. Peningkat Mood
3. Penambah Rasa Nyaman
4. Penguat Koneksi dengan Alam
5. Simbol Kemewahan dan Kenyamanan

E. Keunggulan di banding kompetitor:

1. Harga Ekonomis
2. Jaminan Keaslian

F. Kata Kunci apa yang ditulis oleh calon pembeli:

“Madu Hutan Asli” “Madu Hutan Riau” “Beli Madu Hutan”

Menentukan UVP, USP dengan ChatGPT/Gemini

Prompt ke 1

Sebagai Expert, Bantu saya membuat Unique Value Proposition untuk produk/jasa [nama produk/jasa] yang menonjolkan manfaat utama dan keunggulan unik dibandingkan kompetitor. Berikut fitur, manfaat dan keunggulan oleh produk/jasa ini : [Sebutkan]

Prompt ke 2

Sebagai Expert, Bantu saya menemukan Unique Selling Proposition (USP) untuk produk/jasa [nama produk/jasa].

Company Profile

Apa itu Company Profile?

Company profile atau profil perusahaan adalah sebuah dokumen atau presentasi yang memberikan gambaran menyeluruh tentang suatu perusahaan. Berfungsi sebagai "kartu nama" perusahaan, yang menyajikan identitas, visi, misi, produk atau jasa yang ditawarkan, serta pencapaian perusahaan.

Isi Umum Company Profile:

- **Identitas perusahaan:** Nama perusahaan, logo, slogan, alamat, nomor telepon, email, dan website.
- **Sejarah perusahaan:** Tahun berdirinya, pendiri, perkembangan perusahaan, dan pencapaian penting.
- **Visi dan misi:** Tujuan jangka panjang dan nilai-nilai perusahaan.
- **Produk atau jasa:** Detail tentang produk atau jasa yang ditawarkan, keunggulan kompetitif, dan target pasar.
- **Tim manajemen:** Profil singkat anggota tim manajemen dan keahlian mereka.
- **Struktur organisasi:** Gambaran umum tentang struktur organisasi perusahaan.
- **Klien atau mitra:** Daftar klien atau mitra bisnis yang telah bekerja sama.
- **Penghargaan dan sertifikasi:** Penghargaan yang pernah diraih dan sertifikasi yang dimiliki.
- **Proyek unggulan:** Contoh proyek yang berhasil diselesaikan.
- **Rencana masa depan:** Visi perusahaan untuk masa depan.



Terapkan 5 Cara Riset Pasar ini, Dijamin Sukses!

1. Tentukan Target Market



3. Riset Kompetitor



5. Cari dan Ikuti Tren



2. Survei Konsumen



4. Riset Permintaan Produk



3 Pertanyaan dalam Tentukan Target Market:

**1. Siapa Konsumen
Kamu?**



2. Apa Kebutuhannya?



**3. Berapa Nilai Target
Market-mu?**



Contoh Analisis Target Pasar

Studi Kasus Mesin Kopi

- **Usia:** 25-55 tahun
- **Jenis kelamin:** Pria dan wanita
- **Penghasilan:** Menengah ke atas (5 - 20 jt)
- **Pendidikan:** Minimal SMA
- **Pekerjaan:** Profesional, pengusaha, karyawan kantoran
- **Status** Menikah atau tidak menikah
- **Gaya Hidup** : Modern, sibuk, praktis, peduli kesehatan
- **Lokasi Geografis** :Seluruh Wilayah Indonesia Perkotaan, pinggiran kota
- **Preferensi** : Bertinggal di rumah sendiri , Mandiri, ambisius, berkelas, suka kopi/penikmat kopi

Studi Kasus Hijab Kantoran

- **Usia:** 20-45 tahun
- **Jenis kelamin:** Wanita
- **Penghasilan:** Menengah (2-10jt)
- **Pendidikan:** Beragam
- **Pekerjaan:** Karyawan kantoran, profesional
- **Status** Menikah atau tidak menikah
- **Gaya Hidup** : Modern, profesional, rapi, sopan ,syar'i
- **Lokasi Geografis** :Seluruh Wilayah Indonesia Perkotaan, pinggiran kota
- **Preferensi** : Mandiri, berkelas, selalu memikirkan penamapilan dan tertari dengan fashion terkini

Menentukan STP & Buyer Persona dengan ChatGPT/Gemini

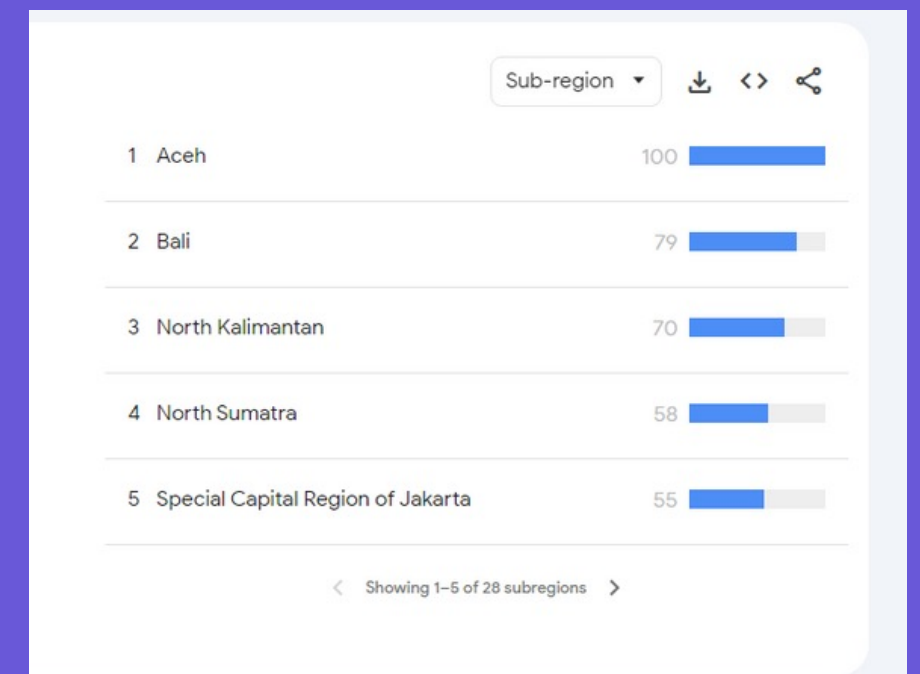
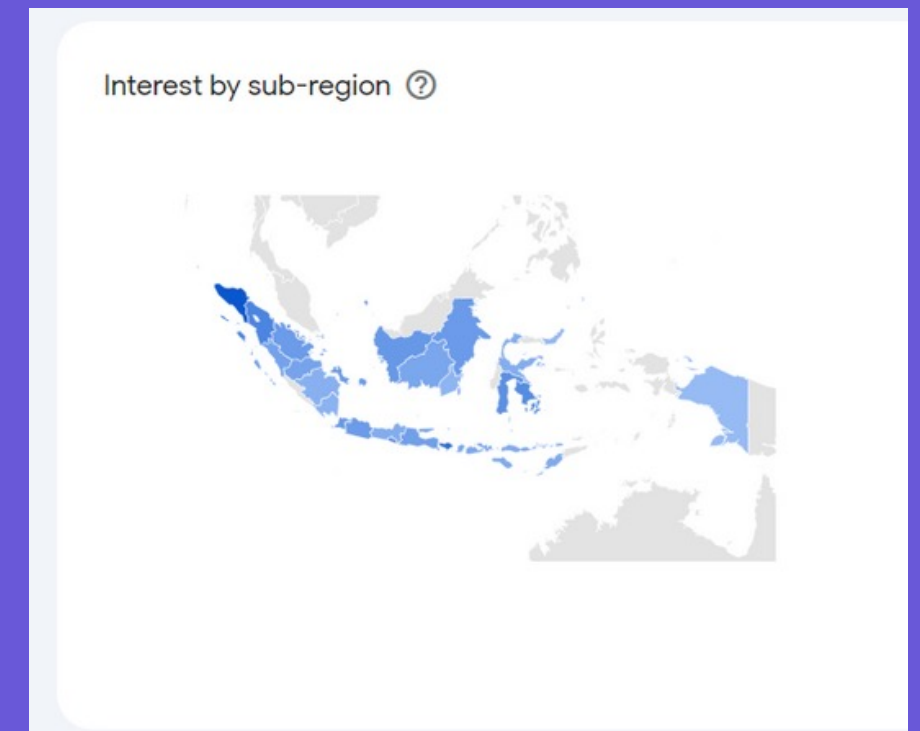
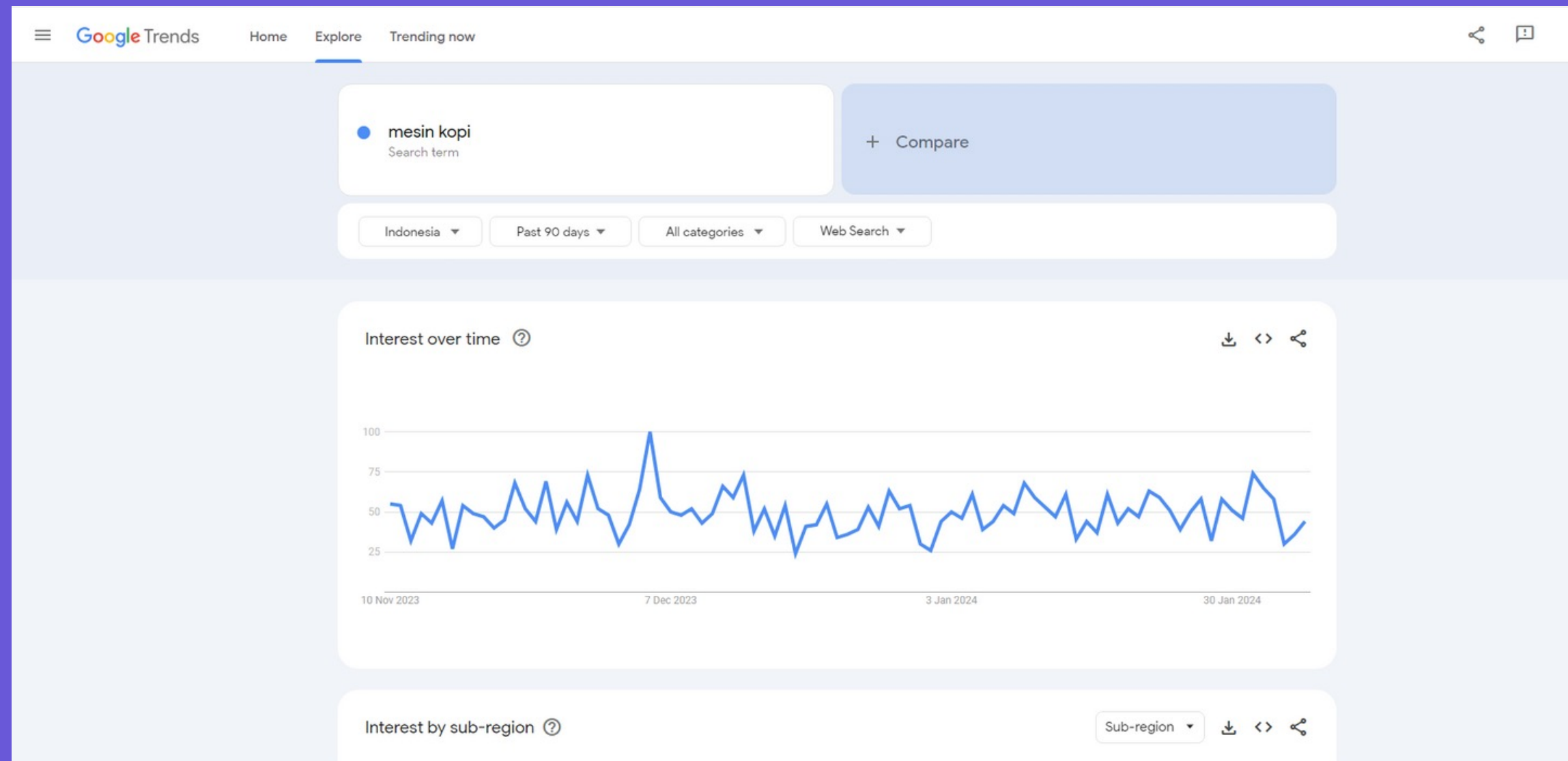
Prompt ke 3

Sebagai Expert, Bantu saya membuat strategi STP (Segmentation, Targeting, Positioning) untuk produk/jasa [nama produk/jasa]. Tentukan segmen pasar yang ingin dijangkau, target pasar utama, dan posisi yang ingin diambil di pasar.

Prompt ke 4

Sebagai Expert, Bantu saya membuat 3 profil Buyer Persona untuk produk/jasa [nama produk/jasa]. Sertakan informasi demografis, psikografis, perilaku, kebutuhan, dan tantangan yang dihadapi oleh target pelanggan.

Analisa Tren Pasar dengan Google Trends



Setelah Tahu Produknya, kemudian Analisa Competitor

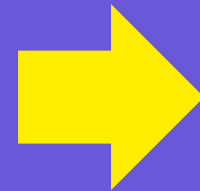
Bertujuan untuk menemukan ide dan inspirasi:

- **Lihat perilaku followers mereka**
- **Akuisisi followers**
- **Lakukan ATM (Amati, Tiru, dan Modifikasi)**

Langkah Analisa Competitor

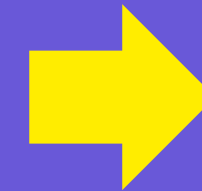
1

Cari kompetitor yang sebidang dengan usaha kita diinstagram atau di platform manapun yang kalian pakai



2

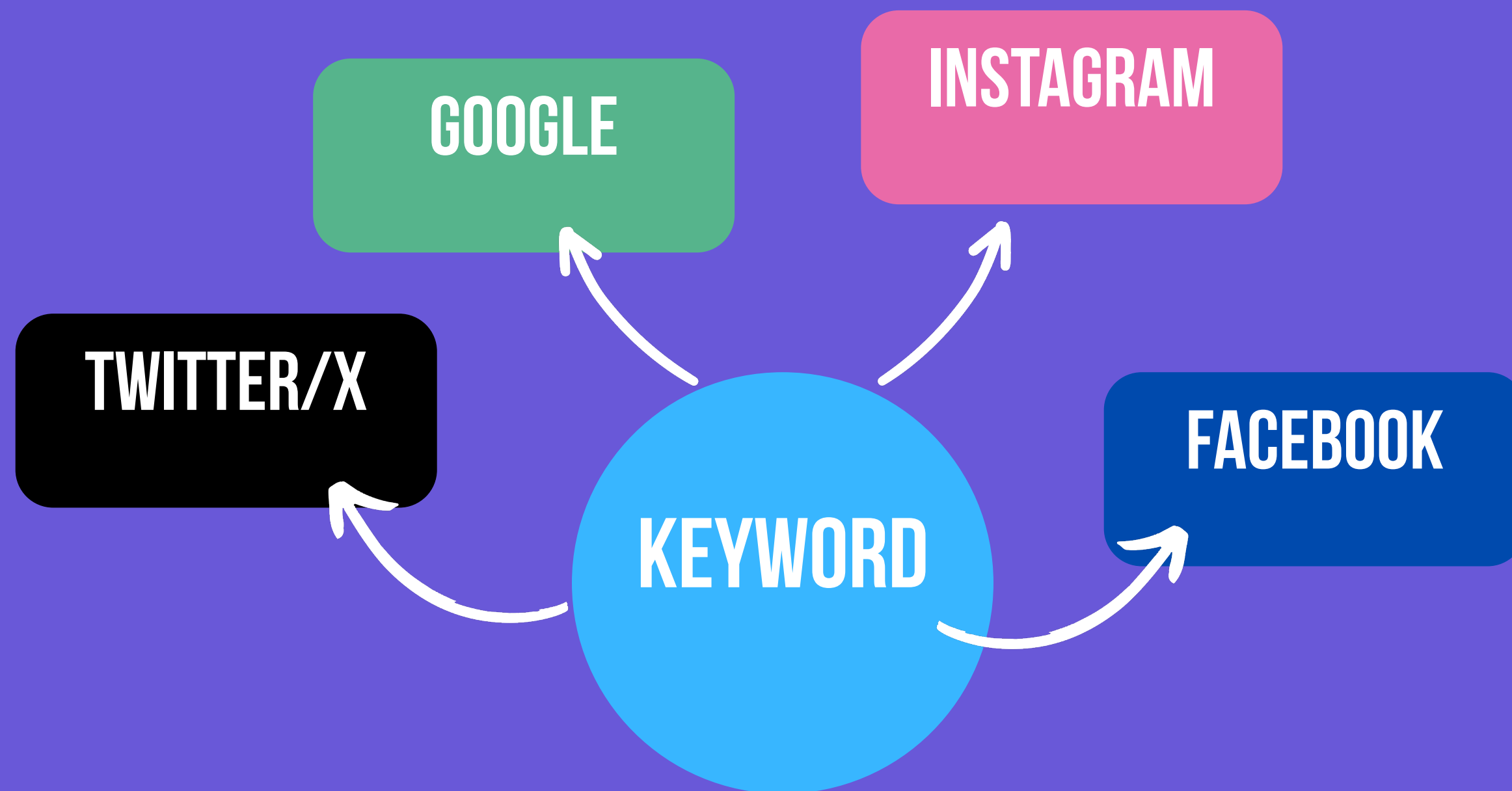
Lihat profilnya dan perhatikan followersnya, is it real and quality proven?



3

Jika ok, masuk-kan dalam competitor list kalian jika tidak cari lagi

Channel Untuk Mencari Competitor



Contoh Riset Competitor Mesin Kopi

The screenshot shows the Instagram profile for 'mesinkopiespresso'. The profile picture is a circular logo with 'MKE MESIN KOPI ESPRESSO' inside. The bio identifies it as a retail company and an authorized distributor for brands like @lamarzocoid, @profitec.id, Mazzer, and Nuova Ricambi. The profile has 2,015 posts, 3,480 followers, and 1,167 following. Below the bio are several story highlights with icons for home, stars, a cat, a coffee cup, a shop, a truck, and a coffee machine. At the bottom, there are three post thumbnails: one with a Marzocco machine and a 'HELLOOO' greeting, one showing a coffee machine with the text 'Coffee Tasting Experience #3', and one showing a cardboard box labeled 'PRO' with the text 'Yuk kenalan dengan Mesin Kopi dari Jerman'.

The screenshot shows a Google search for 'mesin kopi murah'. The search results are filtered for 'Medan, Medan City, North Sumatra'. The first result is from Shopee Indonesia, titled 'Jual mesin kopi Harga Terbaik & Termurah Februari 2024'. It features a carousel of various coffee machines with prices, such as 'Rp.15.500.000'. The second result is from Tokopedia, titled 'Mesin Kopi Espresso Murah Harga Terbaru', also featuring a carousel of coffee machines and a '5' star rating with 634 reviews. The search interface includes the Google logo, search bar, and navigation tabs for All, Images, Videos, Maps, News, and Tools.

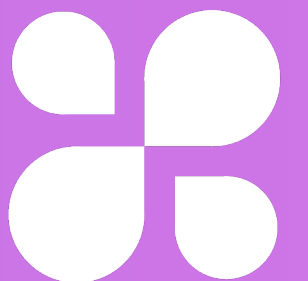
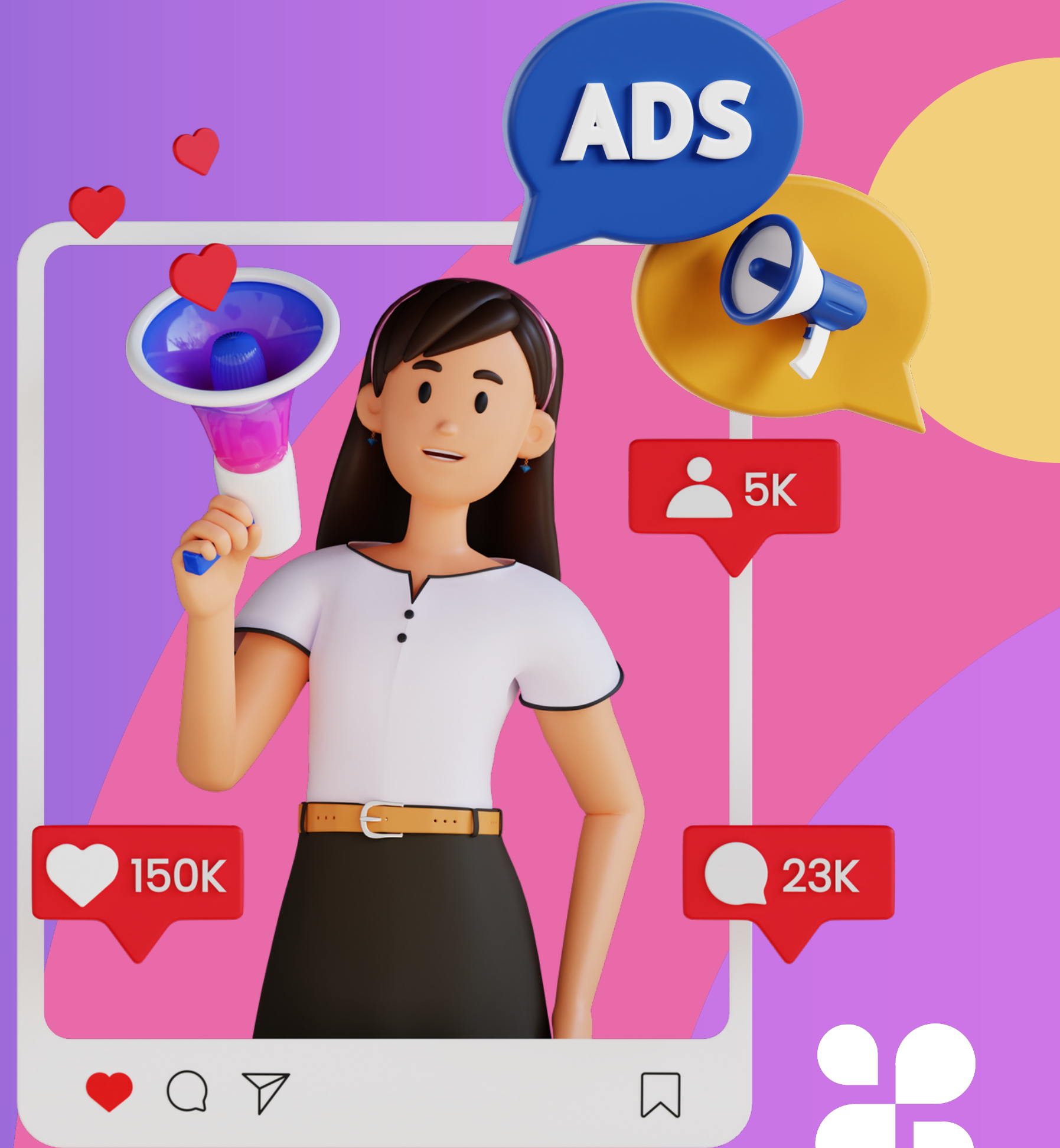
Tugas Anda

Tambahkan ke Marketing Brief Anda:

- **Nama Usaha dan Deskripsi Usaha Anda**
- **3 Produk Unggulan beserta foto produk**
- **Analisa Target Pasar**
- **3 Kompetitor Usaha Anda**

CHANNEL DIGITAL MARKETING

Google My Business, Google Search
Website, Facebook, Instagram dll



Google My Business / Google Business Profile

The screenshot displays a Google search for "kursus komputer medan". The search bar at the top shows the query and the Google logo. Below the search bar, there are filters for "Peringkat" and "Jam buka". The results list three computer courses:

- LKP Webmedia Training Center**: 4.8 stars (348 reviews), Kursus Komputer. Sudah beroperasi selama 20+ tahun. Jl. Setiabudi, ... Buka - Tutup pukul 19.00. Layanan di tempat · Kelas online. Includes "Situs" and "Rute" icons.
- Sanger Learning**: 4.8 stars (56 reviews), Kursus Komputer. Sudah beroperasi selama 3+ tahun. Jl. Flamboyan ... Buka - Tutup pukul 21.00. "Tempat kursus komputer dan multimedia yang paling recommended di medan". Includes "Situs" and "Rute" icons.
- Dhuo Creative**: 4.9 stars (490 reviews), Kursus Komputer. Sudah beroperasi selama 7+ tahun. Jl. Arteri Ring ... Buka - Tutup pukul 21.00. "kursus komputer dengan kelas yg lengkap, senang bisa bergabung". Includes "Situs" and "Rute" icons.

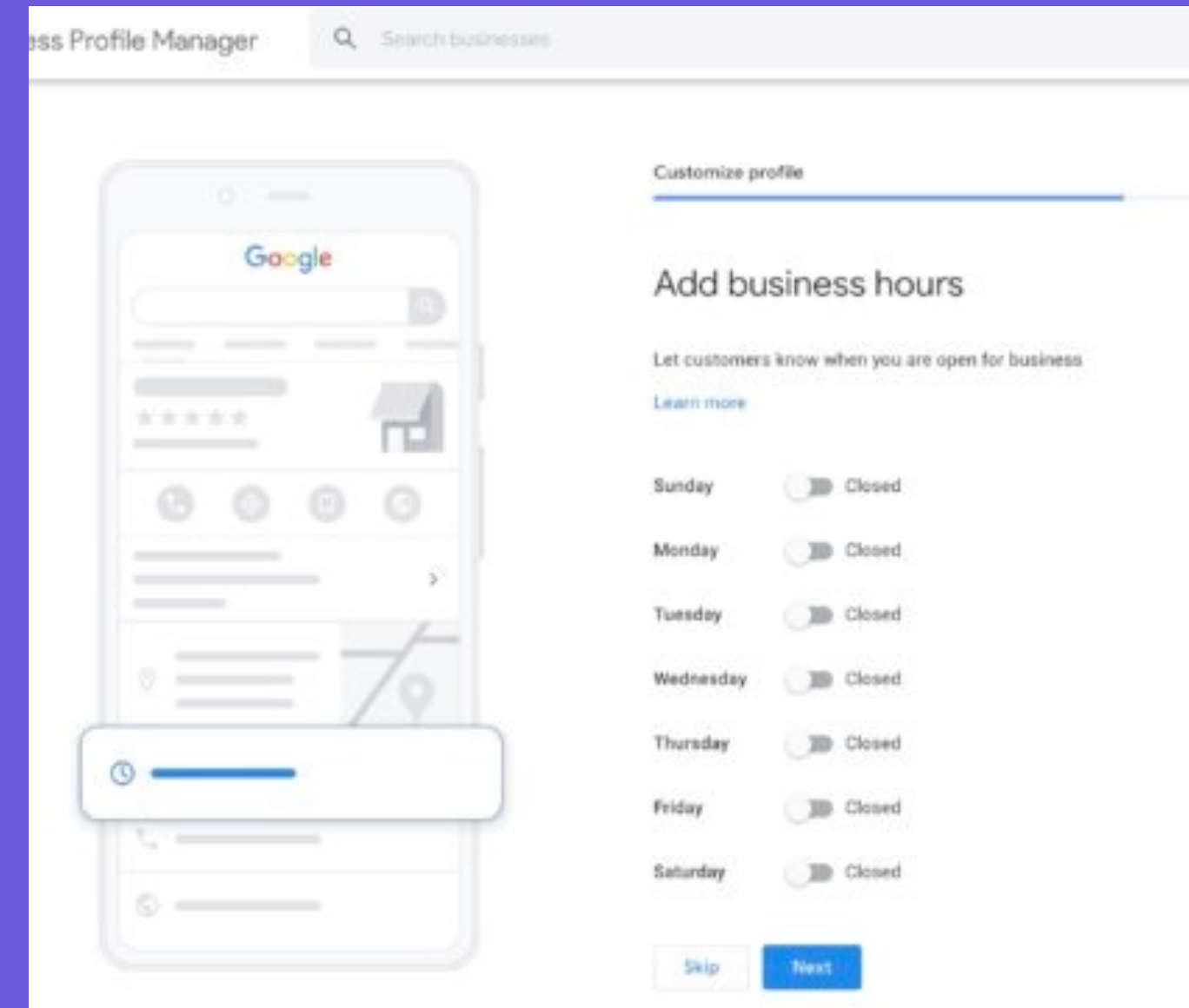
At the bottom of the listings, there is a button labeled "Bisnis lainnya" with a right-pointing arrow. To the right of the listings is a map showing the location of these businesses in Medan. A pop-up window for "Ring Road City Walks Mall" is visible on the map, showing a 4.5 star rating (12,873 reviews). Other landmarks on the map include Universitas Sumatera Utara, Kolam Renang Selayang Medan, and various shopping centers and parks.

Manfaat Google Business Profile

- **Mudah ditemukan di Google Penelusuran dan Maps**
 - Google menggunakan informasi Profil Bisnis Google — lokasi, nomor telepon, deskripsi, dll
- **Kelola informasi bisnis online Anda**
 - Anda dapat memperbarui informasi Google Profil Bisnis Anda kapan saja. Update informasi terbaru dari bisnis Anda.
- **Bangun kepercayaan dengan Google Review**
 - Ulasan adalah elemen kunci dari [bukti sosial](#) dan cara yang berarti untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas online.

Optimalisasi Google Profile Business

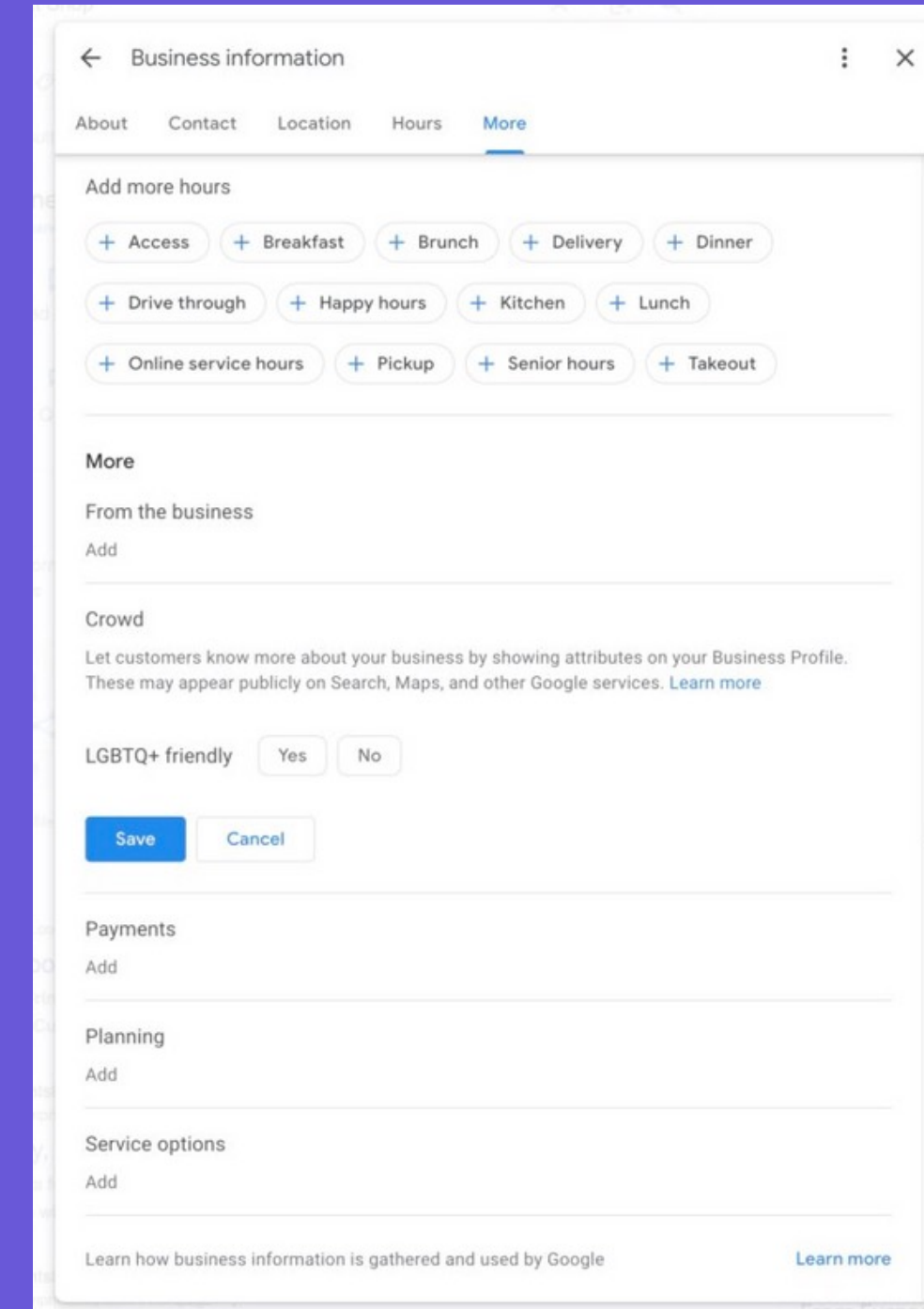
- Melengkapi Profil Bisnis Google Anda akan meningkatkan peluang Anda untuk menonjol — bahkan 2,7 kali lebih besar kemungkinannya .
- Selain itu, orang-orang 70% lebih mungkin mengunjungi bisnis dengan profil lengkap dibandingkan bisnis yang tidak lengkap.
- Google menentukan peringkat pencarian lokal berdasarkan tiga faktor :
 - Relevansi : Seberapa cocok profil Anda dengan maksud pencarian.
 - Jarak : Seberapa jauh lokasi Anda dari pengguna.
 - Keunggulan : Seberapa terkenal bisnis Anda (berdasarkan faktor seperti jumlah ulasan, skor ulasan, dan faktor peringkat SEO lainnya)



Optimalisasi Google Profile Business

Gunakan atribut khusus, jika ada

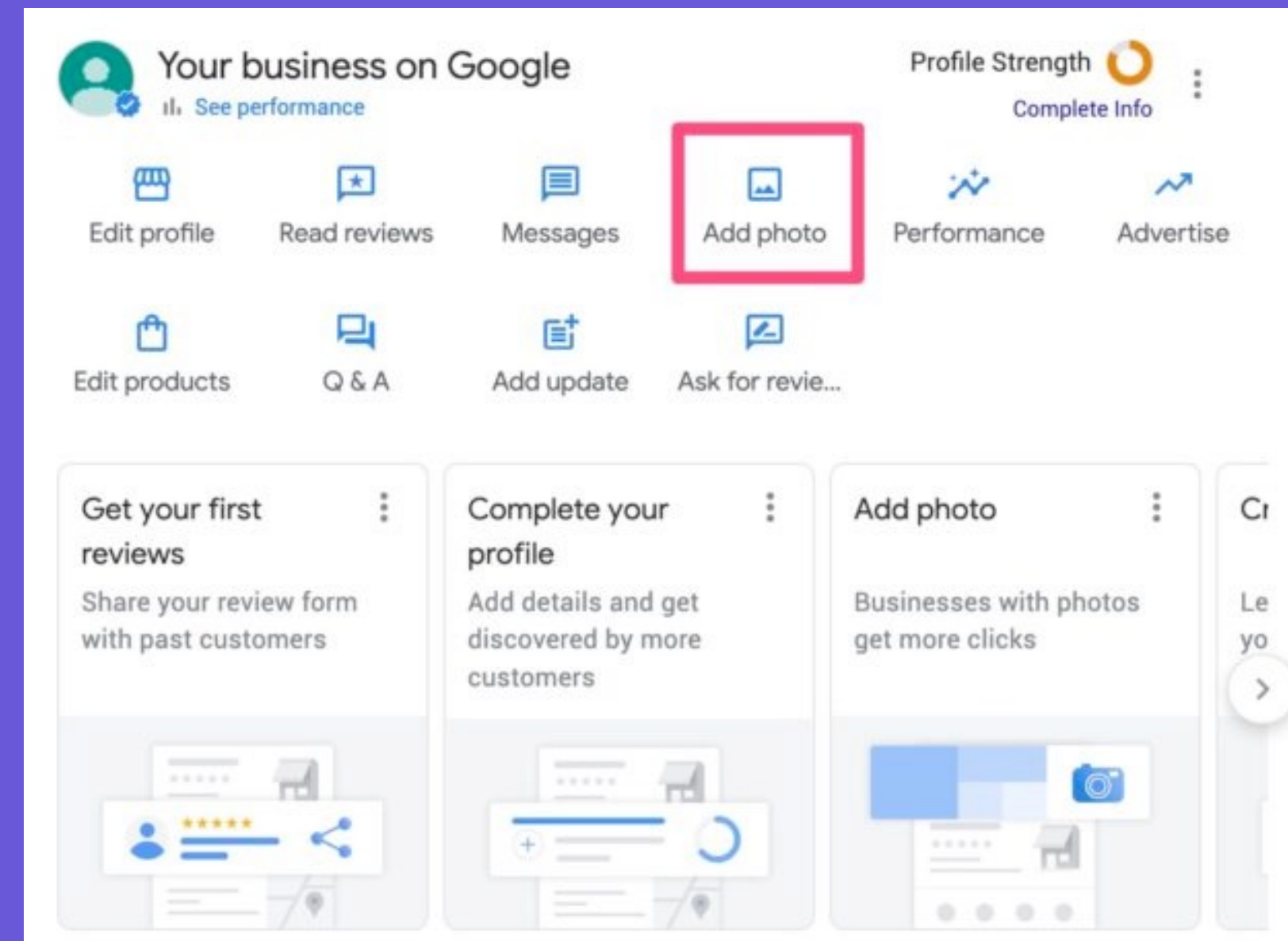
- Beberapa jenis bisnis — restoran, hotel, dan jasa — memiliki akses ke fitur khusus, seperti:
 - Hotel dapat menampilkan peringkat kelas bintang, informasi keberlanjutan, fasilitas di lokasi, waktu check-in dan check-out, dan tautan pemesanan langsung.
 - Restoran dan bar dapat mengunggah menu, foto hidangan, dan menerima reservasi serta pesanan online langsung dari pencarian.
 - Bisnis jasa dapat menampilkan daftar layanan yang ditawarkan.



Optimalisasi Google Profile Business

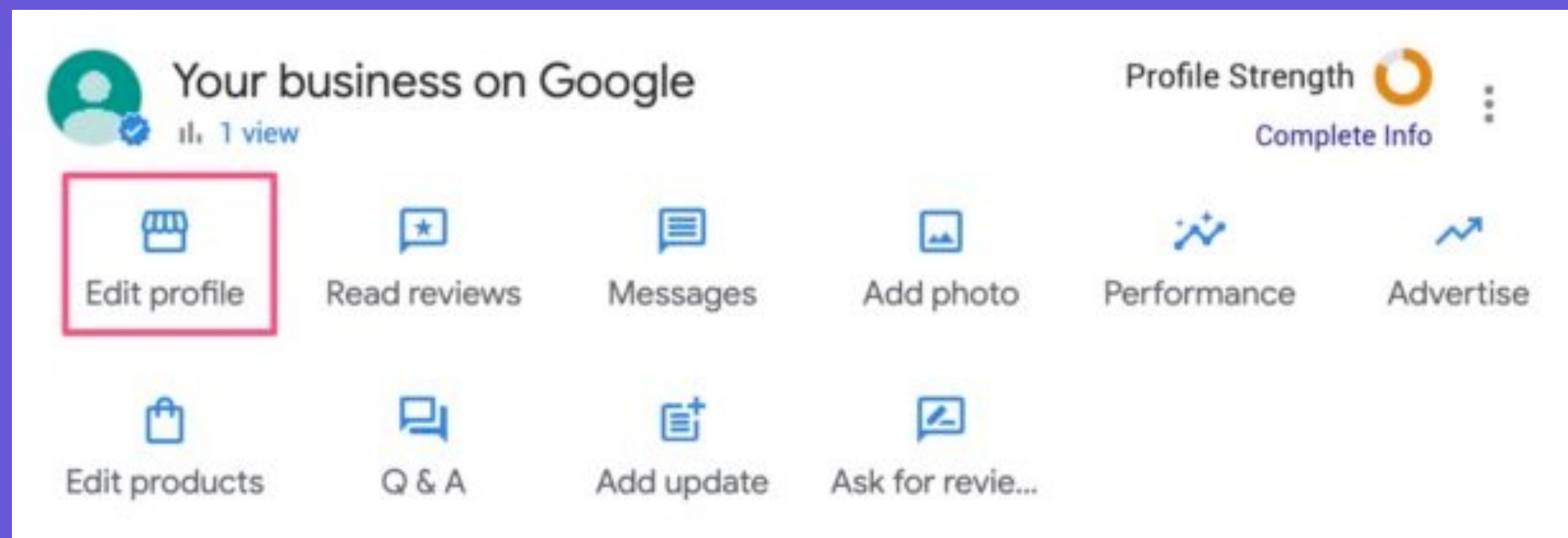
Tambahkan gambar nyata dari bisnis Anda

- Foto membantu membangkitkan minat dan menarik perhatian orang dalam hasil penelusuran.
- Untuk lokasi fisik, caranya mudah: ambil beberapa foto bagus dari bisnis Anda yang sedang beroperasi.



Tips Optimalisasi Lainnya

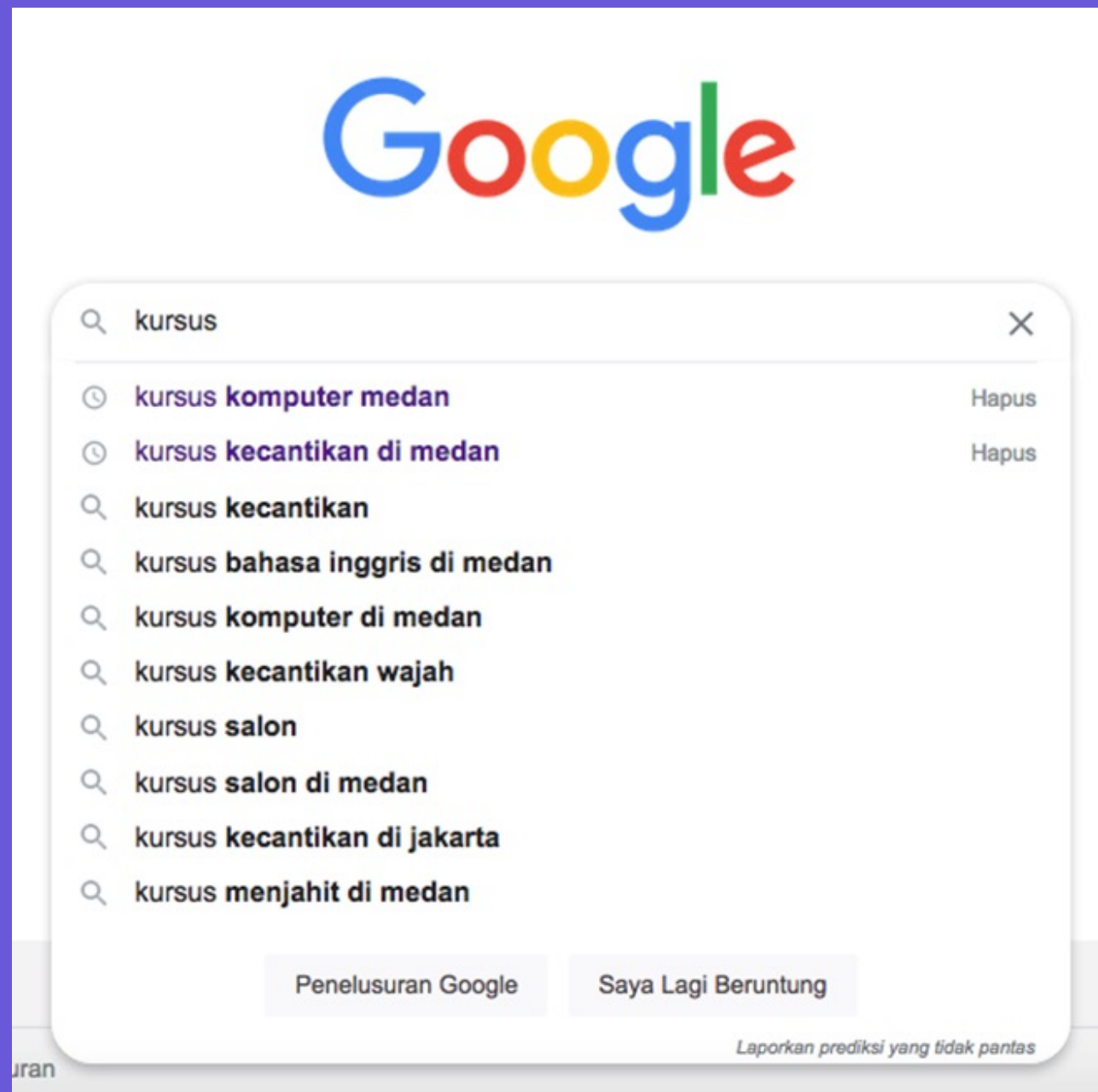
- Tambahkan deskripsi khusus
- Sertakan kata kunci di profil Anda
- Dorong dan jawab ulasan
- Verifikasi alamat jalan Anda
- Perbarui informasi Anda secara teratur
- Impor produk Anda



Tugas Anda

- **Lengkapi Google Profil Bisnis Anda sesuai dengan kriteria optimalisasi diatas**
- **Tambahkan Link Google Profil Bisnis dan Screen Shot Halaman Google Profil Bisnis Anda di dalam Marketing Brief.**

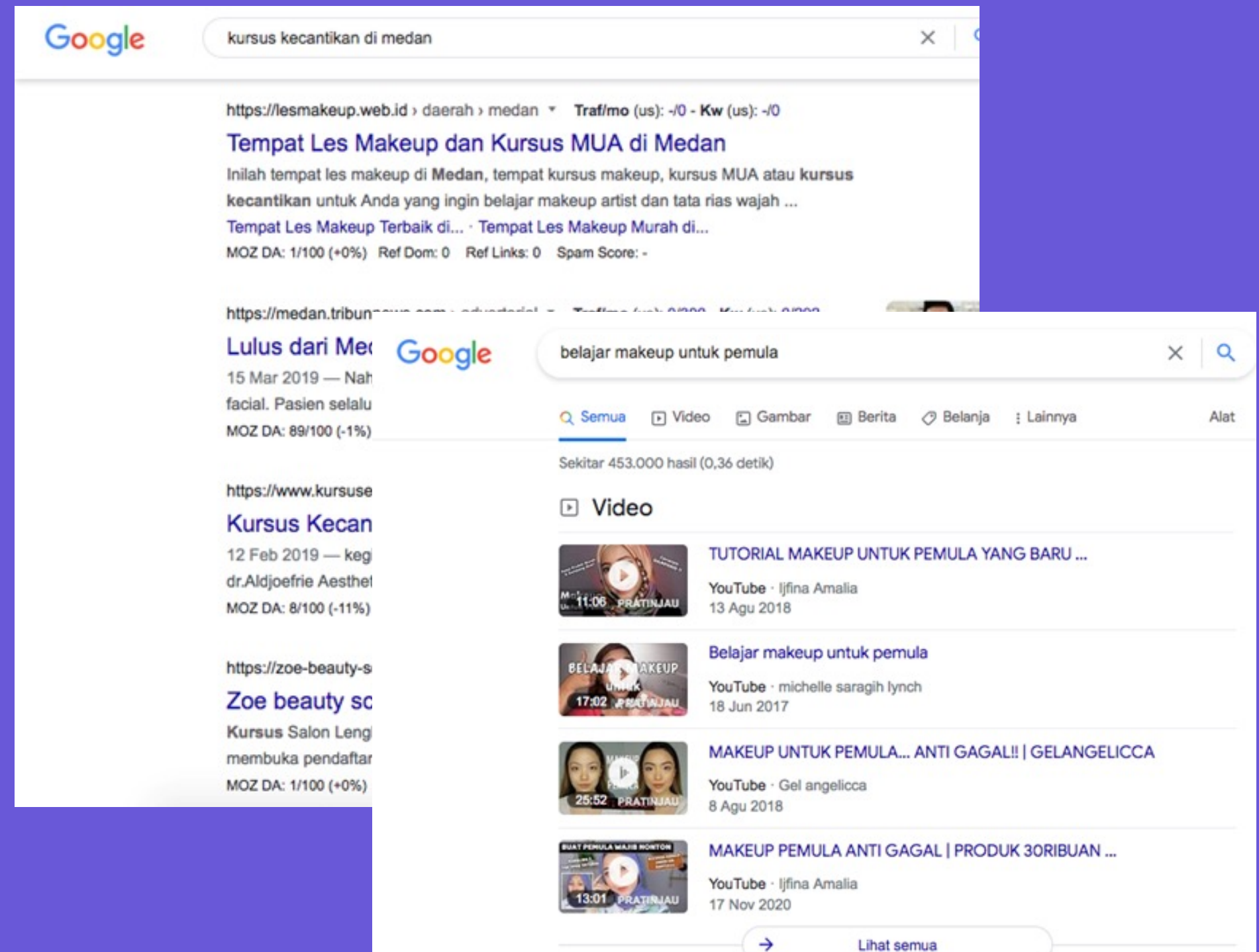
Google Search



The image shows the Google homepage search bar with the word "kursus" entered. Below the search bar, a dropdown menu displays several search suggestions:

- kursus komputer medan
- kursus kecantikan di medan
- kursus kecantikan
- kursus bahasa inggris di medan
- kursus komputer di medan
- kursus kecantikan wajah
- kursus salon
- kursus salon di medan
- kursus kecantikan di jakarta
- kursus menjahit di medan

At the bottom of the search bar area, there are two buttons: "Penelusuran Google" and "Saya Lagi Beruntung". A small link "Laporkan prediksi yang tidak pantas" is visible at the bottom right of the search bar area.



The image shows a Google search result for "kursus kecantikan di medan". The search bar contains the text "kursus kecantikan di medan". The search results include:

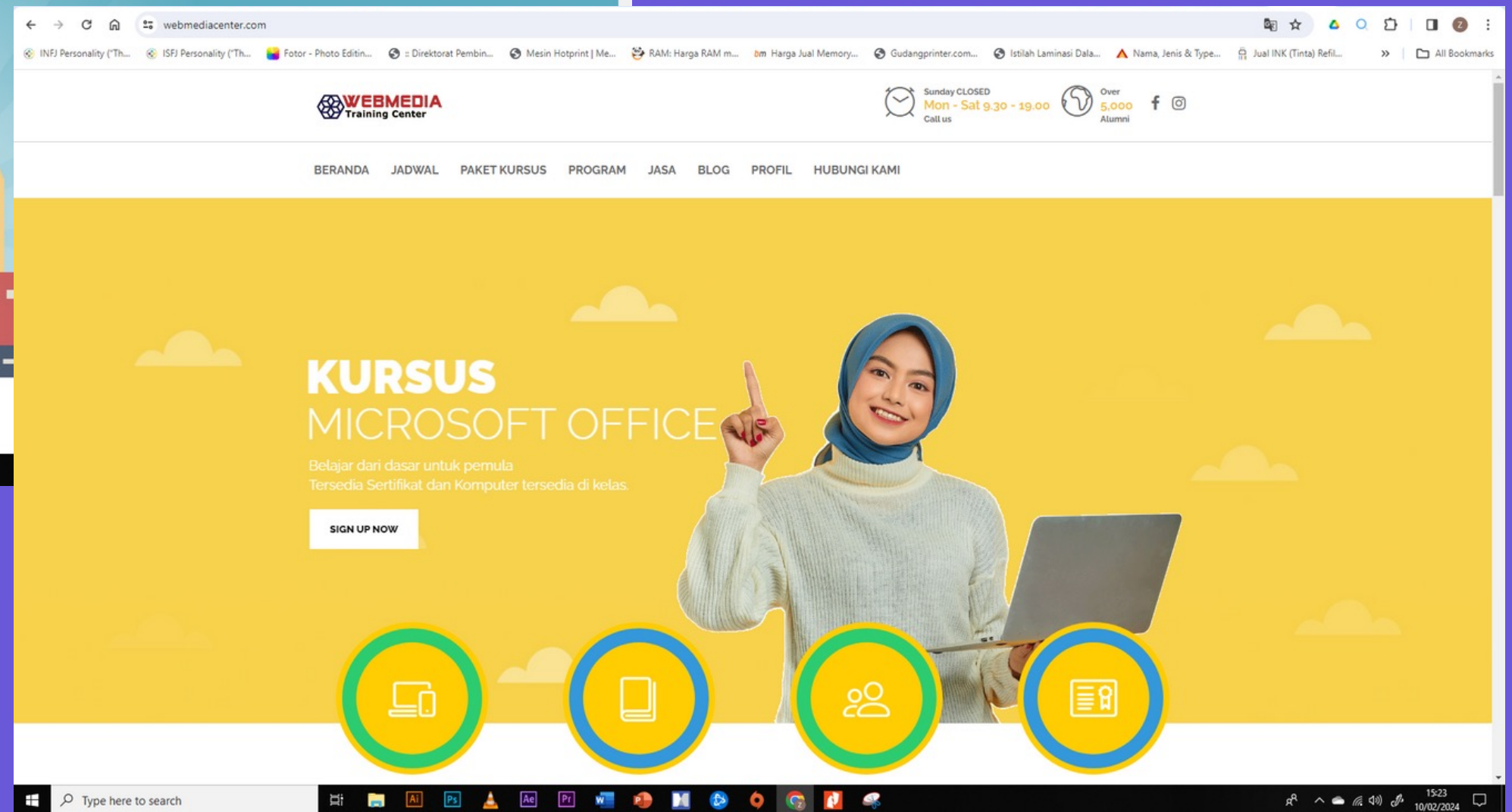
- Tempat Les Makeup dan Kursus MUA di Medan**
Inilah tempat les makeup di Medan, tempat kursus makeup, kursus MUA atau kursus kecantikan untuk Anda yang ingin belajar makeup artist dan tata rias wajah ...
Tempat Les Makeup Terbaik di... · Tempat Les Makeup Murah di...
MOZ DA: 1/100 (+0%) Ref Dom: 0 Ref Links: 0 Spam Score: -
- Lulus dari Me...**
15 Mar 2019 — Nah facial. Pasien selalu
MOZ DA: 89/100 (-1%)
- Kursus Kecan...**
12 Feb 2019 — keg dr.Aldjoefrie Aesthel
MOZ DA: 8/100 (-11%)
- Zoe beauty sc**
Kursus Salon Leng membuka pendaftar
MOZ DA: 1/100 (+0%)

Overlaid on the right side of the image is a video search for "belajar makeup untuk pemula". The search bar contains the text "belajar makeup untuk pemula". The search results include:

- TUTORIAL MAKEUP UNTUK PEMULA YANG BARU ...**
YouTube · Ijina Amalia
13 Agu 2018
- Belajar makeup untuk pemula**
YouTube · michelle saragih lynch
18 Jun 2017
- MAKEUP UNTUK PEMULA... ANTI GAGAL!! | GELANGELICCA**
YouTube · Gel angelicca
8 Agu 2018
- MAKEUP PEMULA ANTI GAGAL | PRODUK 3ORIBUAN ...**
YouTube · Ijina Amalia
17 Nov 2020

At the bottom of the video search results, there is a button "Lihat semua" with a right arrow.

Website



Youtube

YouTube ID search bar: tutorial make up natural untuk sehari-hari

FILTER

- MAKEUP FLAWLESS SEHARI H pakai WARDAH - ONE BRAND...
3 jt x ditonton • 2 tahun yang lalu
598 rb subscriber Enga: 4% VPD: 2.982
- Stefany Talita Visa
- PRODUCTS USED: coming soon *ps: Semua ke mengenai SHADES + PRICE bisa di lihat di dala
- BUAT PEMULA WAJIB NONTON
PANGLING !! Tapi tetap NATURAL
BOCORAN MAKEUP UNDER 30K MANTULLLL
13.01
- MAKEUP PEMULA ANTI GAGAL PRODUK 30RIBUAN KEBAWAH
3,5 jt x ditonton • 1 tahun yang lalu
1,18 jt subscriber Enga: 2% VPD: 6.562
- Ijifina Amalia
- Makeup sering GAGAL ??? coba ikutin tutorial ini yaa... OYAA.. PLUS BANGET TEMEN-TEMEN
- MAKEUP MURAH BIKIN PANGLING!
13.01
- BEJAR MAKEUP KONDANGA UNTUK PEMULA !
1,9 jt x ditonton • 7 bulan yang lalu
361 rb subscriber Enga: 1% VPD: 8.981
- Dewi Rahayu

SUBSCRIPTION

- Khalid Basalamah ...
- Fakultas Peternak...
- Sepulang Sekolah

YouTube ID search bar: belajar word dari nol

FILTER

- BELAJAR MICROSOFT WORD DARI NOL
21.48
- Belajar Microsoft Word dari Nol | Tutorial Word Pemula
109 rb x ditonton • 1 tahun yang lalu
239 rb subscriber Enga: 4% VPD: 272 SEO: 43/100
- Ignasius Ryan
- Video ini menjelaskan tentang dasar-dasar Microsoft Word untuk membantu kalian yang ini belajar dari awal. E-BOOK...
- Cara Cepat Belajar Microsoft Word | Tutorial Pemula Bagian 1
1,5 jt x ditonton • 2 tahun yang lalu
Enga: 2% VPD: 1.469 SEO: 6/100
- Isnaini panglima
- Sebuah video yang mengajarkan tentang belajar Microsoft word secara singkat dan cepat bagi pemula dari mulai dasar...
- Ms. Word
Dari Pemula Sampai Mahir
KURSI GRATIS
- Tutorial Word dari Pemula sampai mahir - Kursus Gratis...
651 rb x ditonton • 2 tahun yang lalu
30,2 rb subscriber Enga: 2% VPD: 811 SEO: 11/100
- Komputer Mendoan

SUBSCRIPTION

- Khalid Basalamah ...
- Fakultas Peternak...
- Sepulang Sekolah

Facebook

The image shows a screenshot of a Facebook profile page for a business named 'mallkopiid'. The profile is public and has a verified Instagram account. The page layout includes a navigation bar at the top with 'Profil' and 'Lihat dan kelola profil publik Anda.' buttons, and 'Buat Postingan' and 'Buat Iklan' buttons. Below the navigation bar are social media links for Facebook and Instagram. The profile picture is a circular logo with 'mall kopi' and 'YOUR COFFEE PARTNER' text. The name 'mallkopiid' and handle '@mallkopiindonesia · Bisnis Lokal' are displayed. A 'Edit Kirim pesan' button is visible. The main content area features a 'Siapkan Halaman Anda Untuk Meraih Keberhasilan' section with a progress bar and a list of steps: 'Bangun Identitas Halaman Anda', 'Berikan Info dan Preferensi', and 'Perkenalkan Halaman Anda'. Below this is an 'Insight' section showing 'Orang dijangkau' at 2,130 (down 12%) and 'Interaksi Postingan' at 30 (down 77%). On the right, there is a 'Buat Postingan' section with options for 'Foto/video' and 'Dapatkan Pesan WhatsApp'. A recent post from 'mallkopiid' is shown, featuring a text-based post about a minimalist cafe concept and two images: one of a white building and another of a cafe interior with a pond.

Profil
Lihat dan kelola profil publik Anda.

Buat Postingan Buat Iklan

Facebook Instagram

mall kopi
mallkopiid
@mallkopiindonesia · Bisnis Lokal

Edit Kirim pesan

Beranda Toko Ulasan Foto Lainnya

Siapkan Halaman Anda Untuk Meraih Keberhasilan
Selesaikan penyiapan Halaman Anda sehingga orang di Facebook mengetahui bahwa bisnis Anda kredibel.
8 dari 13 langkah selesai

1 langkah tersisa
Bangun Identitas Halaman Anda

4 langkah tersisa
Berikan Info dan Preferensi

Selesai
Perkenalkan Halaman Anda

Insight Lihat Semua
28 hari terakhir : 20 Apr - 17 Mei

Orang dijangkau **2,130**
▼ 12%

Interaksi Postingan **30**
▼ 77%

Buat Postingan

Foto/video Dapatkan Pesan WhatsApp

mallkopiid
Diterbitkan oleh Instagram · 2 Mei pada 18.03 · Instagram

Kafe ini menganut konsep minimalis ala jepang dengan sentuhan tanaman hijau menambah kenyamanan coffee shop ini. Punya ide serupa untuk membangun kafe dengan konsep sejenis? Yuk langsung direalisasikan sehabis lebaran ini. Kalau bingung memilih alat kopi sesuai dengan kebutuhan Anda, silahkan hubungi Mallkopi.

@rattomarty ... Lihat Selengkapnya

FB & IG Ads (META ads)

Iklan
Buat, kelola, dan lacak kinerja iklan Anda di Facebook dan Instagram di satu tempat. [Buat Iklan](#)

Ringkasan iklan
416097669506220 membelanjakan Rp 0,00 untuk 4 iklan dalam 60 hari terakhir. 60 hari terakhir: 19 Mar 2022 - 17 Mei 2022

Jangkauan -- [Lihat selengkapnya](#)

Interaksi Postingan -- [Lihat selengkapnya](#)

Klik tautan 85 ↑ 100% [Lihat selengkapnya](#)

Iklan terbaru

Selesai	Tanggal	Dibuat oleh	Tampilkan Hasil
Media Instagram yang Dipromosikan	26 Apr	Mall Kopi	Tampilkan Hasil
1.426	2	Rp27.965	
Jangkauan	Percakapan Pesan...	Biaya Rp30.000	
Media Instagram yang Dipromosikan	25 Apr	Mall Kopi	Tampilkan Hasil
813	--	Rp16.155	
Jangkauan	Percakapan Pesan...	Biaya Rp40.000	
Media Instagram yang Dipromosikan	23 Mar	Mall Kopi	Tampilkan Hasil
2.189	58	Rp60.000	
Jangkauan	Klik tautan	Biaya Rp60.000	

[Lihat semua iklan](#)

Lihat Hasil [Promosikan Lagi](#) [...](#) [X](#)

Kinerja

Klik tautan	Jangkauan	2.189
58	Biaya Per Klik Tautan	Rp 1.034

Aktivitas

- Interaksi Postingan: 82
- Klik Tautan: 58
- Tanggapan Postingan: 12
- Postingan yang Disimpan: 9

[Lihat Semua](#)

Pemirsa

Iklan ini menjangkau 2.189 orang di dalam pemirsa Anda.

Detail

- Tujuan: Dapatkan lebih banyak kunjungan profil
- Anggaran total: Rp60.000
- Durasi: 2 hari

[Lihat Semua](#)

Pratinjau

Pesan Sekarang

Tiktok

The screenshot shows the TikTok mobile app interface. At the top, the TikTok logo is on the left, and a search bar contains the text "tik tok shop". To the right of the search bar are buttons for "+ Unggah" and "Masuk". Below the search bar are navigation tabs for "Teratas", "Akun", and "Video".

On the left side, there is a sidebar menu with options: "Untuk Anda", "Mengikuti", and "LIVE". Below this is a prompt: "Masuklah untuk mengikuti kreator, menyukai video, dan melihat komentar." followed by a "Masuk" button. Underneath is a "Saran akun" section listing several user profiles: ditanganu, vidhia_r, riaricis, cahyanirynn, and adi.syahreza. At the bottom of the sidebar is a "Temukan" section with hashtags #TikTokTainment and #serunyaIndonesia.

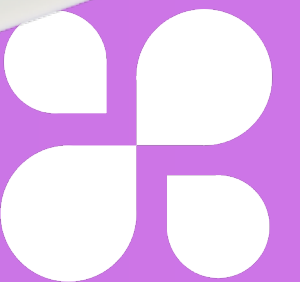
The main content area displays a grid of six promotional videos:

- Video 1 (5-23):** A pink background with a red box containing "SERBA 1000 GRATIS ONGKIR". Text below reads: "MALU BANGET BESTIE 😊 PAKETAN Di BAYARIN KURIR GARAGARA HARGANYA CUMAN SERIBUAN 😊".
- Video 2 (7-14):** A person in a black outfit. Text reads: "KURIRNYA BINGUNG AKU BELI BAJU SATU SET GUMA 30 RIBU 🤔🤔🤔🤔".
- Video 3 (6-14):** A blue background with white text: "TIKTOK LAGI BANTING HARGA !! KAOS OVERSIZE SEBAGUS INI CUMA 5 RIBU PERAK".
- Video 4:** A pair of blue pants with a tag.
- Video 5:** A cartoon illustration of a bear and a panda. Text reads: "TIKTOK RUSAK GAIS MASA SEMUA PRODUK GRATIS ONGKIR 🤔".
- Video 6:** A shelf of various bottles. Text reads: "Balas komentar nehasamaf07n kalo aku cuman 4.000".

Below the grid, there is a "Dapatkan aplikasi" button.

DESAIN LOGO BISNIS

With Canva



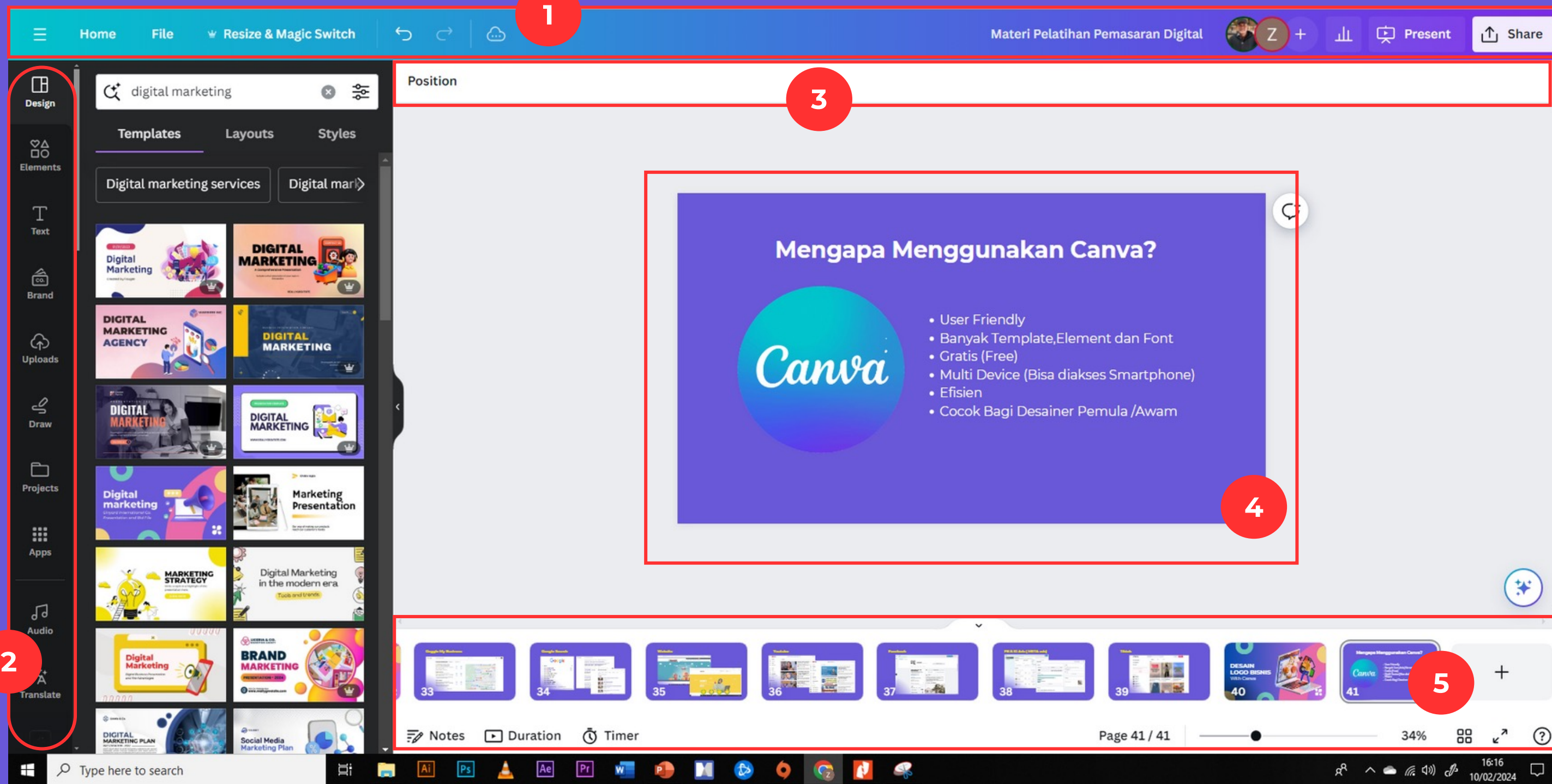
Mengapa Menggunakan Canva?

The Canva logo is a circular emblem with a teal-to-blue gradient. The word "Canva" is written in a white, elegant cursive font across the center of the circle.

Canva

- User Friendly
- Banyak Template, Element dan Font
- Gratis (Free)
- Multi Device (Bisa diakses Smartphone)
- Efisien
- Cocok Bagi Desainer Pemula /Awam

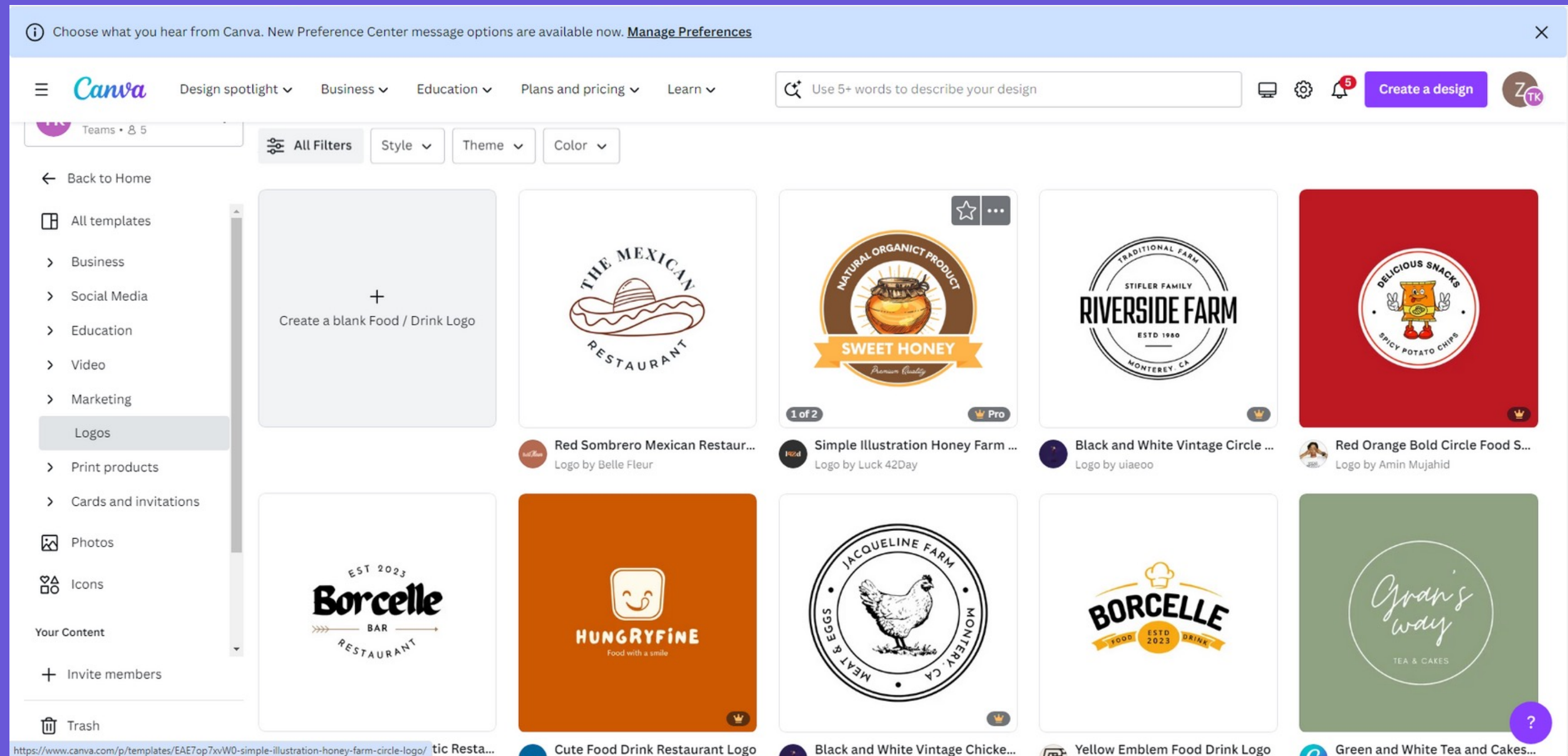
User Interface Canva



Keterangan

1. Main Menu
2. Tool Box
3. Option Bar
4. Art Board
5. Navigation

Mari Buat Logo Produk dengan Canva

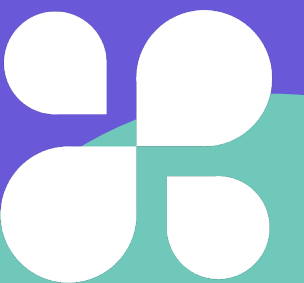


3 Pilar Pemasaran Digital

1. User Journey

2. Saluran Pemasaran Digital

3. Materi Konten Marketing



User Journey

User Journey adalah pertemuan dan interaksi pelanggan dengan merek Anda di semua saluran digital dan non-digital yang membentuk emosi dan persepsinya tentang merek Anda. Tahapannya meliputi:

- **Kesadaran:** Pelanggan pertama kali menyadari merek.
- **Pertimbangan (minat / evaluasi):** Pelanggan perlu mengevaluasi keputusannya dan mempertimbangkan merek lain.
- **Pembelian (Keinginan / tindakan):** Pelanggan siap untuk melakukan pembelian.
- **Advocacy (Loyalty):** Pelanggan menyebarkan dari mulut ke mulut dan merekomendasikan merek tersebut kepada teman-temannya.



Awareness

Consideration

Decision

User actions

- Handphone user yang biasa digunakan sehari-hari untuk bekerja rusak.
- User membutuhkan handphone pengganti secepatnya.

- User mulai mencari beberapa pilihan handphone baru melalui review YouTube.
- User membandingkan spek dan harga beberapa handphone untuk mencari yang sesuai dengan budget.
- User berpikir untuk mencari handphone di range harga 3-5 juta dengan ketentuan utama baterai tidak mudah panas meski sering dipakai di luar rumah.
- User pergi ke toko handphone untuk melakukan pengecekan beberapa handphone pilihan secara langsung.

- User menemukan handphone yang paling ideal dari brand Samsung.
- Handphone tersebut dijual dengan harga sekitar 4 juta.
- Handphone Samsung memiliki baterai 5000 mAh.
- Handphone memiliki chipset snapdragon dan RAM sebesar 6 GB.

Emotions



Marah



Stress



Bingung



Senang



Business Model Canvas



Apa itu Business Model Canvas (BMC)?

Business Model Canvas (BMC) adalah kerangka kerja visual yang digunakan untuk merancang dan menggambarkan model bisnis secara sederhana dan jelas

Elemen BMC

1. **Customer Segments (Segmentasi Konsumen):** Siapa saja pelanggan utama bisnis ini?
2. **Value Propositions (Proposisi Nilai):** Apa yang membuat produk atau layanan bisnis ini unik dan menarik bagi pelanggan?
3. **Channels (Saluran):** Melalui saluran apa produk atau layanan ini ditawarkan kepada pelanggan?
4. **Customer Relationships (Hubungan Konsumen):** Bagaimana bisnis ini membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan?
5. **Revenue Streams (Sumber Pendapatan):** Bagaimana bisnis ini menghasilkan pendapatan?
6. **Key Resources (Sumber Daya Utama):** Apa yang diperlukan untuk menjalankan bisnis ini?
7. **Key Activities (Aktivitas Utama):** Apa saja aktivitas utama yang dilakukan oleh bisnis ini?
8. **Key Partnerships (Kerja Sama Utama):** Siapa saja mitra bisnis yang penting?
9. **Cost Structure (Struktur Biaya):** Bagaimana biaya operasional bisnis ini terbagi?

Contoh Business Model Canvas



Business Model Canvas (BMC): Madu Sejahtera

Customer Segments (Segmentasi Konsumen)

- Konsumen individu yang peduli pada kesehatan dan produk organik.
- Pengecer dan distributor produk makanan organik.
- Restoran dan kafe yang menggunakan madu sebagai bahan baku.

Value Propositions (Proposisi Nilai)

- Madu berkualitas tinggi dan 100% organik.
- Proses panen yang ramah lingkungan.
- Mendukung kesejahteraan petani lokal dan keanekaragaman hayati.

Channels (Saluran)

- Penjualan langsung melalui website resmi dan e-commerce (Tokopedia, Shopee).
- Distribusi ke toko makanan organik dan supermarket.
- Kerjasama dengan restoran dan kafe lokal.

Customer Relationships (Hubungan Konsumen)

- Layanan pelanggan yang responsif melalui media sosial dan email.
- Program loyalitas pelanggan dengan penawaran diskon dan promosi eksklusif.
- Keterlibatan aktif dengan komunitas lokal dan acara kesehatan.

Revenue Streams (Sumber Pendapatan)

- Penjualan madu dalam berbagai kemasan (botol, sachet).
- Penjualan produk turunan madu seperti selai madu dan madu herbal.
- Kemitraan dengan pengecer dan distributor besar.

Contoh Business Model Canvas



Business Model Canvas (BMC): Madu Sejahtera

Key Resources (Sumber Daya Utama)

- Koloni lebah dan kebun madu.
- Peralatan panen dan produksi madu berkualitas tinggi.
- Tim pemasaran, penjualan, dan distribusi yang handal.

Key Activities (Aktivitas Utama)

- Panen dan produksi madu dengan metode organik.
- Pengemasan dan distribusi produk.
- Pemasaran melalui kampanye digital dan acara komunitas.

Key Partnerships (Kerja Sama Utama)

- Petani lebah lokal.
- Distributor dan pengecer makanan organik.
- Pemasok peralatan produksi dan kemasan.

Cost Structure (Struktur Biaya)

- Biaya produksi, termasuk pemeliharaan koloni lebah dan pengolahan madu.
- Biaya pemasaran dan promosi produk.
- Biaya distribusi dan logistik.

Membuat User Journey dengan ChatGPT/Gemini

Prompt 1 :

Buatlah User Journey dari Produk/Jasa [nama produk/jasa Anda]

Prompt 2 :

Buatlah BMC dari Produk/Jasa [nama produk/jasa Anda]

Business Plan



Apa itu Business Plan?

Business plan adalah dokumen tertulis yang merinci rencana bisnis secara komprehensif.

Elemen Business Plan

Deskripsi Bisnis: Penjelasan singkat tentang bisnis, produk atau layanan yang ditawarkan, tujuan bisnis, dan visi serta misi.

Analisis Pasar: Riset mengenai target pasar, kebutuhan konsumen, profil pesaing, dan tren industri.

Strategi Pemasaran: Rencana untuk memasarkan produk atau layanan, termasuk strategi penetapan harga, promosi, dan distribusi.

Struktur Organisasi dan Manajemen: Profil dari tim manajemen dan struktur organisasi yang mendukung operasional bisnis.

Produk atau Layanan: Deskripsi rinci produk atau layanan, termasuk keunikan dan nilai tambahnya.

Rencana Operasional: Penjelasan bagaimana bisnis akan dijalankan, mulai dari produksi hingga distribusi.

Proyeksi Keuangan: Perkiraan pendapatan, pengeluaran, laba, dan arus kas dalam jangka waktu tertentu.

Pendanaan: Kebutuhan modal untuk menjalankan bisnis dan rencana pendanaan.

Tugas Anda

- **Buatlah Digital Marketing Brief**
- **Buatlah Company Profile UMKM Anda dengan menggunakan Canva**
- **Buatlah BMC Diagram UMKM Anda dengan menggunakan Canva**
- **Buatlah Business Plan UMKM Anda dengan menggunakan Canva**
- **Buatlah Marketing Plan UMKM Anda untuk periode 6 bulan kedepan**

KOMPONEN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL



- **Mendefinisikan keunggulan produk dan menentukan Unique Selling Pointnya** sebagai alasan bahwa produk atau jasa kita lebih baik dari kompetitor.
- **Mengembangkan persona pelanggan** dengan memahami informasi demografis seperti usia, jenis kelamin, lokasi, serta motivasi yang mendorong orang untuk memilih produk dan layanan kita.
- **Mendefinisikan Tujuan dan KPI pemasaran**, misalnya capai peningkatan 20% penjualan dalam 6 bulan kedepan.
- **Mengidentifikasi sasaran pasar**, gunakan alat penelitian pasar seperti Google Keyword Planner, Google Trends, dan Facebook Audience Insights untuk melakukan penelitian pasar potensial.

KOMPONEN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL



- **Melakukan analisis kompetitif**, gunakan alat analisis web dan sosial seperti Semrush dan UberSuggest untuk menganalisis pesaing Anda dan melakukan analisis SWOT.
- **Mengelola dan mengalokasikan sumber daya dan anggaran** dengan tepat untuk mencapai tujuan, gunakan aplikasi pengelola anggaran
- **Meninjau dan mengoptimalkan kinerja kampanye**, Gunakan alat analisis digital marketing seperti Google Analytics untuk melacak, mengukur, dan melaporkan kinerja kampanye pemasaran digital

JENIS PEMASARAN DIGITAL

- Pemasaran Media Sosial (SMM)
- Pengoptimalan Mesin Telusur (SEO)
- Pemasaran Mesin Telusur (SEM)
- Email Marketing
- Otomasi Pemasaran
- Periklanan Digital
- Pemasaran Konten



Apa Saja Fungsi Marketing itu?



- **Informing** (Memberikan Informasi)
- **Persuading** (Membujuk/Mempengaruhi)
- **Reminding** (Mengingatkan Terus)
- **Adding Value** (Menambah Nilai)
- **Assisting** (Mendampingiin upaya lain dari perusahaan)

STRATEGI PROMOSI DIGITAL MARKETING



Strategi Promosi dengan Copywriting.

Strategi ini mengarahkan Anda untuk menjual produk dengan cara sehalus mungkin sehingga calon konsumen sangat tertarik dan langsung melakukan transaksi

Strategi Limited Edition

Strategi dengan menjual produk secara limited edition atau edisi terbatas. Semakin sedikit jumlah produk yang Anda tawarkan, semakin banyak konsumen yang akan mengantri untuk mendapatkan produk tersebut

Strategi Promosi Bundling Package

Paket bundling merupakan sebuah strategi menjual dua buah produk atau lebih namun dibayarkan menjadi satu paket harga yang lebih murah. Strategi promosi ini pada umumnya digunakan untuk menghabiskan stok sisa atau memberikan reward kepada konsumen yang sudah loyal membeli produk Anda

STRATEGI PROMOSI DIGITAL MARKETING



Strategi Voucher Diskon dengan Maksimum Pembelian

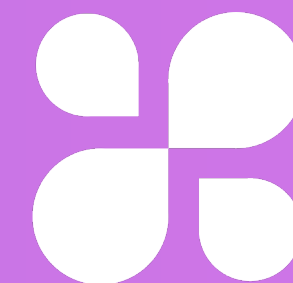
Strategi promosi seperti ini sudah banyak dilakukan oleh penggiat Marketplace. Anda juga dapat memanfaatkan voucher didalam Marketplace, carilah fitur yang dapat Anda gunakan di masing-masing marketplace, Anda dapat menggunakan cara ini dan terbukti berhasil menarik banyak pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan.

Strategi Permainan Harga

Strategi promosi dengan permainan harga ini ternyata memberikan efek psikologi yang berbeda kepada setiap konsumen. Konsumen akan sadar jika harga yang bulat tidak terlalu menarik di matanya. Menurut hasil penelitian, angka yang tidak bulat termasuk penggunaan angka 9 sangat mempengaruhi sisi psikologis konsumen dan juga menunjukkan kesan harga yang terlihat lebih murah.

7

INDICATOR
VISUAL
TRUST



VISUAL TRUST

adalah proses menggunakan elemen visual seperti gambar, video, desain, dan infografis untuk menciptakan rasa percaya, kredibilitas, dan keandalan terhadap suatu pihak, produk, atau informasi.

“ **When something looks professional, we generally assume that it is professional.**
Stout, Dustin W. (2015)

”

VISUAL TRUST INDICATOR

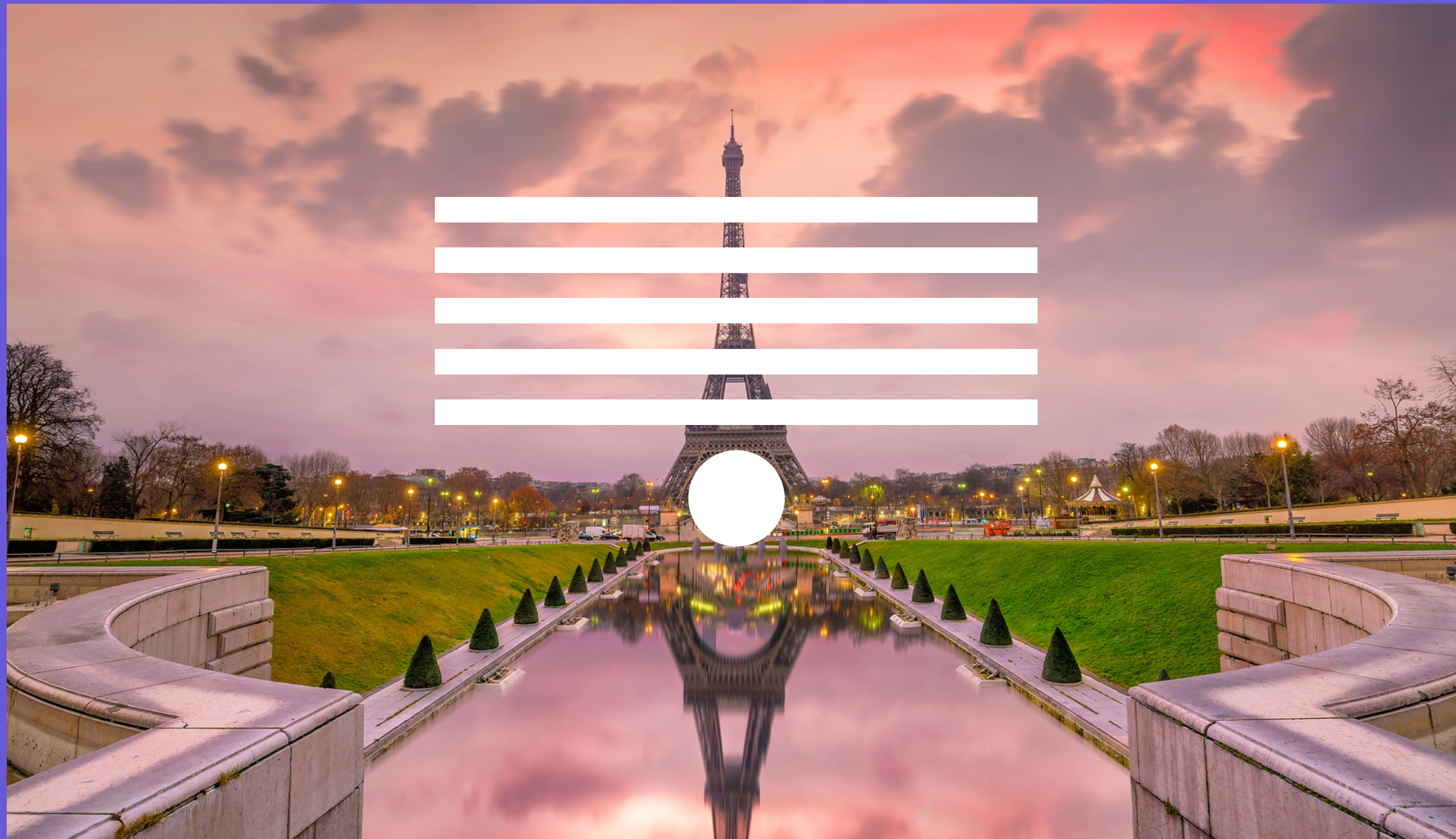
- 1 Balance
- 2 Framing
- 3 Contrast
- 4 Color
- 5 Typography
- 6 Quality
- 7 Consistency

The purpose of good visual design is to effectively communicate a message.

Plain and simple. Don't screw that up.



BALANCE



All visual “weight” is evenly distributed throughout the canvas.
Our brains are programmed to see symmetry as beauty

BALANCE



Konsep dari balance adalah menjaga keseimbangan visual seperti halnya contoh gambar diatas text di letakkan di kiri atas agar kelihatan seimbang dengan piramid kaca disebelah kanan dan gedung di sebelahnya

FRAMING



Creating even clearance around the edges of your visual piece

FRAMING



Konsep dari framing adalah menciptakan ruang kosong pada pinggir image/desain yang biasa kita sebut margin/safe area dimana peletakan text atau informasi penting lainnya tidak boleh melewati area merah tersebut

CONTRAST

Visual distinction between background and subject matter



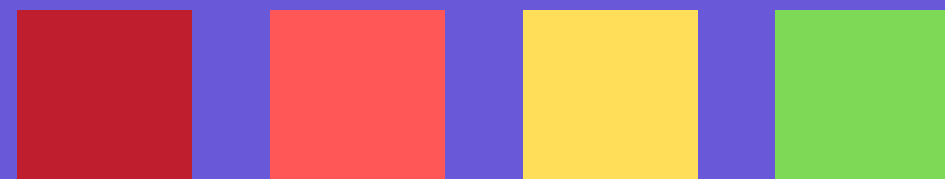
Konsep dari Contrast adalah menjaga Text/Informasi penting terlihat lebih jelas mudah dibaca sehingga pesan yang disampaikan tercapai

COLOR

Using Right Combination of Color can set an emotional and Psychological Tone



Warna Merah Memberi kesan Semangat & berapi-api

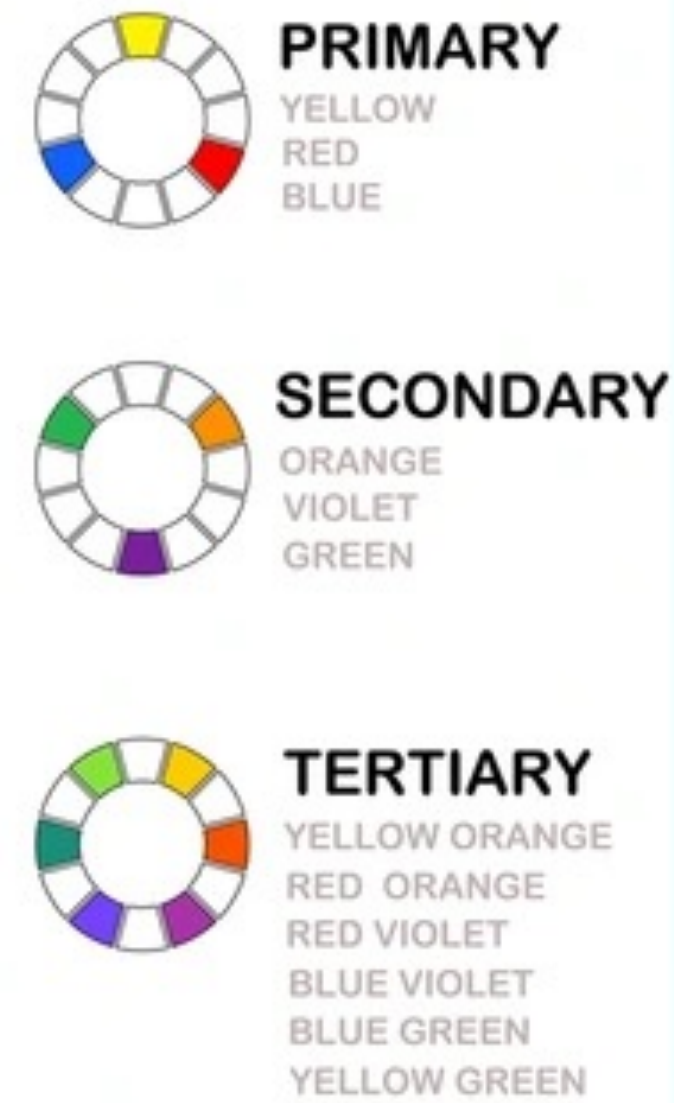
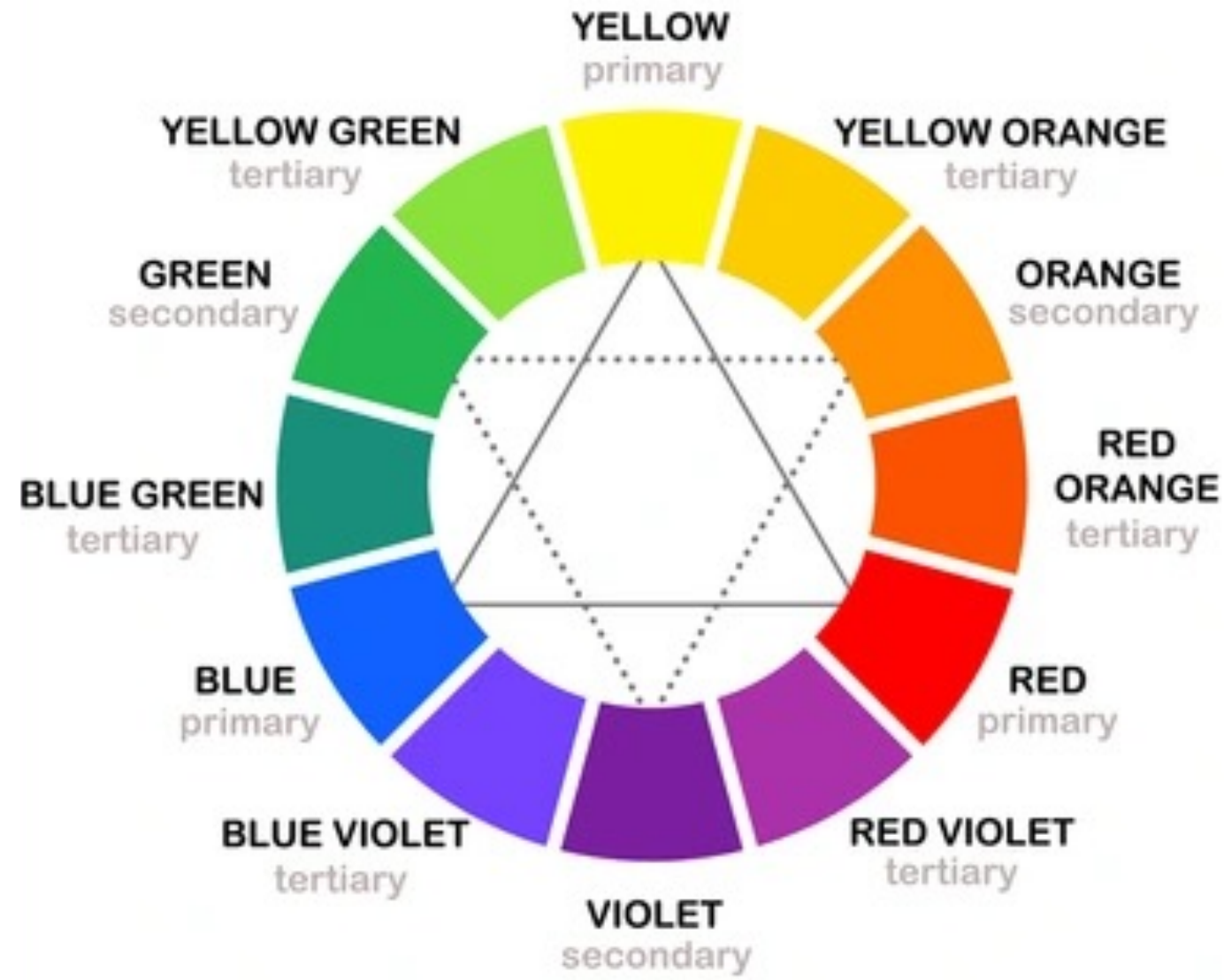
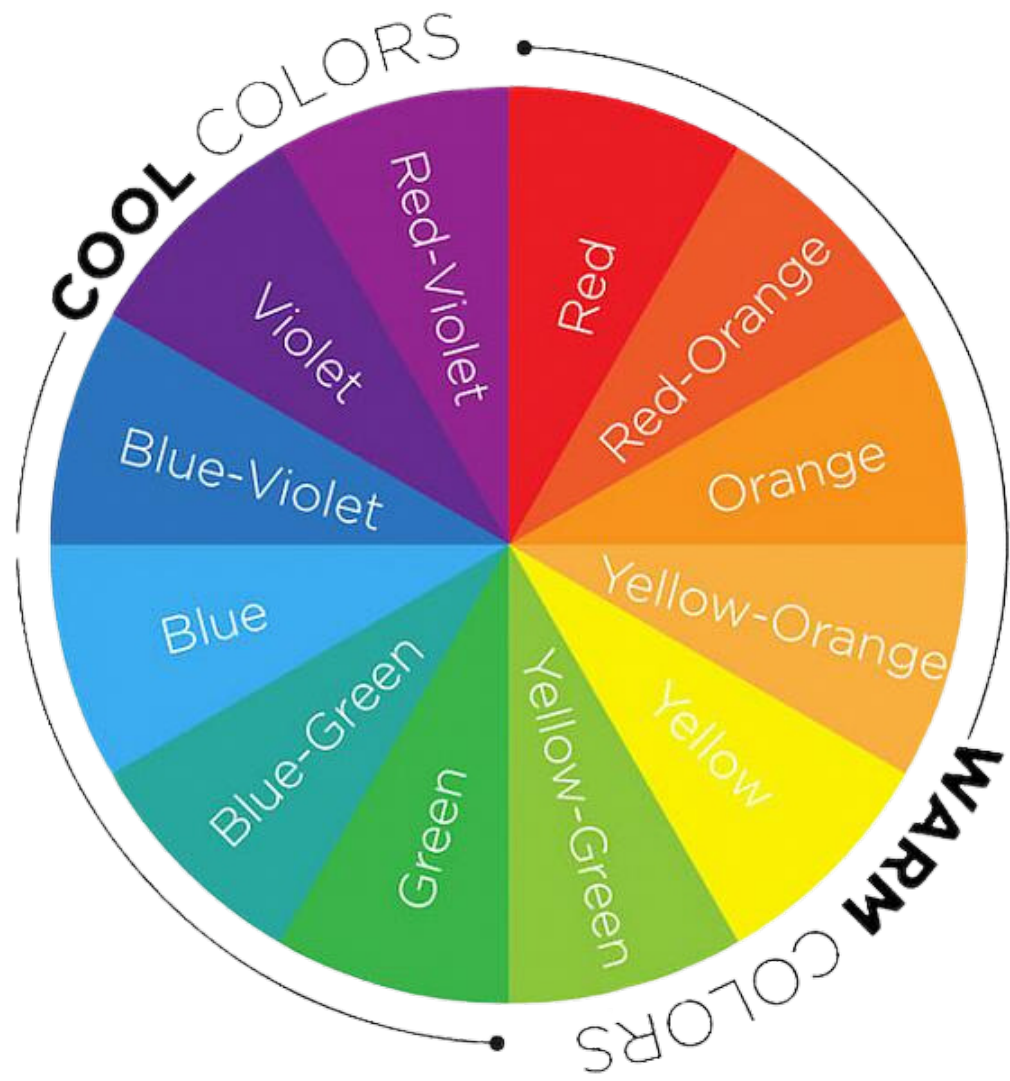


Warna Biru Memberi kesan dingin dan terlalu kalem



Konsep dari Color (warna) yang tepat dapat memberikan efek secara emosional dan psikologi sehingga pesan lebih tajam dalam sebuah desain

COLOR



COLOR

Psikologi Warna

KUNING

Cemerlang, Cerdas,
Positif, Hangat, Visioner,
Berorientasi pada masa
Depan



BIRU

Kredibilitas,
Kepercayaan, Otoritas,
Kesetiaan



MERAH

Kekuatan, Resiko,
Kegembiraan, agresif,
Hasrat, keinginan,
keberanian



COLOR

Psikologi Warna

HIJAU

Bersahabat dengan
Lingkungan, alami,
Segar, tenang,
kesembuhan



UNGU

Kemewahan, misterius,
royal, kekayaan, spiritual



JINGGA

Ketetapan Hati, Energi,
Vitalitas, kekuatan,
produktivitas



TYPOGRAPHY

Konsep dari Typography adalah memilih huruf atau kombinasi huruf yang tepat untuk menampilkan kesan tertentu dan memperkuat **Branding**



Logo dan Kop Surat menggunakan **SERIF** untuk efek Formal dan Profesional.



Font **SANS SERIF** bersih, modern, dan menarik



Font **SCRIPT** menyerupai tulisan tangan yang menggunakan pena klasik.

TYPOGRAPHY



Produk Makanan Ringan anak-anak:

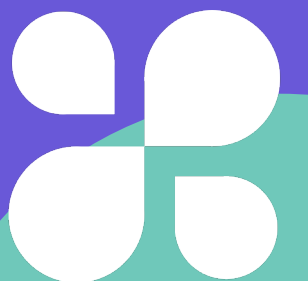
Gunakan jenis huruf yang tidak terlalu kaku dan mempunyai kesan menyenangkan.

Tujuannya, supaya anak-anak lebih tertarik.

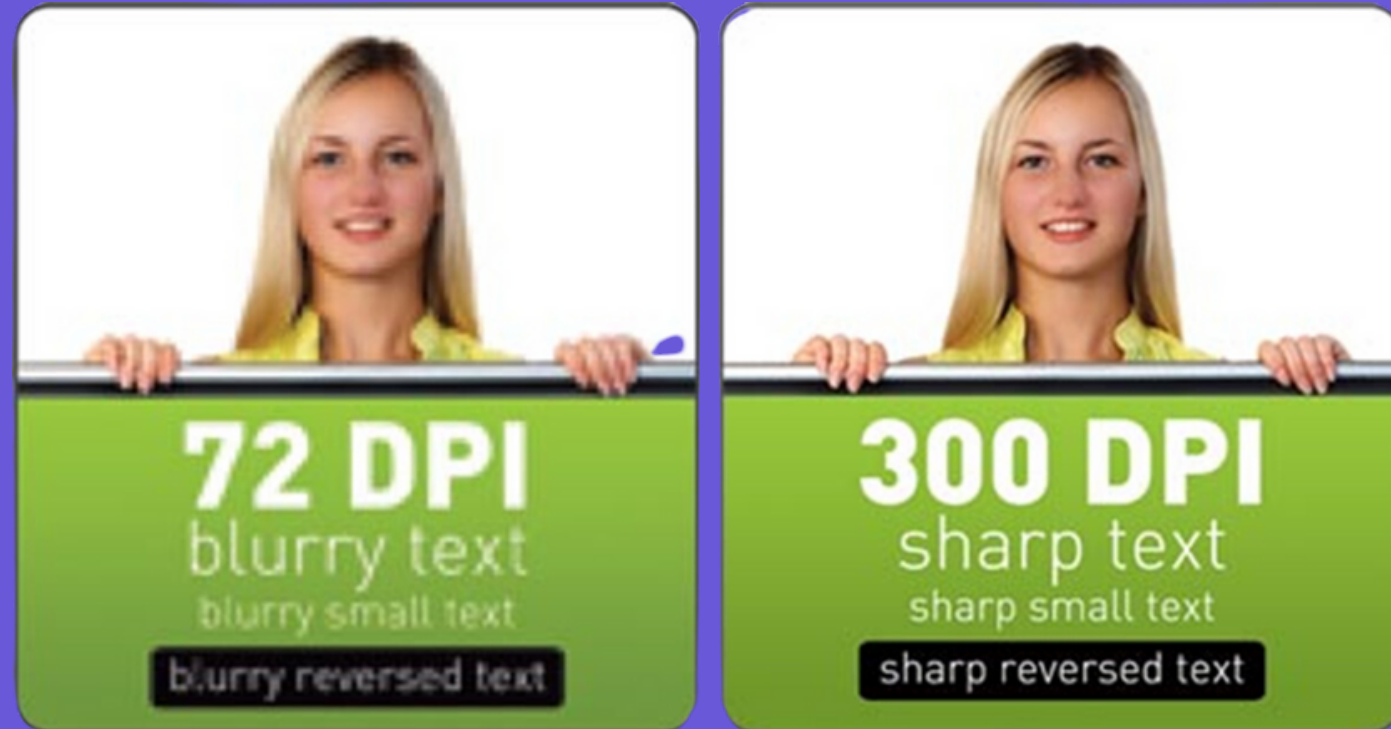


Produk Kecantikan Wanita:

Gunakan jenis huruf yang lebih feminim dan mengesankan cantik.



QUALITY



Konsep dari Quality adalah memberikan gambar dengan detail yang jelas tanpa efek pixelate sehingga desain/image kelihatan lebih profesional



CONSISTENCY



Konsep dari Consistency adalah menjaga desain tetap konsisten baik dari segi huruf, warna, serta kualitas gambar /desain sehingga memperkuat branding

Contoh Konsistensi

Brand : Milo

instagram : miloindonesia

FREEBIES

Free Image Source

- BlogPhoto.tv
- PicJumbo
- MoPho.to
- Gratisography
- Pexels
- Pixabay
- Freepik
- Unsplash

Free Font Source

- Google Font
- Dafont
- Fontsquirell
- Freepik



Perhatikan dan pastikan lagi lisensi gambar atau font yang dimasukkan kedalam desain benar - benar free for commercial terkadang banyak image gratis tapi penggunaannya hanya personal use only

LET'S WE TRY DESIGN

Buat Promo sesuai produk Anda

- Diskon 15% Setiap Hari Jumat
(Feed IG/FB)
- Flash SALE, 13 – 15 Feb 2024
(Story IG/FB)



CAFE

KHUSUS HARI INI
DISKON 15%

mallkopi YOUR COFFEE PARTNER

**FLASH
SALE**

UP TO 50% OFF

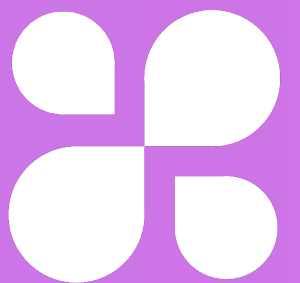
13-15 FEB 2024



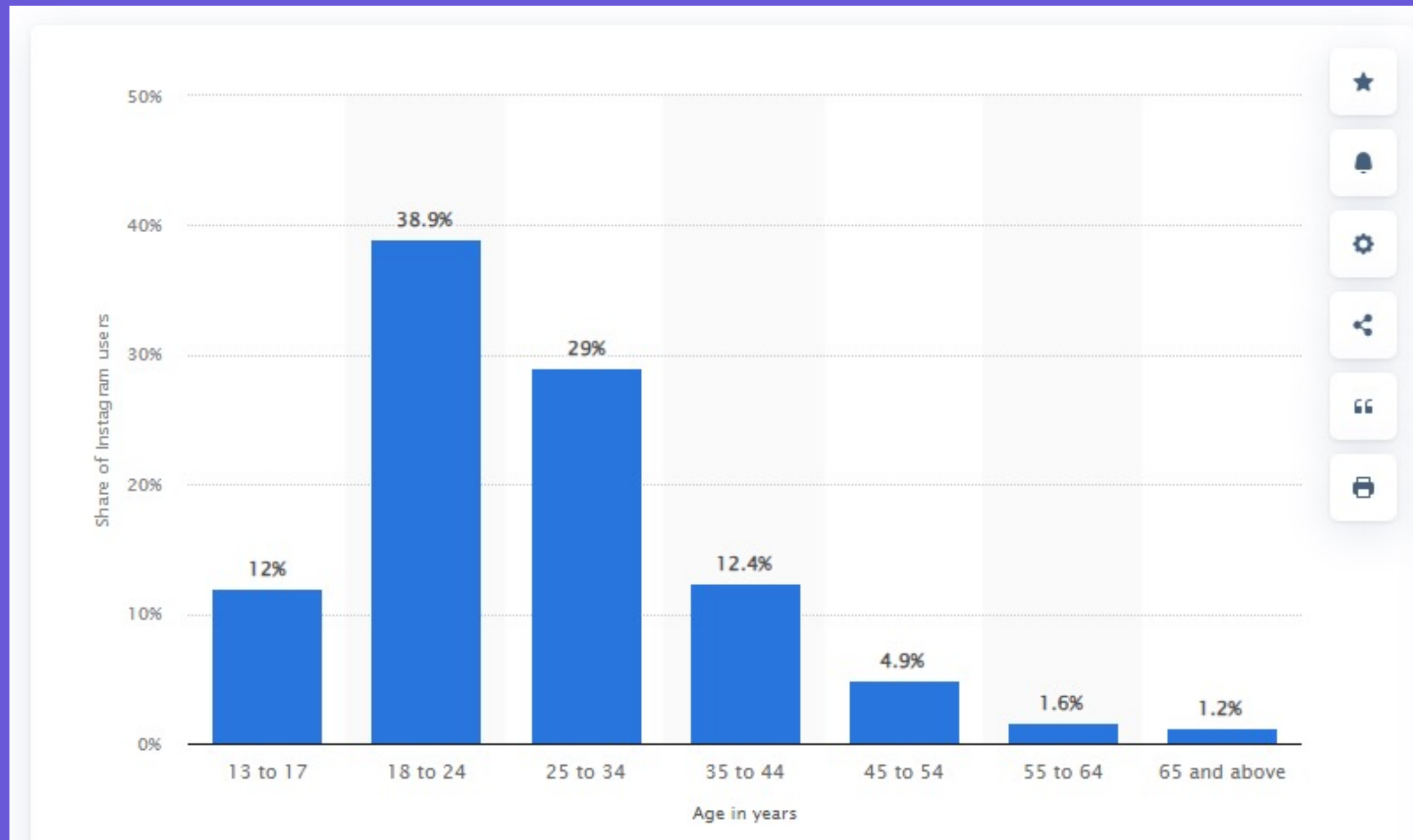
 mallkopiid  mallkopi.com  081328325677

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

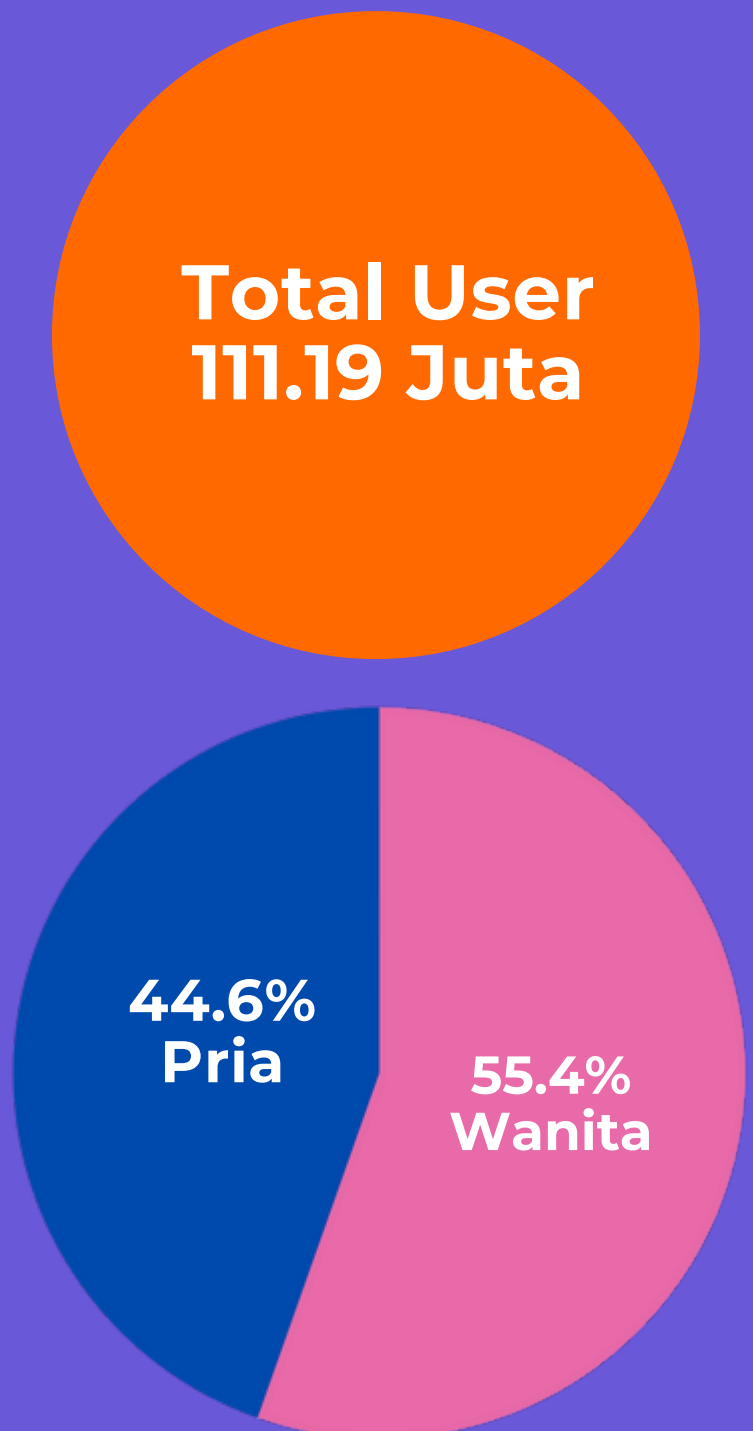
Instagram



Instagram users in Indonesia as of September 2023



Data diambil dari Statista 2024



Akun Bisnis vs Akun Creator

Akun Bisnis

Instagram Bisnis cenderung digunakan oleh banyak orang untuk sarana bisnis

Fitur

- Angka pertumbuhan pengikut akunmu per minggu(insight)
- Fitur Tambahan Request dibagian DM
- Action buttons untuk menghubungi akun/perusahaan (Call,Email, Direction)
- Akses ke Facebook Business dan melakukan Instagram Ads.

Akun Creator

Instagram Creator cenderung digunakan oleh banyak orang untuk sarana sebagai Influencer

Fitur

- Angka pertumbuhan pengikut akunmu per minggu(insight) Lebih Detail
- Fitur Pengelompokan DM Primary, General, dan Request
- Terlihat unik,memiliki kategori seperti pengarang, aktor, blogger, artist, desainer, dan lainnya.
- Akses ke Creator Studio lewat desktop, guna mengelola dan memonitor konten-konten dan analitik

LANGKAH - LANGKAH OPTIMASI INSTAGRAM

1

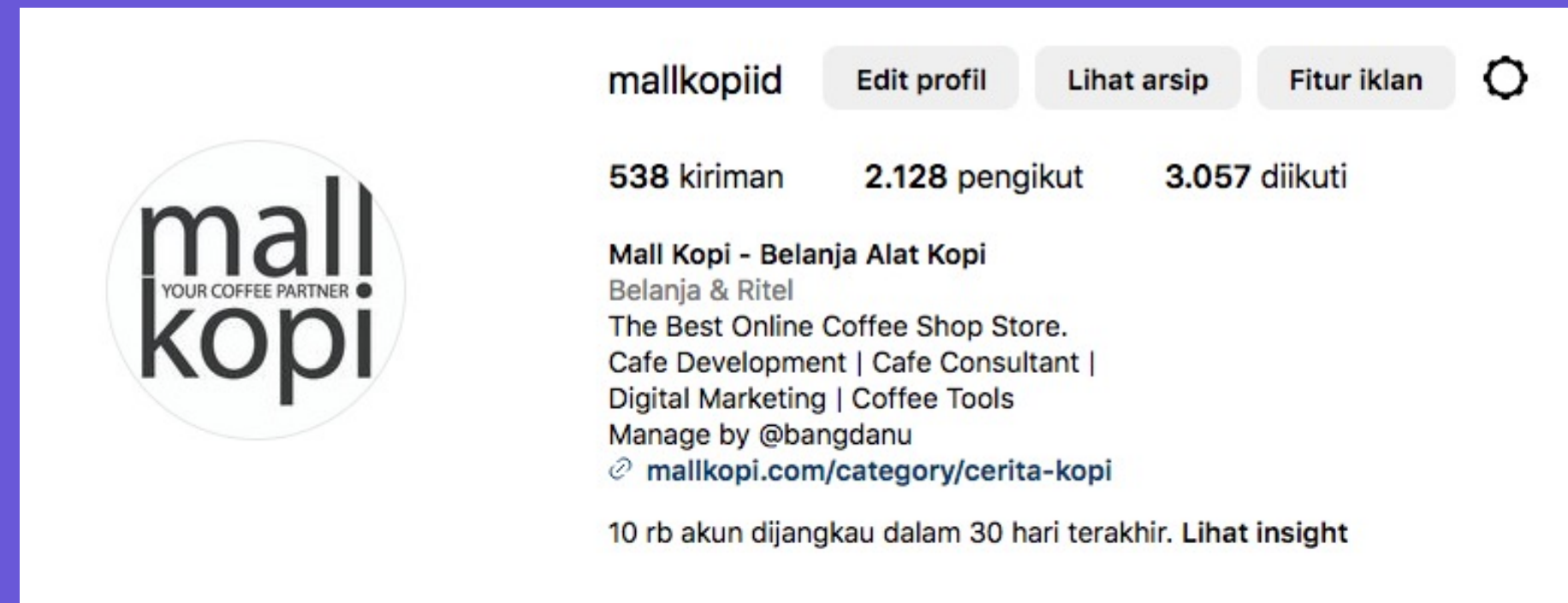
OPTIMASI INSTAGRAM BIO

HEADLINE & KEYWORD

Optimalkan area ini sebagai brand Anda, Niche Anda, Spesialisasi Anda untuk membuat konsumen lebih mudah menjangkau Anda. Jangan lupa cantumkan Keyword utama Anda untuk meningkatkan organic traffic

•BODY SECTION

Berikan call to action, tambahkan emoji untuk menarik klik user & Cantumkan URL yang menjadi target marketing Anda



LANGKAH - LANGKAH OPTIMASI INSTAGRAM

TIPS OPTIMASI INSTAGRAM BIO

- Profil Instagram harus bisa diakses oleh publik.
- Pilih foto profil yang menarik, penuh warna, dan tetap sesuai dengan identitas brand.
- Buat nama pengguna atau display name yang mudah dikenali dan dicari.
- Buat akun bisnis Instagram.
- Sertakan link yang relevan pada bio.

LANGKAH - LANGKAH OPTIMASI INSTAGRAM

2 BUAT KONTEN BERKUALITAS

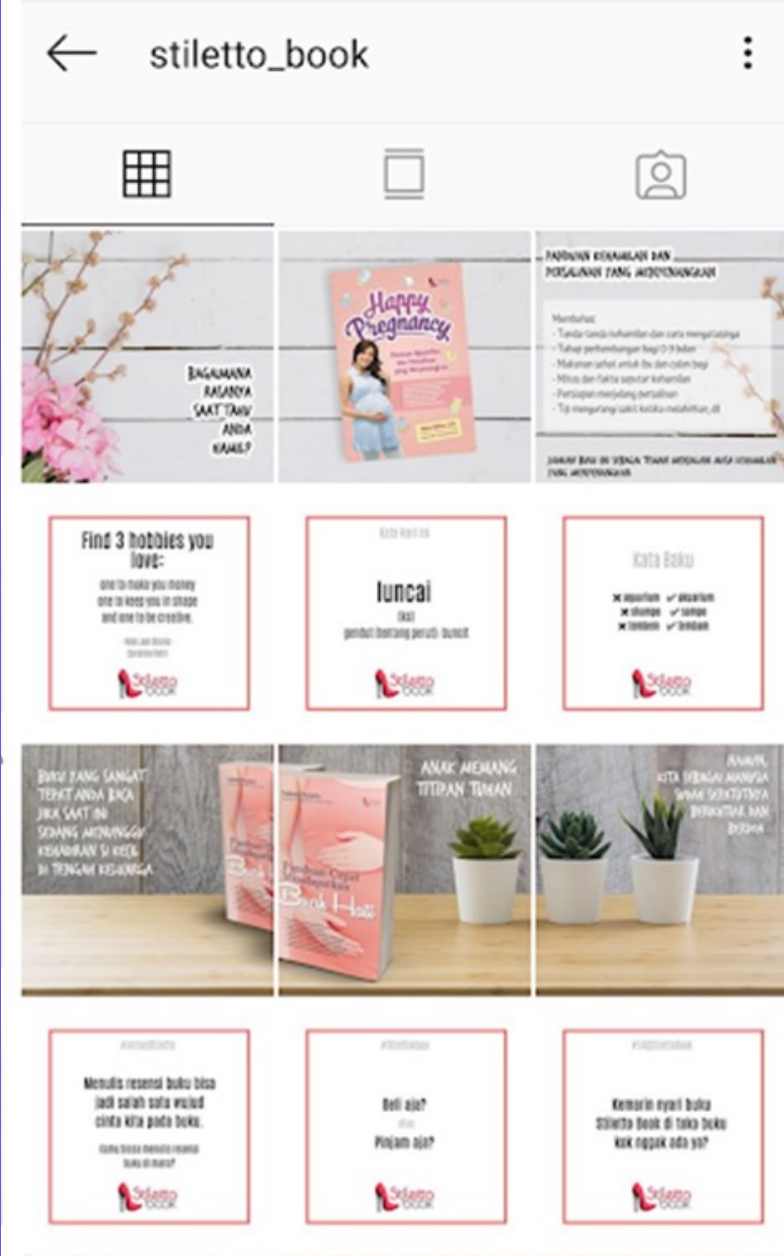
- SIGNATURE STYLE/TEMPLATE
- FILTER
- SKEMA WARNA
- BERAGAM JENIS KONTEN



IDE DESAIN FEED



Center Line



Row Style



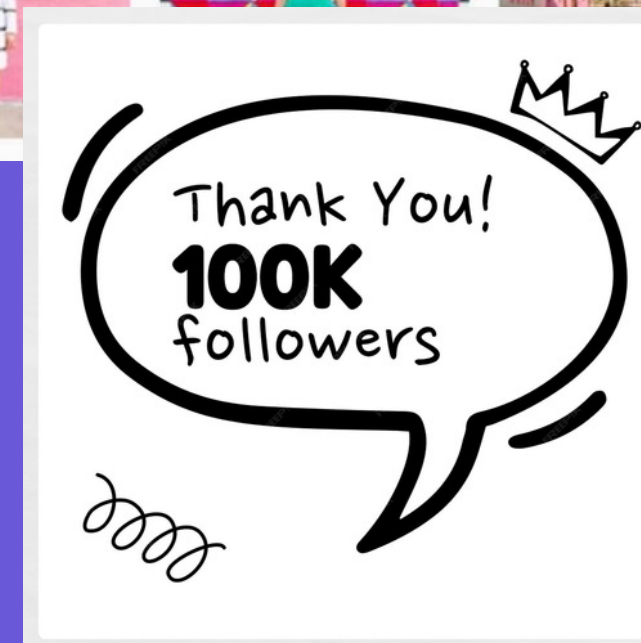
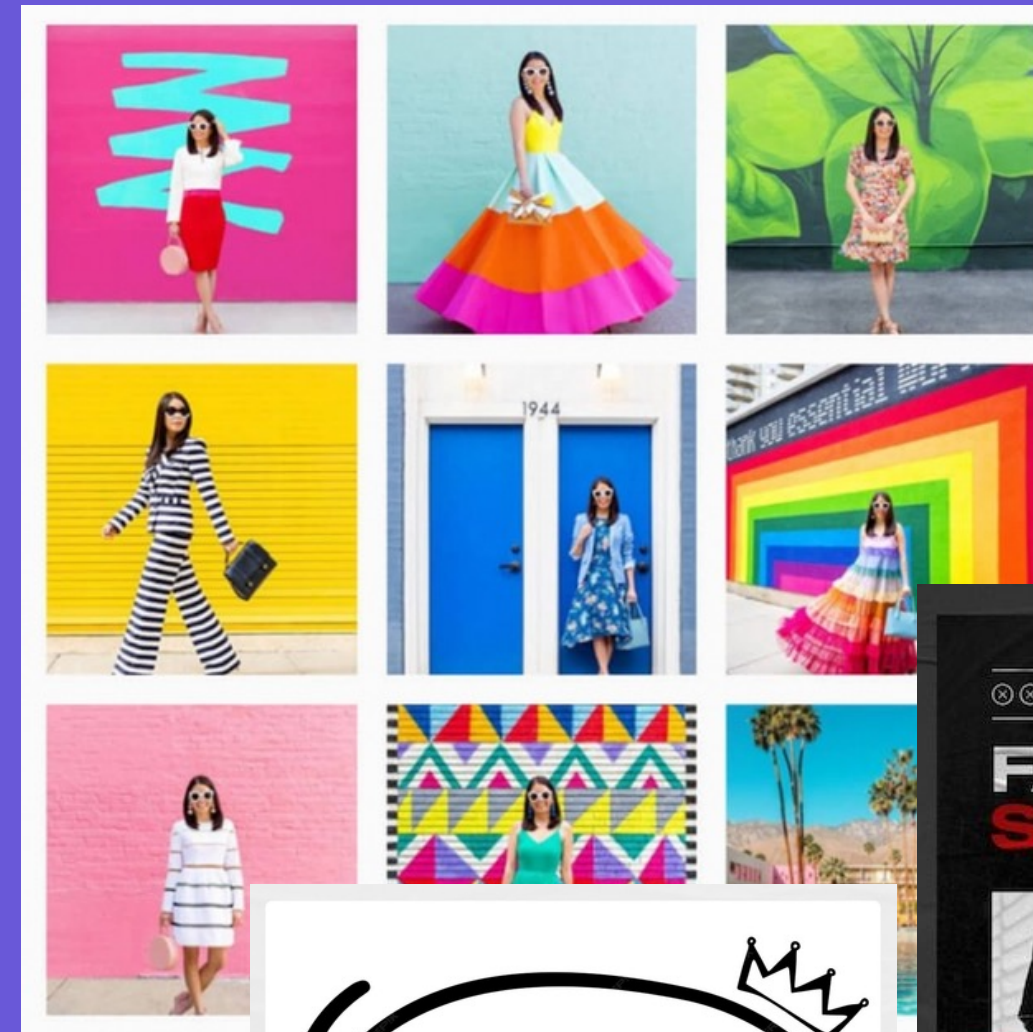
Tile



Puzzle

IDE Theme (Tema) Instagram

- Rainbow themes
- Border themes
- Rectangle themes
- Same filter theme
- Bright theme
- Dark theme
- Black and white theme
- Colorful
- Monotheme
- Flatlay
- Doodles
- Color splash



LANGKAH - LANGKAH OPTIMASI INSTAGRAM

3

INSTAGRAM CAPTION

- **BRAND PERSONALITY**
- **CALL TO ACTION**



TIPS INSTAGRAM CAPTION

- Ketahui Siapa Diri Anda dan Audiens Anda.
- Kalimat Pertama adalah Kunci.
- Lebih Interaktif dengan Mengajukan Pertanyaan.
- Tambahkan Emoji yang Sesuai.
- Gunakan Hashtag yang Relevan.
- Maksimalkan Mention untuk Terhubung dengan Pengguna Lain.
- Jangan Lupa Manfaatkan Call-to-Action.

LANGKAH - LANGKAH OPTIMASI INSTAGRAM

4

HASHTAG INSTAGRAM

- **Research Hashtag**
- **Cek Hashtag Kompetitor**
- **Gunakan Hashtag Generator**



TIPE HASHTAG INSTAGRAM

- *Hashtag produk atau layanan*
- *Hashtag komunitas Instagram,*
- *Hashtag acara khusus atau musiman.*
- *Hashtag akronim,*
- *Hashtag khusus.*
- *Hashtag lokasi.*
- *Hashtag harian*
- *Hashtag frasa yang relevan.*
- *Hashtag emoji.*

LANGKAH - LANGKAH OPTIMASI INSTAGRAM

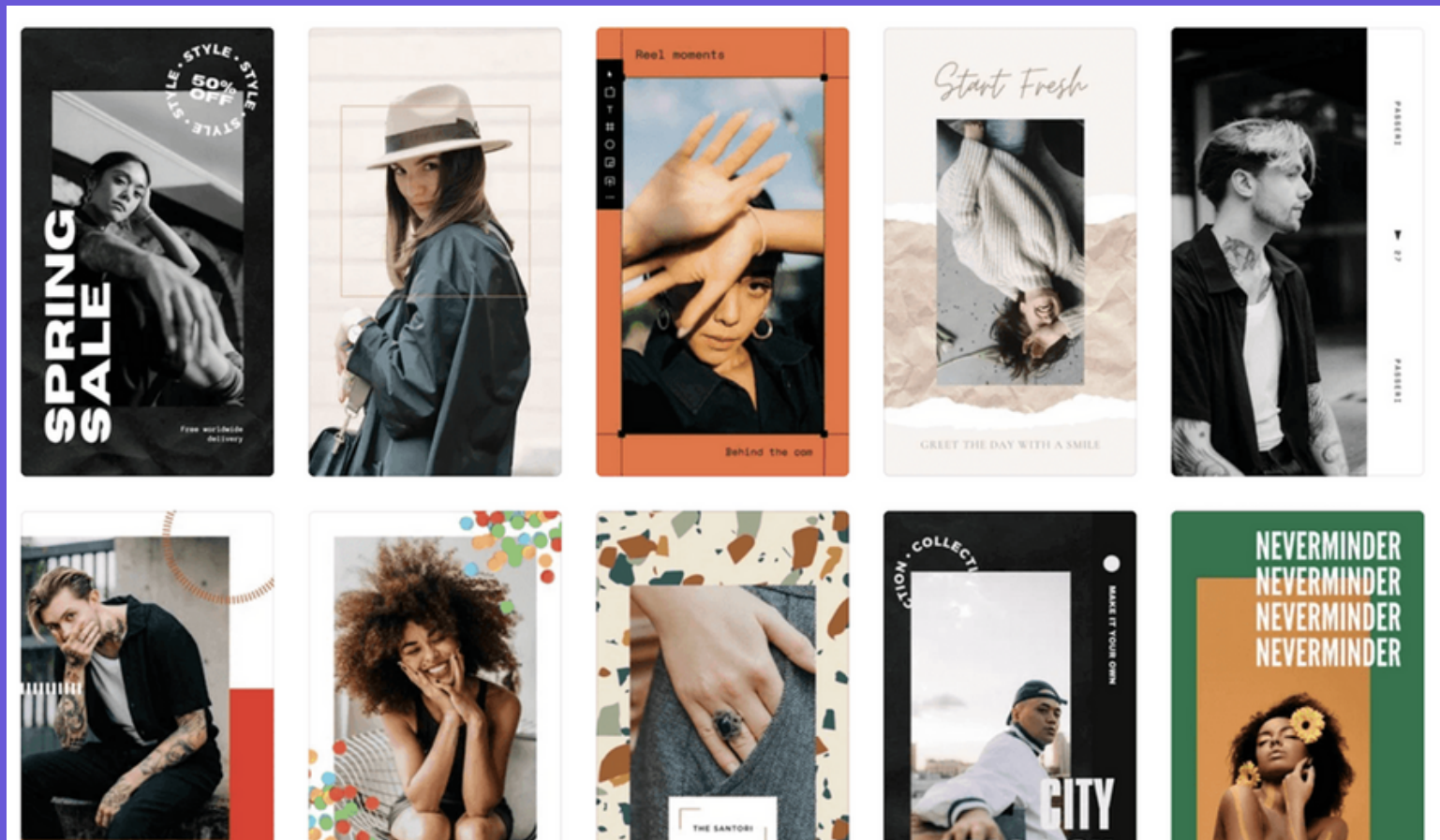
5

INSTAGRAM STORIES

- IG Story & IG Live
- Tagging & Hashtag
- Instagram Highlight

TIPS INSTAGRAM STORIES

- Konsisten menunjukkan brand Anda
- Gunakan Story Design Apps seperti Canva, Over, Adobe Spark Post, Unfold, StoryLuxe, dll.
- Gunakan Template untuk Stories
- Gunakan ukuran yang tepat
- Gunakan Font yang tepat
- Buatlah identitas warna untuk brand Anda
- Gunakan gambar dengan kualitas bagus
- Gunakan Background untuk highlight elemen
- Buatlah Stories dengan Animasi
- Maksimalkan penggunaan stiker
- Buatlah ajakan untuk engage audiens





INSTAGRAM FEED

VS

INSTAGRAM STORIES



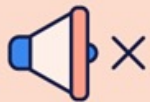
EVERGREEN

Posts stay in your profile forever.



IDEAL FOR REACH

Posts get discovered by new audiences.



SOUND OFF

Most viewers are scrolling with the sound off.



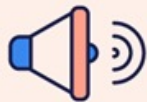
FLEETING

Stories disappear after 24 hours.



IDEAL FOR ENGAGEMENT

Existing audiences engage with Stories.



SOUND ON

70% of IG Stories are watched with sound.



CURATED

Feed content is usually planned out.



YOUR OFFICIAL BRAND

Your feed is the face of your company.



MORE ESTABLISHED

Many brands have built a strategy.



OFF THE CUFF

Stories are shared in the moment.



YOUR UNOFFICIAL BRAND

Stories are a place to casually check in.



EARLY DAYS

There's lots of room for experimentation.

LANGKAH - LANGKAH OPTIMASI INSTAGRAM

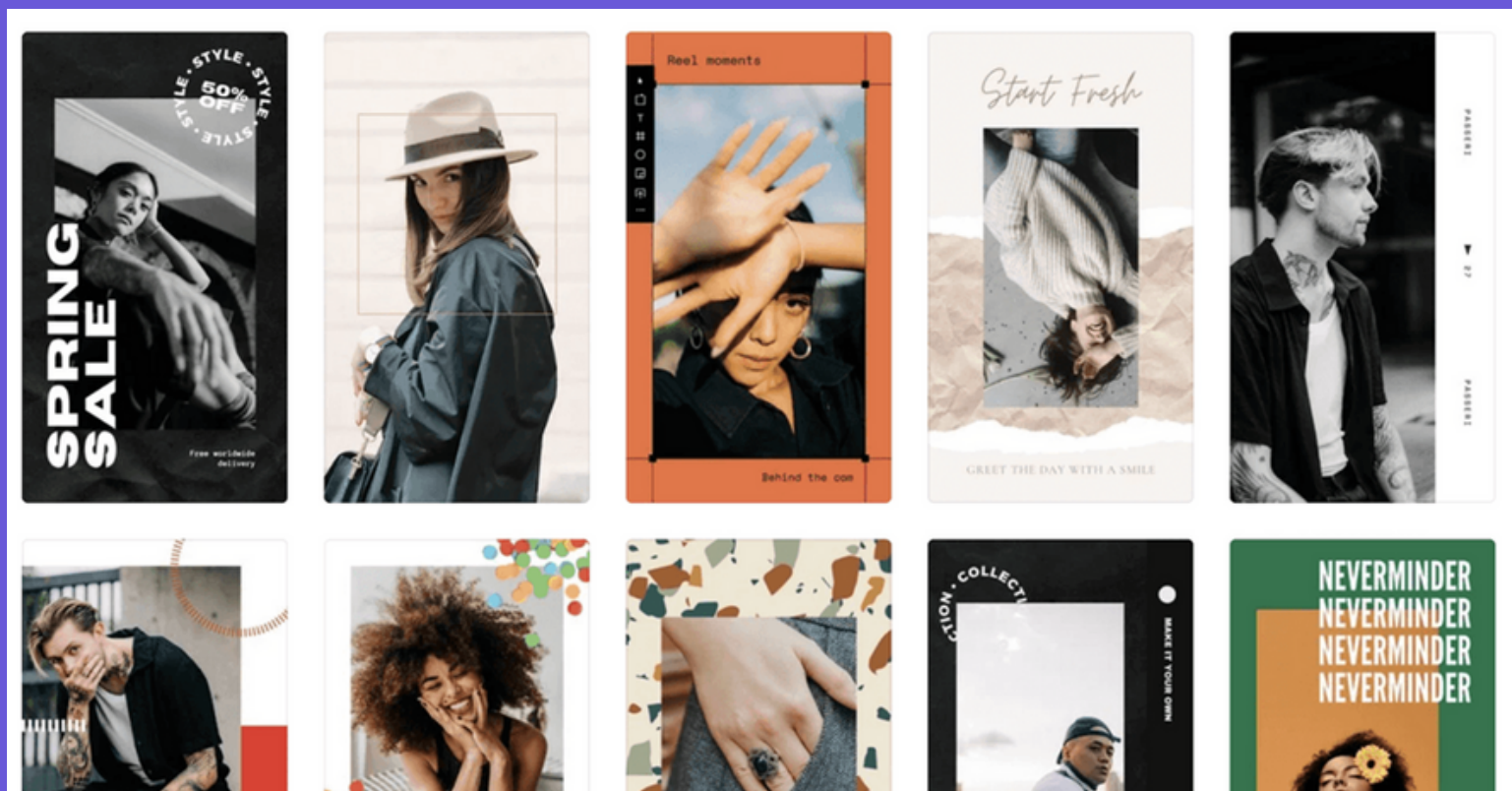
6

INSTAGRAM GIVEAWAYS

- **Comment to Win**
- **Follow to Win**
- **Post to Win**
- **Hashtag to Win**

TIPS GIVEAWAYS

- Putuskan tujuan giveaway, contoh: menambah jumlah follower, menaikkan tagar, menambah jumlah like, dsb.
- Berikan hadiah yang relevan dengan kuis
- Buat Simple/Sederhana
- Jangan buat periode yang terlalu lama
- Promosikan berkali-kali dalam Feed maupun Stories
- Pilih pemenang dengan cara yang adil
- Hati-hati dengan Hashtag yang Anda pilih
- Jangan lakukan promosi yang sama secara berulang



LANGKAH - LANGKAH OPTIMASI INSTAGRAM

7 INSTAGRAM INFLUENCER MARKETING

- Set Budget
- Definisikan Niche Anda
- Bangun Komunitas Anda



riaricis1795

Follow

61.4k likes

1d

riaricis1795 Masker organik by @Organic.Kefir .

Banyak banget yang nanya wajah risis mulus karna apa. Aku rajin banget masker. Ternyata masker selain bs buat wajah mulus dan cerah, juga bs buat make up kita tahan lamaa. Naahh risis pake nya masker dr @Organic.Kefir yang cocok banget . Yukk cobain yukk cuma ada di @Organic.Kefir 😊

view all 551 comments

jamtanganmurah_store mau jam tangan harga murah, kesini aja kak mampir dulu yuk kak 🤔🤔

nadaafashion Rok murah hanya 28.000 lo kak hheheh yuk follow

dwi.lestari.024 Fback kak 🤔🤔🤔🤔 @riaricis1795

followersoxy MAU FOLLOWERS BANYAK?

ESTIMASI BIAYA

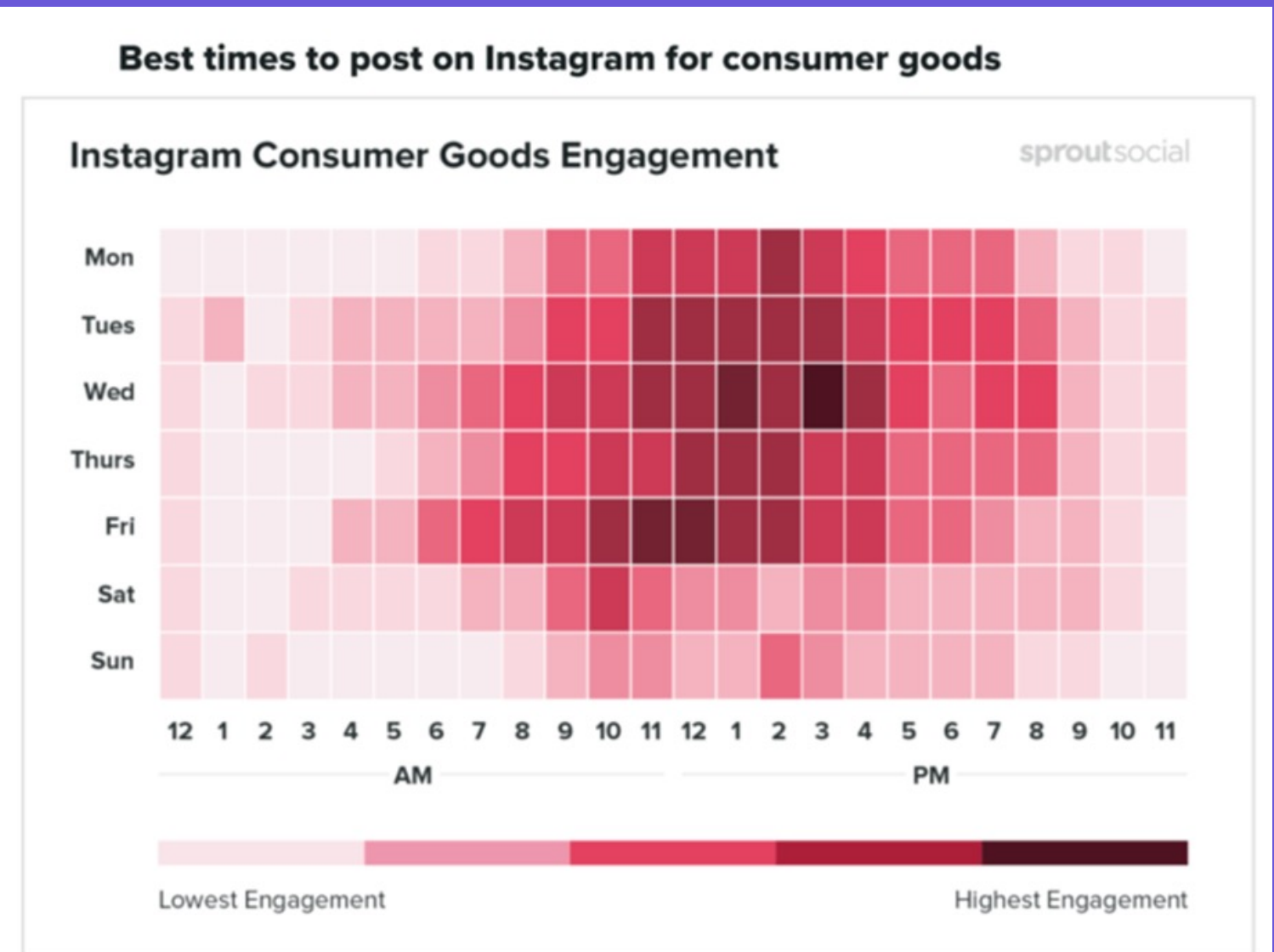
Instagram Followers	Budget Influencer	Estimasi Reaches
1.000 - 10.000 (nano)	Rp. 300.000 - Rp. 3.500.000	1.600 - 7.300
10.000 - 100.000 (micro)	Rp. 3.500.000 - Rp. 15.000.000	15.500 - 35.00
100.000 - 1.000.000 (macro)	Rp. 30.000.000 - Rp 75.000.000	> 250.000
> 1.000.000 (mega/public figure/celeb)	Rp. 45.000.000 - Rp. 100.000.000	> 345.000

Harga di atas umumnya bisa lebih mahal dan tidak dapat di *customize* karena sudah *rate card* tetap *influencer* melalui *management influencer*.

LANGKAH - LANGKAH OPTIMASI INSTAGRAM

8

WAKTU POSTING TERBAIK



- Best times: **Wednesday at 3 p.m.**
- Best day: **Wednesday**
- Worst day: **Sunday**

Global Best Times to Post on Instagram

EASTERN STANDARD TIME

MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	SUNDAY
	2AM			5AM		
6AM	4AM	7AM				7AM
	9AM	8AM	9AM		11AM	8AM
10AM			12PM			
				1PM		
			7PM	3PM	7PM	4PM
10PM		11PM			8PM	



Kenali audiens anda!



Industri dan sektor yang berbeda lebih menyukai posting pada waktu yang berbeda.

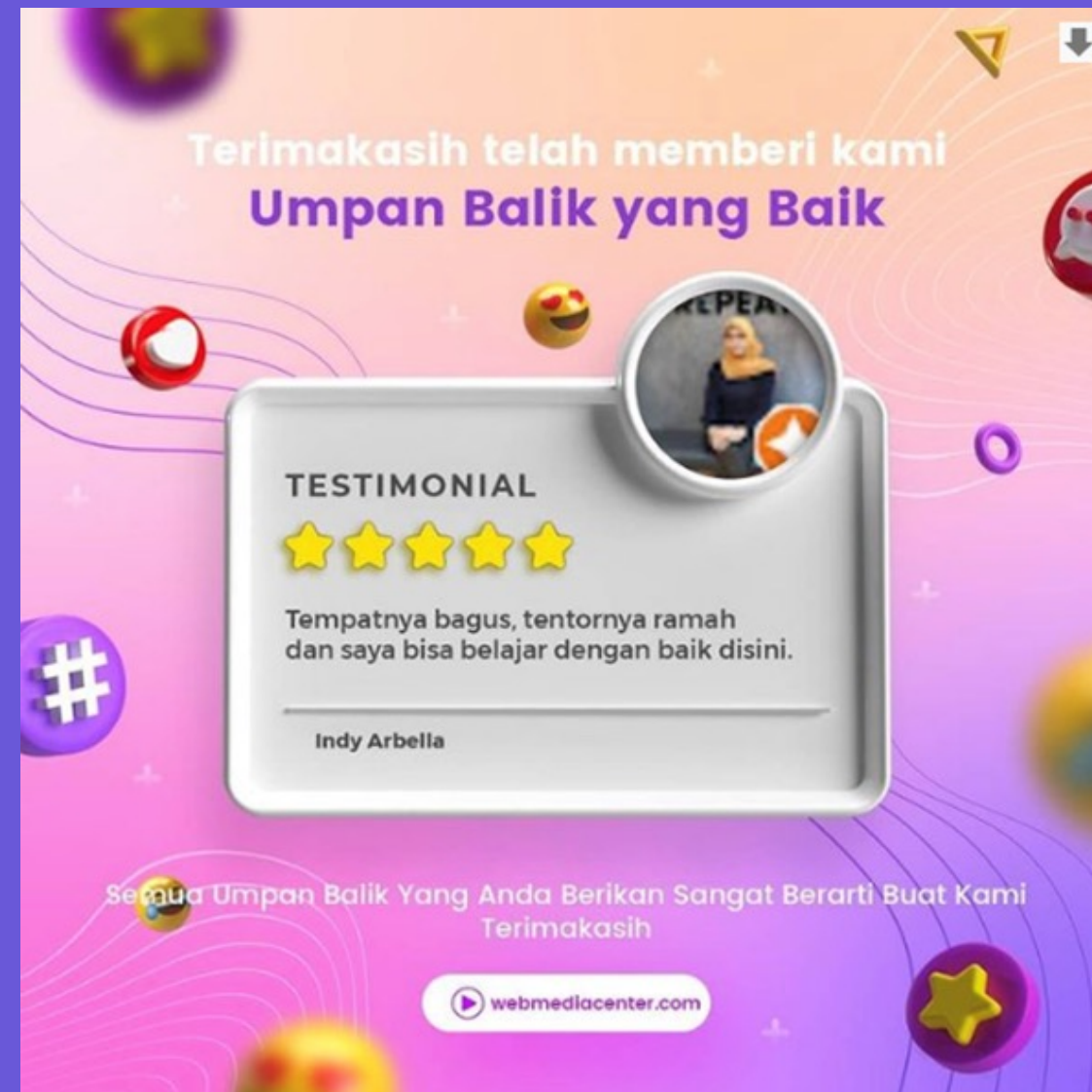
	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
Education	20.00						
Healthcare		13.00					
Technology			10.00				
Consumer Goods			15.00				
Tourism					09.00 s/d 13.00		
Media					09.00		
Culinary					12.00		
B2C						11.00 & 13.00	
Retail Business		12.00		12.00	12.00		
Personal Care				13.00	13.00		
Professional Service		09.00 & 10.00	09.00 & 10.00		09.00 & 10.00		
Non-Retail Business				16.00 & 21.00			

LANGKAH - LANGKAH OPTIMASI INSTAGRAM

9

MAKSIMALKAN USER GENERATED CONTENT

- TESTIMONI
- REVIEW

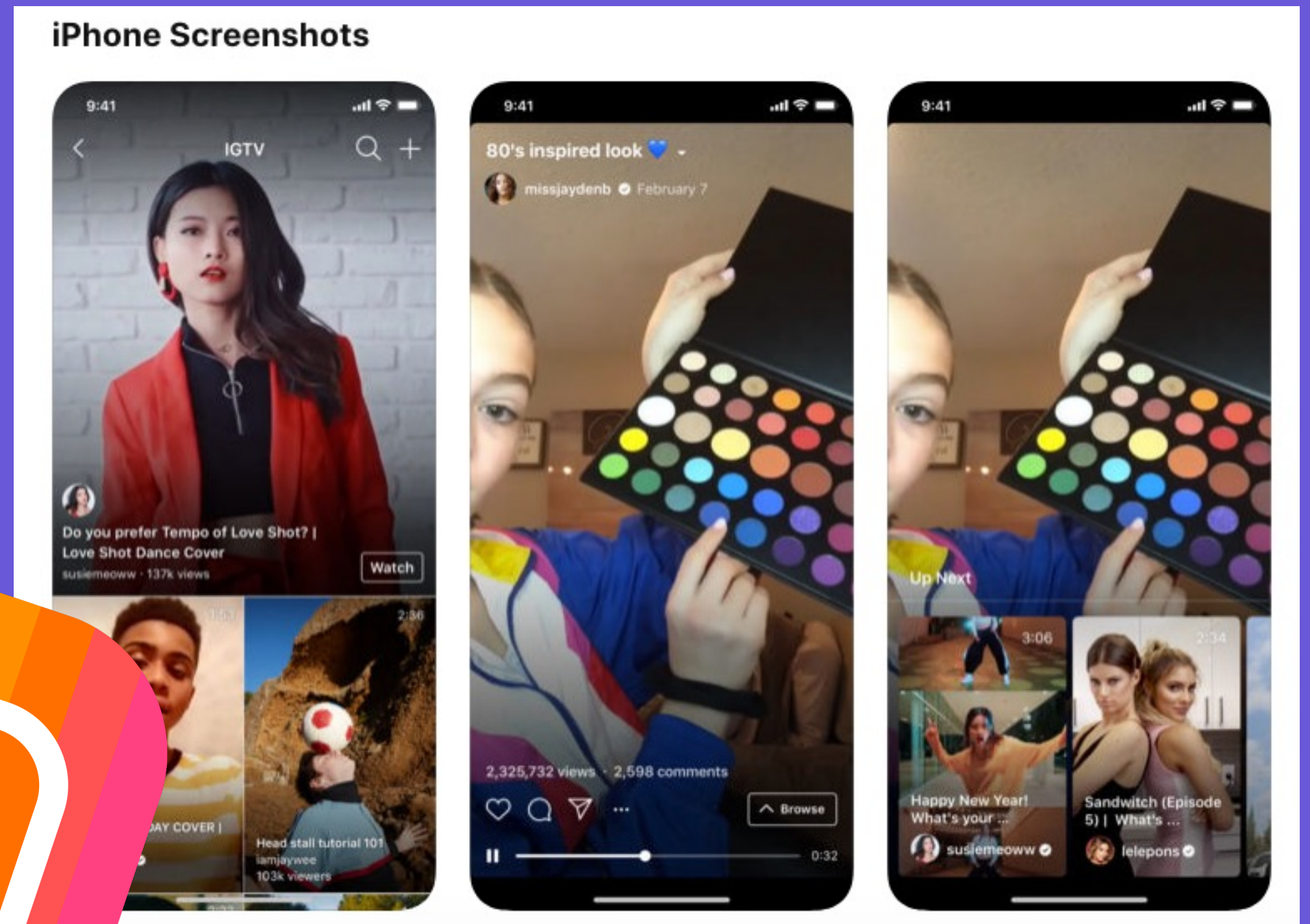


LANGKAH - LANGKAH OPTIMASI INSTAGRAM

10

GUNAKAN IGTV

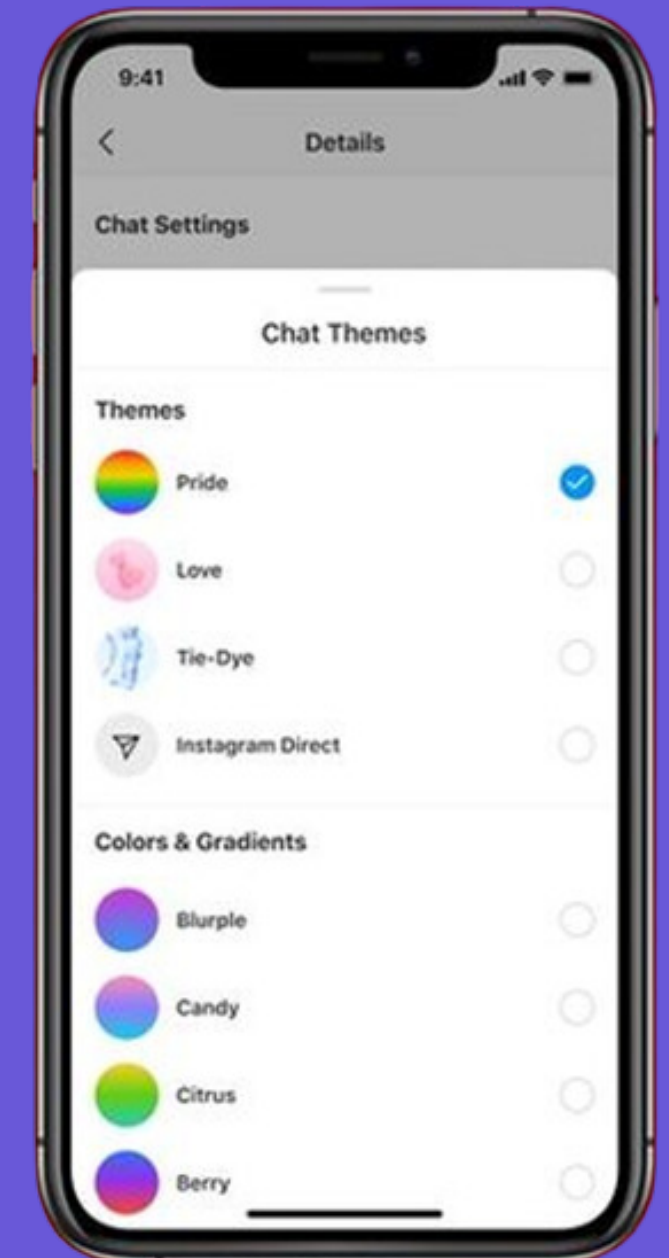
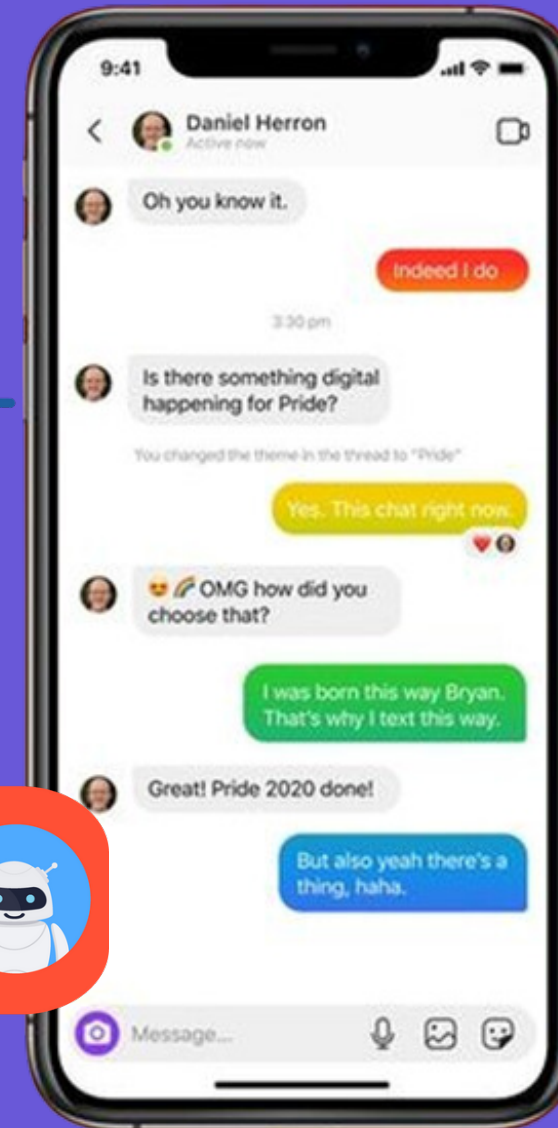
- Video Behind the Scenes
- Video Tutorial
- Review Produk



LANGKAH - LANGKAH OPTIMASI INSTAGRAM

11 GUNAKAN DM INSTAGRAM

- Minta Follower untuk DM via Story
- Gunakan Question Box, Pools, Quiz Sticker atau Chat Box



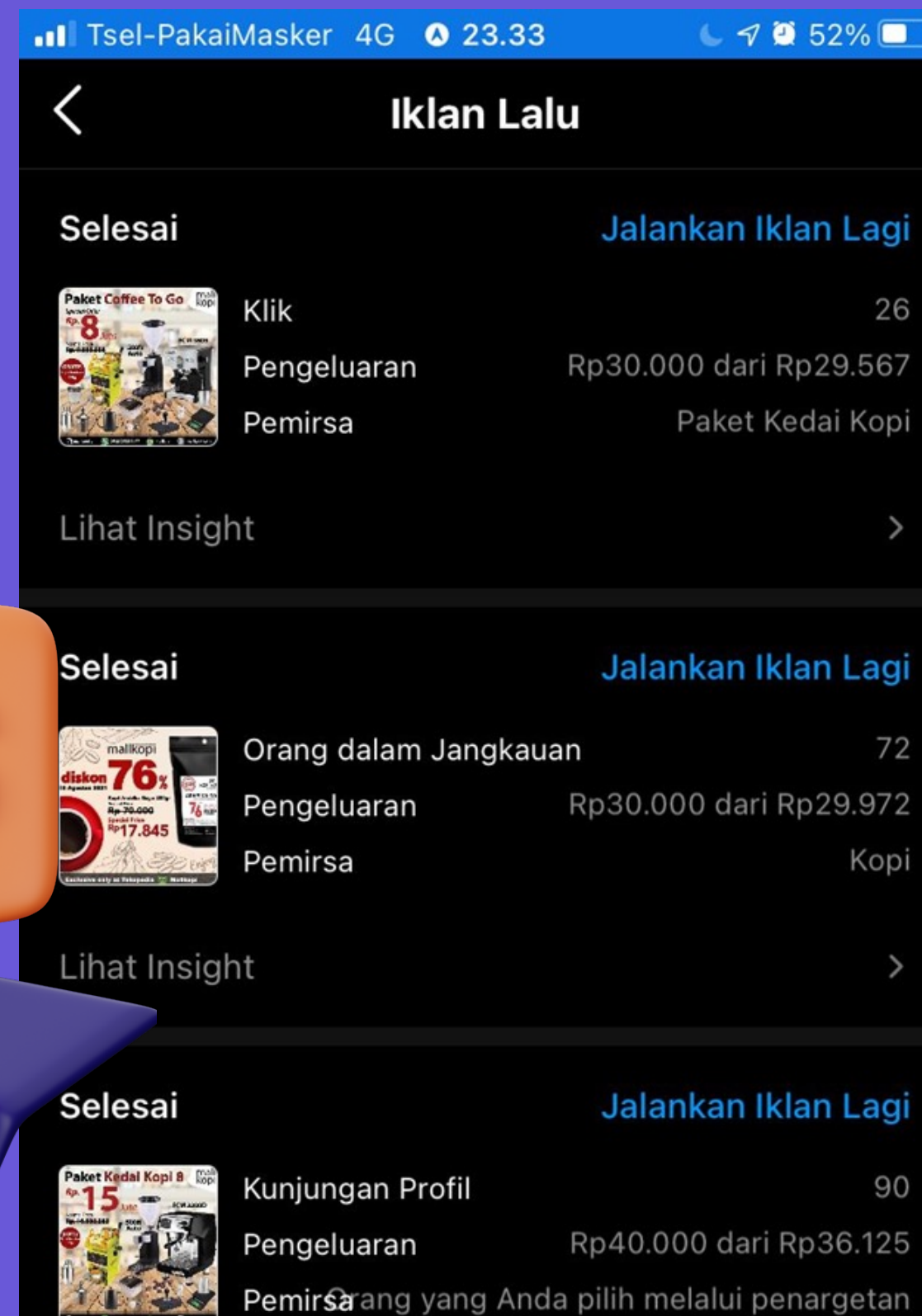
LANGKAH - LANGKAH OPTIMASI INSTAGRAM

12

PAID PROMOTION

- IG ADS
- FACEBOOK ADS FOR IG

ADS



The screenshot shows the 'Iklan Lalu' (Past Ads) section of an Instagram Ads Manager interface. It displays three completed ad campaigns with their respective performance metrics. The first campaign is for 'Paket Coffee To Go', the second for 'diskon 76%', and the third for 'Paket Kedai Kopi 8'. Each campaign includes a thumbnail, a 'Selesai' (Completed) status, a 'Jalankan Iklan Lagi' (Run Ad Again) button, and a list of metrics: 'Klik' (Clicks), 'Pengeluaran' (Spent), and 'Pemirsa' (Reach). The third campaign also includes a 'Kunjungan Profil' (Profile Visits) metric.

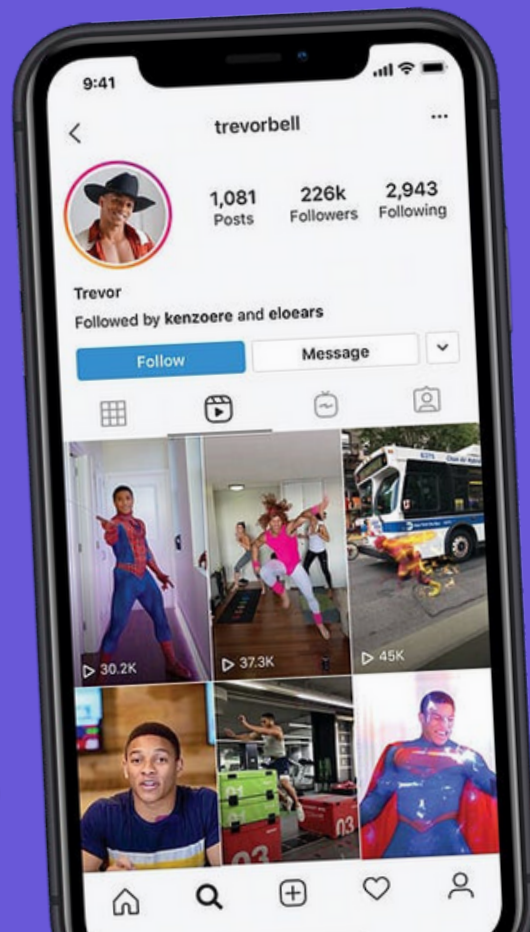
Campaign Name	Status	Action	Metric 1	Metric 2	Metric 3
Paket Coffee To Go	Selesai	Jalankan Iklan Lagi	Klik: 26	Pengeluaran: Rp30.000 dari Rp29.567	Pemirsa: Paket Kedai Kopi
diskon 76%	Selesai	Jalankan Iklan Lagi	Orang dalam Jangkauan: 72	Pengeluaran: Rp30.000 dari Rp29.972	Pemirsa: Kopi
Paket Kedai Kopi 8	Selesai	Jalankan Iklan Lagi	Kunjungan Profil: 90	Pengeluaran: Rp40.000 dari Rp36.125	Pemirsa: orang yang Anda pilih melalui penargetan

LANGKAH - LANGKAH OPTIMASI INSTAGRAM

13

INSTAGRAM REELS

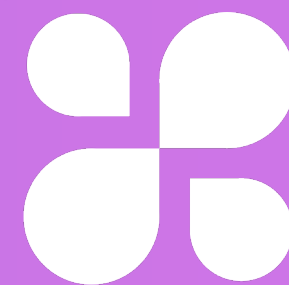
- Create Reels Content



TIPS INSTAGRAM REELS

- Tampilkan Hal Menarik pada Detik-Detik Awal Video.
- Pilih Musik Latar yang sedang Tren.
- Manfaatkan Fitur Bawaan dari Reels Instagram saat Mengedit Video.
- Lakukan Pengubahan Angle atau Transisi Sekreatif Mungkin.
- Menambahkan Teks yang Menarik.
- Menambahkan Thumbnail Mencuri Perhatian
- Selalu sertakan Tagar/Hashtag

CONTENT CAPTION COPYWRITING



Content , Caption & Copywriting



ERHA 
Experimental
Related to Content
Human Activity

Pain
Pleasure
Promise

Caption

Part 1 (pilih Simple atau Emotional)
Simple Offering (NPAS)
Emotional Offering

Part 2
Habitual Question

Part 3
Call To Action

Copywriting

3P (Pain, Pleasure, Promise)



Pain



Pleasure



Promise

Note : Fokus Kepada Keseluruhan Desain Terutama Foto/ilustrasi

Copywriting

Copywriting adalah tindakan atau pekerjaan menulis teks untuk tujuan periklanan atau bentuk pemasaran lainnya. Biasanya salinan (copy) atau salinan penjualan (Sales Copy) adalah konten tertulis yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek (Branding) dan pada akhirnya membujuk seseorang atau kelompok untuk mengambil tindakan tertentu.

Bentuk Penulisan/Copywriting di Caption

Story Telling

Framing

Future Pace

Story Telling

Indihome

Seiring banyaknya waktu di rumah, lebih banyak juga waktu yang bisa dihabiskan bersama keluarga. Jika biasanya sibuk dengan hobi masing-masing, gimana kalau Sobat mengajak anggota keluarga mengasah otak dengan main games bersama? Berikut rekomendasi games seru buat Sobat selagi #DiRumahAja:

1. Board games - Monopoli, Ular Tangga
2. Games kartu - Solitaire, UNO
3. Puzzle dengan kepingan banyak

Selamat mencoba, Sobat! Kira-kira, siapa nih, di keluarga Sobat yang paling jago main games?

#InternetnyaIndonesia #SemuaBisaBerubahMaju



Telkom Indonesia
the world in your hand

IndiHome

Serunya main bareng keluarga
#DiRumahAja

#BUMNuntukIndonesia

Framing

Telkomsel

Ingin memberikan kado spesial di awal tahun untuk orang tersayang? Coba kirim paket hadiah berupa kuota data atau pulsa telkomsel. Lumayan kan, kamu bisa membantu orang yang kamu sayang bekerja dengan internet lancar dan tidak perlu khawatir lagi kehabisan kuota atau pulsa. jadi, bersiaplah untuk lebih dicintai.

Untuk mengirimkan paket, Anda tinggal menghubungi Veronika, asisten virtual Telkomsel yang siap membantu Anda. Ayo hubungi sekarang!

☑☑ Untuk info bermanfaat lainnya dari @telkomsel, ikuti terus semua media sosial!



Future Pace

Allianz

Siapa yang tidak ingin merasa aman dan nyaman saat melakukan aktivitas sehari-hari? Inilah yang akan Anda rasakan jika menggunakan proteksi dari Allianz PASTI.

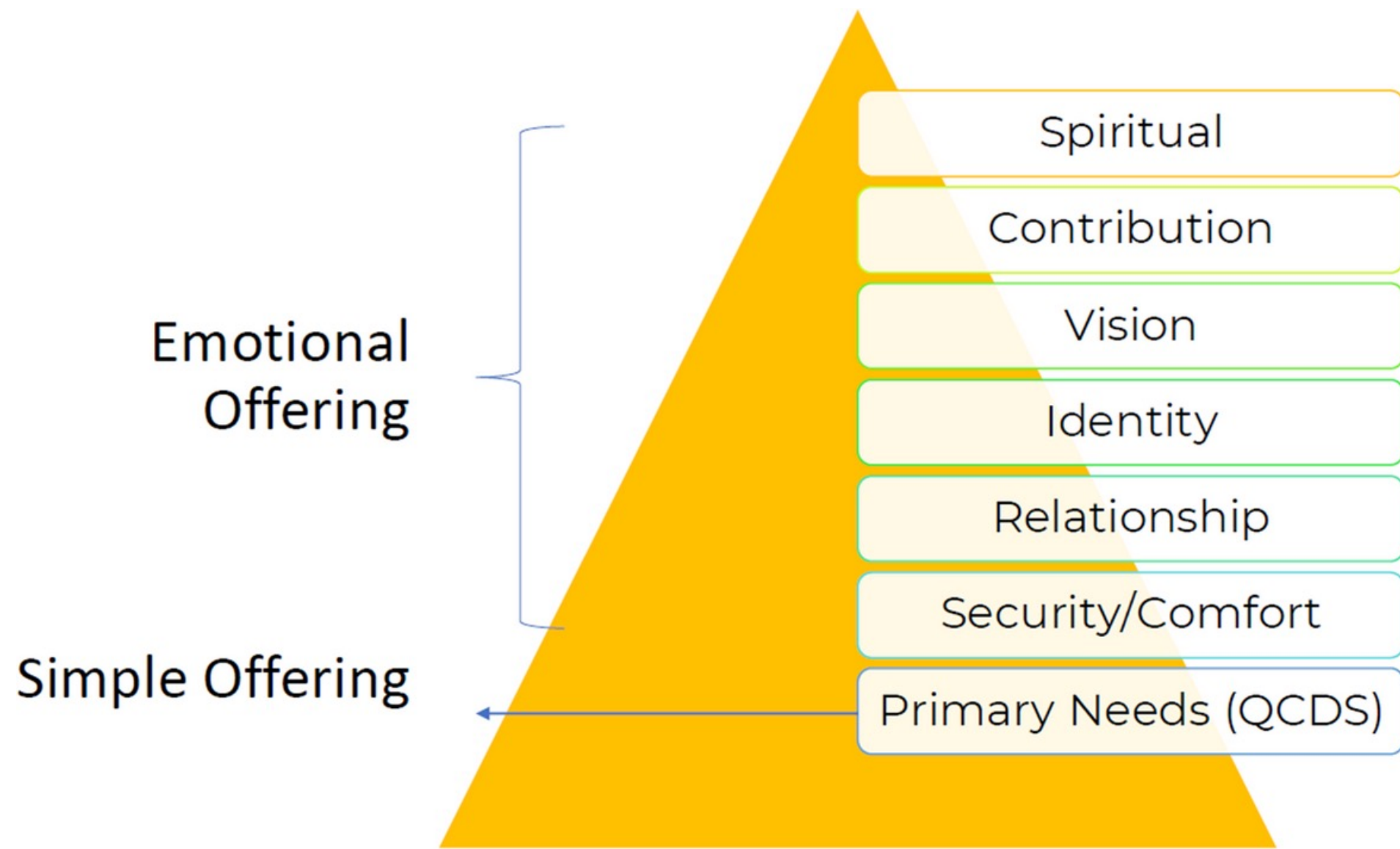
Swipe ke kiri postingan ini biar kamu tahu seberapa besar Uang Pertanggungungan yang bikin kamu merasa terlindungi setiap harinya! Jadi, segera tambahkan proteksi Allianz PASTI.

Untuk mendapatkan perlindungan, Anda tidak harus keluar rumah. Cukup gunakan layanan eAZy Cover, Anda bisa mengajukan pembelian produk tanpa harus bertemu secara fisik. Hubungi saja AllianzCare 1500 136 atau tenaga penjualan Allianz tanpa repot dan tetap di rumah

ALLIANZ PASTI DI SITUASI TAK PASTI SAATNYA PUNYA PROTEKSI

Geser ke kiri buat tahu ilustrasi Uang Pertanggungungannya! 





QCDS= Quality, Cost, Delivery, Service

Bentuk Penawaran yang ditawarkan

Simple Offering

Formula :

Niche + Pain/Pleasure + Agitate + Solution

Emotional Offering

Formula :

Niche + Pain/Pleasure + Agitate + Conclusion/Value Question

Simple Offering

Formula : Niche + Pain/Pleasure + Agitate + Solution

IndiHome

Bagi sobat yang ingin hasil kerja produktif, kerja mobile tanpa hambatan, yuk daftar Paket Indihome 3P (Internet + TV + Telepon)

Selain mendapatkan jaringan internet berkualitas tanpa gangguan, kamu juga bisa mendapatkan diskon 50%, saldo LinkAja, Plus Bonus Hiburan film keren di akhir minggu!

Apa yang kamu tunggu? Berlangganan sekarang dan nikmati berbagai keuntungannya

Niche

Pleasure

Solution

Agitate

BUMN
UNTUK
INDONESIA

IndiHome
Aktivitas Tanpa Batas

Telkom
Indonesia
the world in your hand

WFH OPTIMAL HIBURAN LEBIH MAKSIMAL

Link
Aja!

Cashback
Rp150Ribu

Up to
100 Mbps

Disney+
hotstar

WeTV
iflix

CATCHPLAY

Vidio

MOLA

Bonus Nelpon
100 Menit

Emotional Offering

(Security)

Formula : Niche + Pain/Pleasure + Agitate + Conclusion/Value Question

Garda Oto

Saat berkendara tiba-tiba mobil tiba-tiba mogok di tengah jalan, bikin panik banget!

Tenang saja, jika menggunakan Garda Oto, ada bantuan 24 jam dari Garda Siaga.

Dapatkan perlindungan mobil kesayangan semakin mudah dengan cicilan 0% hingga 12 bulan + voucher belanja kebutuhan otomotif di Garda Mall dengan diskon 50%. Khusus untuk pembelian di website gardaoto.com atau Garda Mobile Otocare pada periode 1-31 Mei 2022.

Apakah Anda yakin dapat melewatkan penawaran terbatas ini?



Niche



Pain



Agitate



Conclusion



Value Question

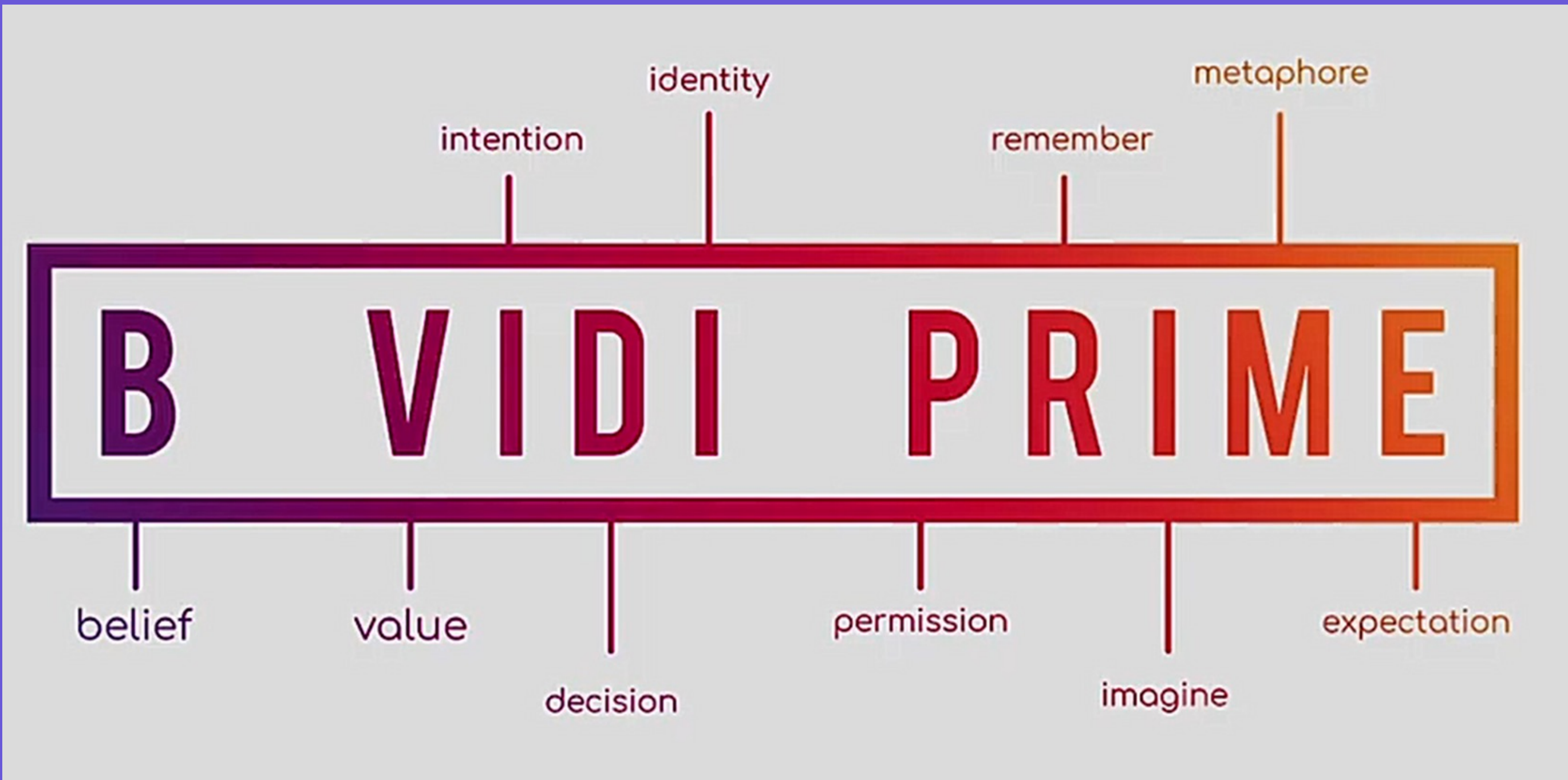


Mobil kamu bermasalah saat di jalan?
Tenang, ada bantuan
Garda Siaga 24 jam



Geser ke kiri >>

Value Question



Value Question

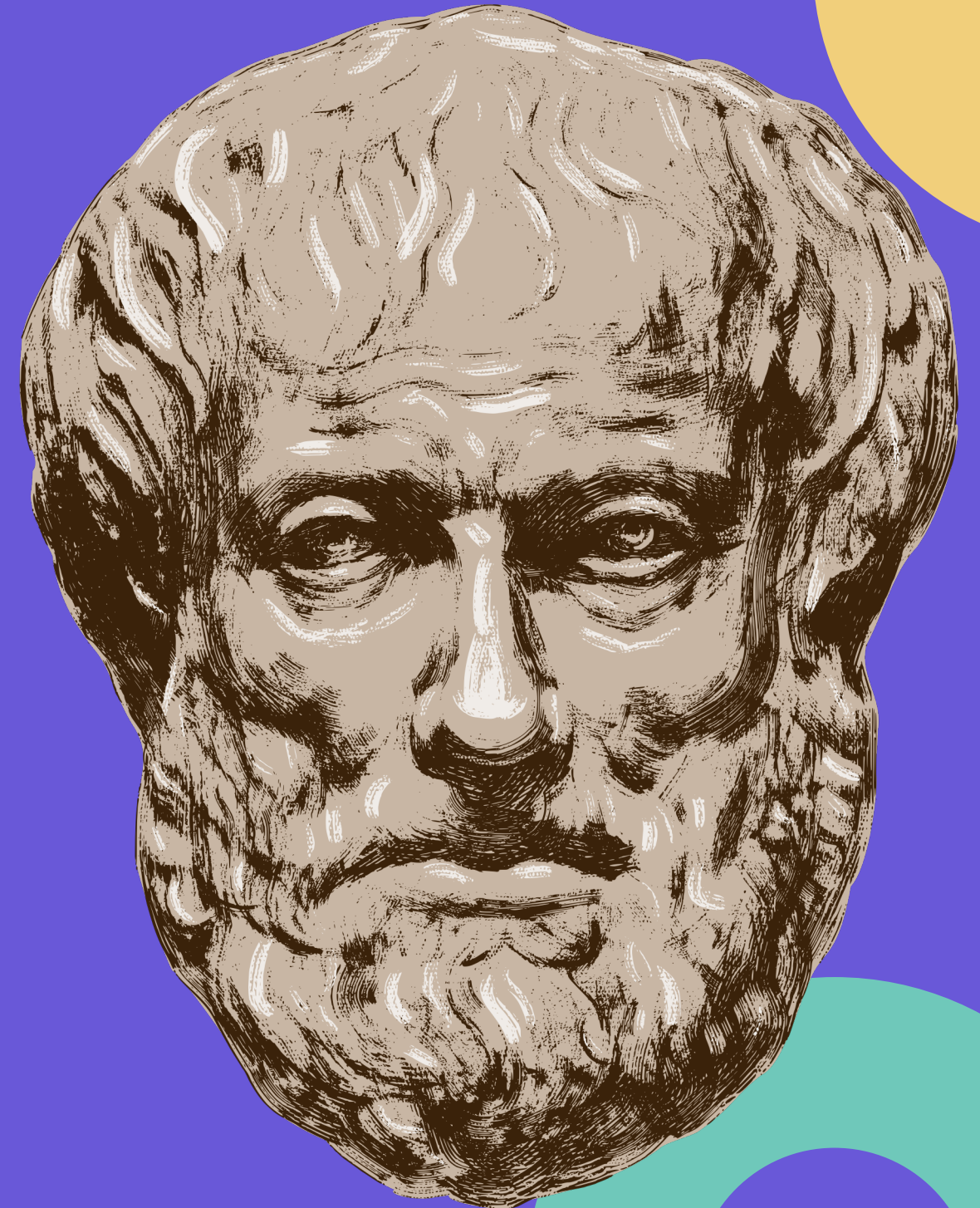
Type	Example
Belief	Are you sure....?
Value	Do you think it's important or not...?
Intention	What makes you feel alive? Today! You be Different
Decision	So, are you interested to... ?
Identity	Come! increase your brain power , You smarter than you think
Permission	May We start now ? Can we Drive Now?
Remember	Remember Last time you..? remember how messed up you were to lose your smartphone?
Imagine	Can You Imagine the future wit Us
Metaphor	He is a shining star. Life is Highway
Expectation	So, What you Expect in the Future

Kesalahan Umum di Sosmed

- Konten yang tidak menarik
- Terlalu sibuk menjual
- Terlalu sering melakukan klaim tanpa ada bukti
- Terlalu menyasar kepada banyak orang

Rumus bujukan menurut Aristoteles

- **Exordium.** Buatlah pernyataan mengejutkan dan tuturkan cerita guna menarik perhatian.
- **Narratio.** Ajukan problem yang dihadapi pembaca/pendengar
- **Confirmation.** Tawarkan solusi bagi problem tersebut.
- **Peroratio.** Nyatakan manfaat menjalani Solusi itu





CONTENT IS
KING



TEKNIK PENULISAN COPYWRITING

Elemen Penting

- Dua elemen penting dari sebuah *copy* adalah judul dan isi.
- Judul sebuah *copy* berupa *headline* dan bisa ditambahkan dengan *subheadline*, dan isi *copy* adalah penawaran yang diberikan untuk pembaca atau target pasar Anda.
- Perlu memahami struktur yang sudah berhasil digunakan oleh banyak orang, dikenal dengan AIDA.

Apa itu AIDA

Attention

- Copy yang dibuat harus mampu membuat pembaca atau target pasar menangkap pesan yang disampaikan, lalu mereka tertarik untuk membaca dan selanjutnya menginginkan produk Anda.
- Ada sebuah penelitian dari Silver Pop yang dilakukan beberapa tahun lalu. Dari penelitian itu dihasilkan sebuah kesimpulan bahwa kita harus bisa menangkap atau menarik perhatian pembaca atau target pasar dalam waktu delapan detik atau bahkan kurang.
- Pada umumnya manusia mengedipkan matanya setiap 3-4 detik sekali. Itu berarti kita memiliki kesempatan untuk membuat pembaca dan target pasar kita tertarik dengan copy kita dalam dua kedipan mata. Oleh karena itu, pikirkan baik-baik bagaimana cara menarik perhatian pembaca dan target pasar, sekaligus membuat mereka menangkap pesan yang ingin kita sampaikan.
- Hal yang sangat diperhatikan oleh pembaca dalam dua kedipan mata itu adalah: Judul, Ilustrasi, dan kalimat pembuka serta penutup.

Apa itu AIDA

Interest

- Setelah mendapatkan perhatian dari pembaca dan target pasar, kita harus bisa membuat mereka tertarik. Apa indikasi mereka tertarik? Tentu saja mereka tidak berhenti membaca tulisan Anda, ingintahu lebih banyak tentang solusi yang Anda tawarkan, lalu berpikir dan meyakinkan diri untuk mendapatkan produk Anda. Biarkan mereka menyadari permasalahan mereka, meresapinya, dan ingin mengakhiri permasalahannya dengan solusi yang Anda tawarkan.
- Untuk memancing ketertarikan pembaca atau target pasar adalah dengan menyediakan beberapa hal dalam copy Anda. Beberapa hal ini menguatkan tulisan yang sudah Anda buat:
 - **Informasi / fakta**
 - **Statistic**
 - **Studi Kasus**
 - **Kondisi ideal**
 - **Alasan**

Apa itu AIDA

Desire

- Setelah berhasil menarik perhatian, lalu apalagi yang harus dilakukan? Jawabannya adalah Anda harus bisa membuat mereka teramat sangat menginginkan produk yang Anda tawarkan. Anda harus mampu menggerakkan keinginan pembaca atau target pasar Anda untuk memiliki dan mendapatkan produk Anda. Anda harus bisa menjabarkan produk Anda dengan segala keuntungan yang akan didapatkan oleh pembaca dan target pasar Anda. Sebenarnya desire hampir sama dengan interest, akan tetapi yang membedakan keduanya adalah pada tahap desire, Anda harus lebih pintar memainkan emosi, pikiran, dan logika target pasar Anda.
- Bagaimana cara memainkan emosi, pikiran, dan logika mereka? Ada beberapa cara yang bisa digunakan, misalnya adalah:
 - **Menyebutkan manfaat bukan fitur atau komposisi saja**
 - **Memancing emosi negative lalu memberikan solusi**

Apa itu AIDA

Action

- Tahap terakhir sekaligus penutup adalah take action. Setelah berhasil menjaring pembaca dan target pasarsebanyak mungkin dan membuat mereka benar-benar menginginkan produk yang Andatawarkan, akhirilah dengan mengajak mereka untuk mengambil tindakan atau melakukan sesuatu sesuai perintah Anda.
- Gunakan penawaran terbaik Anda mereka sesegera mungkin memesan atau melakukan langkah-langkah untuk mendapatkan produk Anda. Pakai bahasa persuatif dan kalimat-kalimat penuh promosi. Tidak apa-apa terlihat sedikit heboh, akan tetapi tetapi tetap harus memerhatikan kaidah-kaidah dalam menulis sebuah copy. Ingat, jangan sampai membuat pembaca atau target pasarAnda mengurungkan niat karena tidak memperhatikan tahap terakhir ini.
- Gunakanlah sesuai porsinya. Akan anehjadinya jika keseluruhan copy Anda hanya berisi rangkaian kata promosi dan penawaran tanpa ada faedah dan penawaran yang diambil. Hal tersebut akan mengakibatkan copy yag Anda buat tidak “bernyawa” dan sekedar rangkaian kata belaka.

Berikut kalimat penawaran dan promosi yang mumpuni dan terbukti berhasil menarik semakin banyak perhatian pembaca dan target pasar.

- **Gratis Ongkos Kirim**
- **Tawaran Spesial untuk Member Saja**
- **Upload Foto, Dapatkan Diskon**
- **Coba Secara Cuma-Cuma**
- **Paket Super Murah**
- **Kuota Hampir Habis**
- **Khusus Hari ini!**
- **Jual Rugi (Cuci Gudang)**
- **Produk yang Berkelanjutan**
- **Ekstra Bonus**
- **Beli Banyak, Harga Grosir**
- **Voucher untuk Pembelian Selanjutnya**
- **Promo Per Periode**
- **Menawarkan Paket Menarik dan Relevan**

Prinsip Persuasi Copywriting

Reciprocity

Prinsip ini disebut TIMBAL BALIK dalam menulis iklan. Contohnya di awal memberikan ilmu atau sampel produk kemudian menarik mereka untuk membeli. Konsepnya seperti : Sharing-sharing pengalaman kemudian Selling-Selling.

Commitment and consistency

Komitmen dan konsistensi adalah hal mutlak yang harus ditaati dalam kegiatan promosi dan jual beli. Setelah Anda siap berkomitmen dan konsisten, maka Anda harus mempertahankan semangat Anda terhadap dua hal tersebut. Perlu membuat pre-launching atau pengumuman dan penawaran awal terlebih dahulu sebelum benar-benar menjual dan memasarkan produk Anda.

Prinsip Persuasi Copywriting

Social Proof

Hampir sama seperti sebuah testimony, akan tetapi dibuat dengan lebih lembut dan halus, seakan-akan promosi terselubung tunjukkan pada target pasar Anda bahwa produk yang Anda tawarkan sudah terbukti baik dan membantu permasalahan yang dialami oleh orang-orang yang sudah menggunakan terlebih dahulu.

Liking atau Rasa Suka

Menimbulkan rasa suka dan nyaman pada target pasar Anda adalah salah satu prinsip. Bangun empati dan simpati target pasar Anda dengan menjelaskan secara ramah dan perhatian. Gunakan kata kalimat yang halus. Tidak maksa dan jangan menimbulkan kesan tidak peduli.

Prinsip Persuasi Copywriting

Authority (Otoritas)

Untuk mengukur otoritas Anda, menggunakan bukti nyata atau hasil riset tertentu. Ajak dan minta tolonglah pada orang-orang yang lebihberkompeten daripada Anda sebagai kawan, bukan lawan. Tujuannya agar yang mem-backup Anda dan produk Anda.

Scarcity (Kelangkaan)

Buatlah promosi dan penawaran seperti limited edition, rare product, atau early bird. Semakin produk anda terlihat langka dan sulit didapat, target pasar Anda akanlebih tertarik untuk memilikinya. Buat produk secara terbatas terlebih dahulu untuk mengukur keberhasilan promosi Anda.

Tips Membuat Copy Lebih Baik

- Jangan Berbohong
- Bisa Menghipnotis Pembaca
- Tidak Boleh Menyinggung SARA
- Sportif
- Jangan Bertele-Tele
- Memasarkan pada Market Yang Tepat Dan Gaet Traffic
- Lakukan Follow Up
- Lakukan Test dan Ukur
- Memperluas Jaringan
- Siap Menerima Hasil



Tugas Pribadi

Silahkan cari 1 buah promosi/iklan dari perusahaan besar, boleh dari Video Promosi, dari website, Instagram, landingpage. Kemudian silahkan di review dari:

- **Jenis Promosi menggunakan media apa**
- **Anatomi Copywriting nya**
- **Call to Action nya**
- **Apa yang kamu rasakan dari iklan atau promosi tersebut**

SOCIAL MEDIA MARKETING CALENDAR



SOCIAL MEDIA MARKETING CALENDAR

Tujuan Utama

- Melakukan perencanaan isi konten instagram
- Mempermudah perancangan desain konten
- Mendisiplinkan waktu untuk posting konten

TIPE KONTEN PALING EFEKTIF DI INSTAGRAM

EDUCATIONAL

How to post
Tutorial
Step-by-step guides
Industry news
List of tools and resources

INTERACTIVE

Interactive infographics
Ask easy to answer questions
Opinion posts

INSPIRATIONAL

Quotes
Success stories
Amazing facts
Client experience
Before/after

ENTERTAINING

Memes
Jokes
Puzzles
Throwback
Viral videos

CONTENT TO CONVERT

Client testimonials
Freebies/free gift
Your offers/packages
Share your expertise

MINGGU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU
					1 Hari Buruh CURRENT EVENT Post kepedulian Anda/bisnis Anda tentang buruh	2 Hari Pendidikan Nasional CURRENT EVENT Post ucapan "Selamat Hari Pendidikan Nasional" dengan design yang unik
3 PROMOSI BISNIS Promosikan bisnis/produk/jasa Anda	4 INSPIRASI Post/repost sebuah cerita/kisah inspirasi tokoh terkenal	5 MENJAWAB PERTANYAAN Konten #AMA (Ask Me Anything)	6 TENTANG SAYA Posting & Bicarakan tentang podcast favorit Anda	7 Hari Raya Waisak CURRENT EVENT Post ucapan "Selamat Hari Raya Waisak" dengan design yang unik	8 PROMOSI BISNIS Promosikan bisnis/produk Anda	9 KONTEN BERMANFAAT Rekomendasikan aplikasi smartphone yang Anda rasa bermanfaat untuk bisnis Anda. Cth: Aplikasi editing gbr/video.
10 PENGUMUMAN Posting PENGUMUMAN bahwa Anda akan melakukan IG LIVE pada tanggal 16	11 POST VIDEO Bagikan video testimoni dari klien Anda	12 PROMOSI BISNIS Promosikan bisnis/produk/jasa Anda	13 INSPIRASI Post Quote Motivasi	14 TENTANG SAYA Bagikan video clip lagu yang paling Anda sukai dan ceritakan mengapa Anda menyukainya	15 BERITA TERBARU Bagikan statistik atau fakta menarik dari bisnis/usaha Anda	16 LIBATKAN FOLLOWER Lakukan IG LIVE

DESEMBER 2021

MINGGU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU
			1 INTERAKSI Beri pertanyaan menarik ke audiens Anda (Cari kumpulan pertanyaan di tab Questions dibawah)	2 VIRAL Pilih gambar viral dari website membership area	3 SELLING Post video / foto yang mempromosikan produk atau jasa Anda	4 EDUKASI Jawab pertanyaan yang sering ditanyakan audiens Anda
5 INSPIRASI Bagikan quote inspirasi atau motivasi (Cari kumpulan quote di tab Quotes dibawah)	6 INTERAKSI Beri pertanyaan menarik ke audiens Anda (Cari kumpulan pertanyaan di tab Questions dibawah)	7 VIRAL Pilih gambar viral dari website membership area	8 SELLING Post video / foto yang mempromosikan produk atau jasa Anda	9 EDUKASI Sharing sesuatu yang Anda sudah pelajari untuk improve bisnis Anda	10 INSPIRASI Bagikan quote inspirasi atau motivasi (Cari kumpulan quote di tab Quotes dibawah)	11 INTERAKSI Beri pertanyaan menarik ke audiens Anda (Cari kumpulan pertanyaan di tab Questions dibawah)
12 VIRAL Pilih gambar viral dari website membership area	13 SELLING Post video / foto yang mempromosikan produk atau jasa Anda	14 EDUKASI Sharing artikel yang bernilai di niche Anda	15 INSPIRASI Bagikan quote inspirasi atau motivasi (Cari kumpulan quote di tab Quotes dibawah)	16 INTERAKSI Beri pertanyaan menarik ke audiens Anda (Cari kumpulan pertanyaan di tab Questions dibawah)	17 VIRAL Pilih gambar viral dari website membership area	18 SELLING Post video / foto yang mempromosikan produk atau jasa Anda
19 EDUKASI Sharing cerita tentang kesuksesan / perjuangan / jatuh bangun Anda di bisnis	20 INSPIRASI Bagikan quote inspirasi atau motivasi (Cari kumpulan quote di tab Quotes dibawah)	21 INTERAKSI Beri pertanyaan menarik ke audiens Anda (Cari kumpulan pertanyaan di tab Questions dibawah)	22 VIRAL Pilih gambar viral dari website membership area	23 SELLING Post video / foto yang mempromosikan produk atau jasa Anda	24 EDUKASI Sharing keahlian Anda jadi audiens tau apa yang Anda lakukan	25 INSPIRASI Bagikan quote inspirasi atau motivasi (Cari kumpulan quote di tab Quotes dibawah)
26 INTERAKSI Beri pertanyaan menarik	27 VIRAL Pilih gambar viral dari	28 SELLING Post video / foto yang	29 EDUKASI Sharing kesalahan	30 INSPIRASI Bagikan quote inspirasi	31 INTERAKSI Beri pertanyaan menarik	

Tugas Anda

Buatlah Social Media Marketing Calendar selama 1 bulan kedepan untuk diterapkan pada akun IG Bisnis yang telah Anda buat sebelumnya.

Gunakan Template yang telah disediakan



DYLAN THOMAS

Poetry extracts

Do not go gentle into that good night,
Old age should burn and rave at close of day;
Rage, rage against the dying of the light.



ORD BYRON

Poetry extracts

She walks in beauty, like the night
Of cloudless climes and starry skies;
And all that's best of dark and bright
Meet in her aspect and her eyes...

T.S. ELIOT

Poetry extracts

For last year's words belong to last year's
language
And next year's words await another voice.
And to make an end is to make a beginning.



BRIAN ANDREAS,

Poetry extracts

I carry you with me into the world,
into the smell of rain
& the words that dance between people
& for me, it will always be this way,
walking in the light,
remembering being alive together



EMILY DICKINSON

Poetry extracts

Hope is the thing with feathers
That perches in the soul,
And sings the tune without the words,
And never stops at all



DAVID WHITE

Poetry extracts

Sometimes it takes darkness and the sweet
confinement of your aloneness to learn
anything or anyone
that does not bring you alive
is too small for you.

Membuat Content dengan AI

Prompt ke 1:

Sebagai Expert, bantu saya membuat konten planner untuk 10 hari di Instagram, dengan konten pilar EDUKASI, PROMOSI, TESTIMONI, INFORMASI, MOTIVASI. Buat buyer persona nomor [pilih buyer persona]

Prompt ke 2:

Sebagai Expert, Bantu saya membuat copywriting menggunakan metode AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) untuk produk/jasa [nama produk/jasa]. Buatlah teks yang menarik perhatian, membangkitkan minat, menciptakan keinginan, dan mendorong tindakan pembelian untuk buyer persona nomer [tuliskan nomer buyer persona yang dipilih]

Prompt ke 3:

Sebagai Expert, Bantu saya membuat headline yang menarik dan memikat untuk produk/jasa [nama produk/jasa]. Headline harus singkat, jelas, dan mampu menarik perhatian target audiens.

Prompt ke 4:

Sebagai Expert, Bantu saya membuat quotes unik yang menggabungkan produk/jasa [nama produk/jasa] dengan peristiwa tertentu [nama peristiwa]. Quotes ini harus menggugah emosi dan relevan dengan konteks peristiwa tersebut.

MARKET PLACE



APA ITU MARKETPLACE?



PERANTARA

Marketplace adalah perantara antara penjual dan pembeli di dunia maya



PENYEDIA LAYANAN

Bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi online dengan menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran



ONLINE DEPT.STORE

Bisa dikatakan marketplace adalah deparment store online

JENIS MARKETPLACE

MURNI

AMAZON
ALIBABA
TOKOPEDIA
SHOPEE
BUKALAPAK
LAZADA

KONSINYASI

ZALORA
BERRYBENKA
MATAHARI

IKLAN
BARIS

OLX
FACEBOOK
MARKETPLACE

E-COMMERCE

BHINNEKA
ORAMI
OTTENCOFFEE

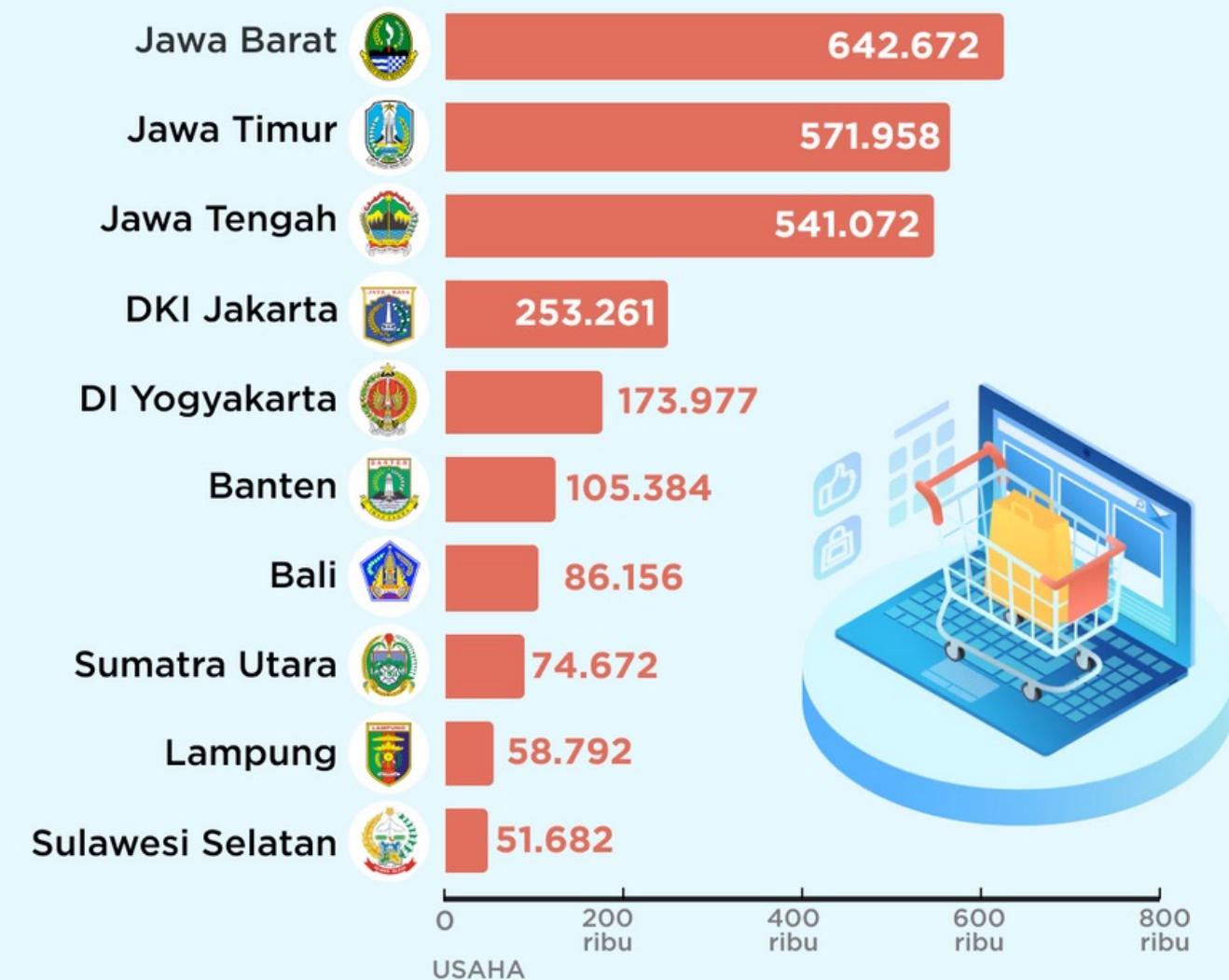
POPULARITAS MARKETPLACE DI INDONESIA (2022-23)

MARKETPLACE PALING BANYAK DIKUNJUNGI SEPANJANG 2023



Ekonomi & Makro

Provinsi dengan Jumlah Usaha E-Commerce Terbanyak (2022)*

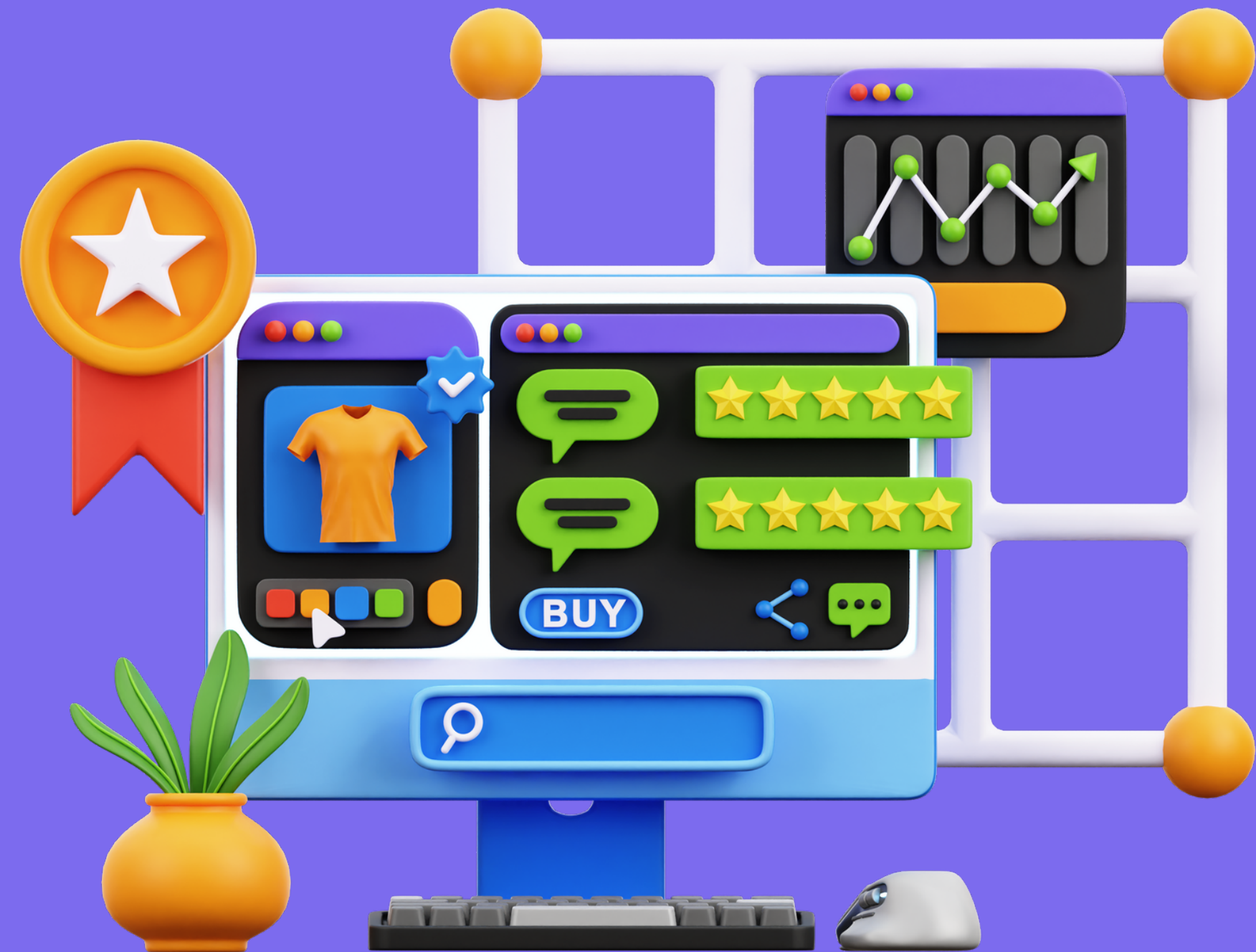


*) Angka estimasi

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

CARA KERJA MARKETPLACE

- Pembeli memilih barang di marketplace, lalu saat membeli, **transfer pembayaran dilakukan ke perusahaan marketplace**, bukan transfer ke penjual.
- Perusahaan marketplace akan memberitahu ke si penjual, bahwa sudah diterima pembayaran untuk produk A dan minta segera penjual memproses dan mengirimkan paket barang ke alamat pembeli.
- Setelah barang diterima pembeli maka pembeli bisa konfirmasi bahwa barang sudah diterima (atau kadang sistem otomatis mendeteksi melalui resi pengiriman bahwa barang sudah diterima) **maka perusahaan marketplace akan mentransfer pembayaran ke si penjual.**



KELEBIHAN MARKETPLACE

Mudah untuk mulai jualan karena sistem dan prasarana sudah disediakan.

Penjual relatif tinggal buka akun, upload foto-foto dan keterangan produk. Selesai! Kemudahan seperti ini sangat disukai oleh orang-orang yang masih awam.

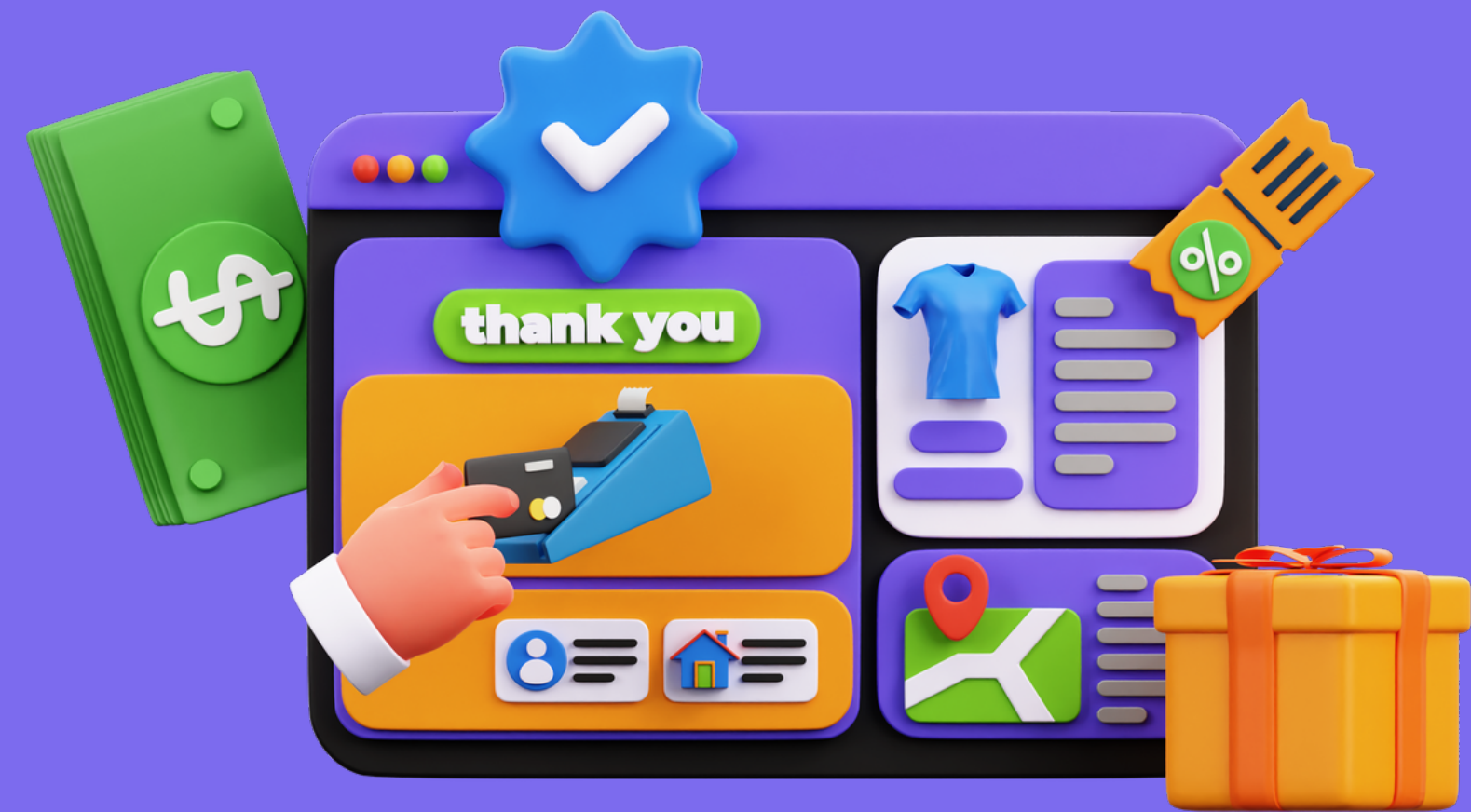
Marketplace atau pasar yang bagus biasanya sudah ramai pengunjung.

Ibarat kalau Anda buka stan di pasar atau di mal yang ramai, selalu ada pengunjung yang nyasar, masuk dan lihat-lihat dagangan Anda yang lalu jadi customer Anda.

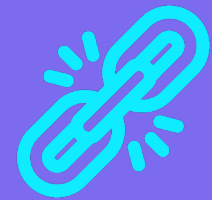


KEKURANGAN MARKETPLACE

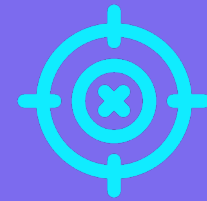
Tingkat persaingan yang tinggi sehingga biasanya low profit margin.	Anda tidak sedang membangun brand dari bisnis jualan online Anda
Pelanggan Anda dengan mudah pindah ke penjual lain	Anda tidak punya kontrol terhadap tempat jualan Anda



TIPS OPTIMASI MARKETPLACE



Manfaatkan Fitur
Premium Seller



Gunakan Fitur
Ads



Harga Bersaing



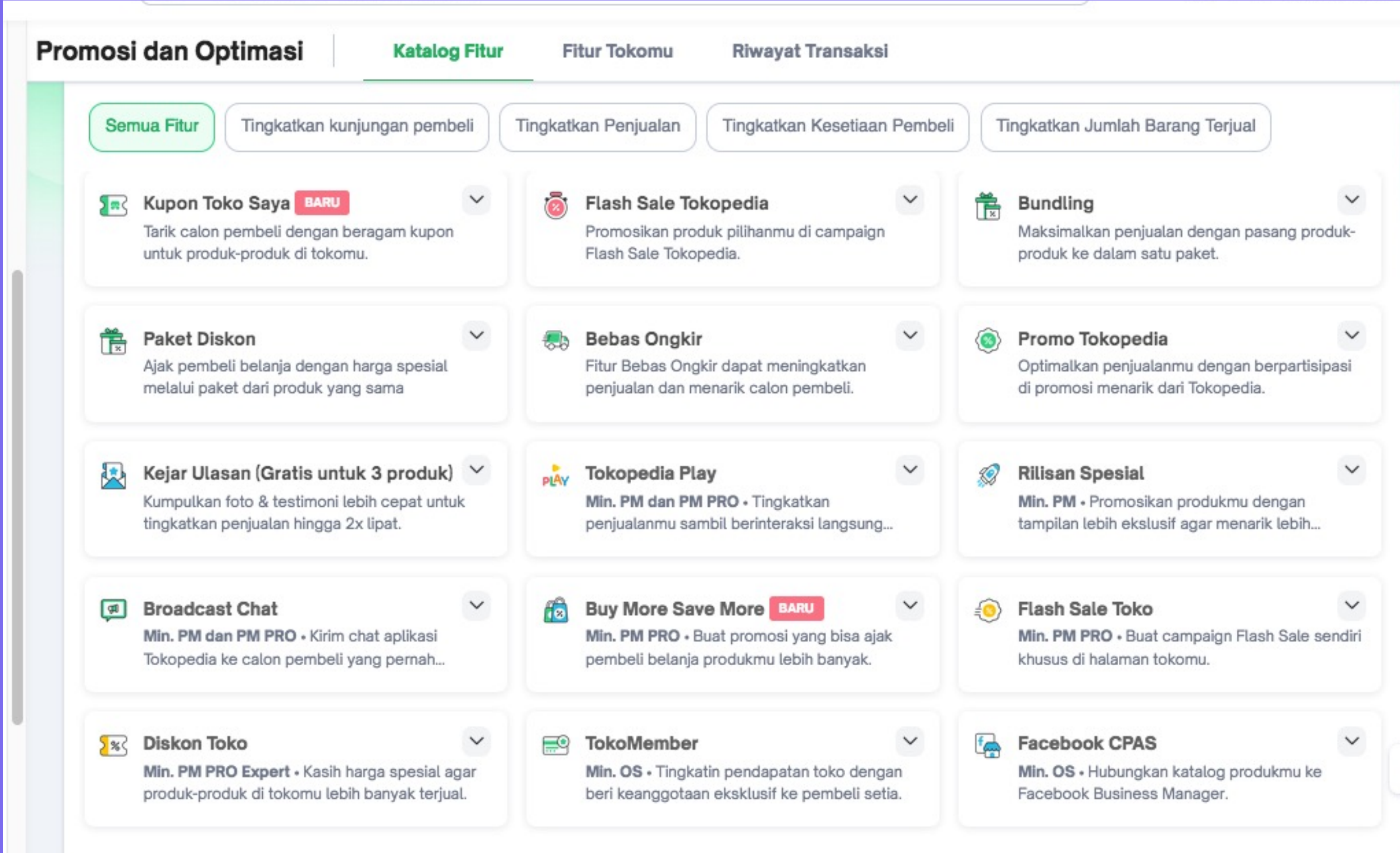
Tawarkan Promo



Promosikan di
Platform Lain



JENIS PROMOSI DI MARKETPLACE

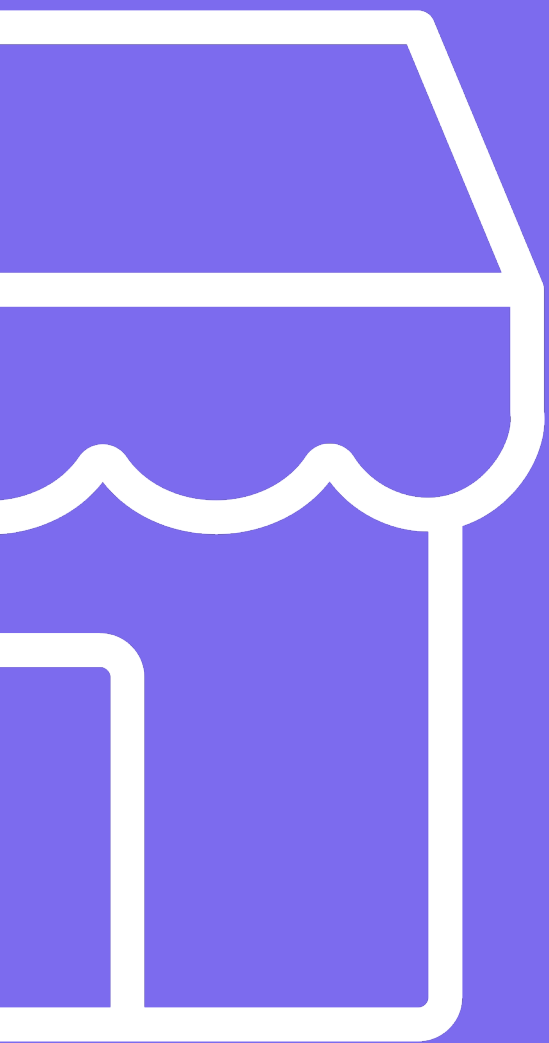


The screenshot displays the 'Promosi dan Optimasi' (Promotions and Optimization) section of a Tokopedia seller dashboard. It features a navigation bar with 'Promosi dan Optimasi', 'Katalog Fitur', 'Fitur Tokomu', and 'Riwayat Transaksi'. Below the navigation, there are filter buttons for 'Semua Fitur', 'Tingkatkan kunjungan pembeli', 'Tingkatkan Penjualan', 'Tingkatkan Kesetiaan Pembeli', and 'Tingkatkan Jumlah Barang Terjual'. The main content area is a grid of 15 promotional feature cards, each with an icon, a title, and a brief description. Some cards are marked as 'BARU' (New).

Fitur	Detail
Kupon Toko Saya BARU	Tarik calon pembeli dengan beragam kupon untuk produk-produk di tokomu.
Flash Sale Tokopedia	Promosikan produk pilihanmu di campaign Flash Sale Tokopedia.
Bundling	Maksimalkan penjualan dengan pasang produk-produk ke dalam satu paket.
Paket Diskon	Ajak pembeli belanja dengan harga spesial melalui paket dari produk yang sama
Bebas Ongkir	Fitur Bebas Ongkir dapat meningkatkan penjualan dan menarik calon pembeli.
Promo Tokopedia	Optimalkan penjualanmu dengan berpartisipasi di promosi menarik dari Tokopedia.
Kejar Ulasan (Gratis untuk 3 produk)	Kumpulkan foto & testimoni lebih cepat untuk tingkatkan penjualan hingga 2x lipat.
Tokopedia Play	Min. PM dan PM PRO • Tingkatkan penjualanmu sambil berinteraksi langsung...
Rilisan Spesial	Min. PM • Promosikan produkmu dengan tampilan lebih eksklusif agar menarik lebih...
Broadcast Chat	Min. PM dan PM PRO • Kirim chat aplikasi Tokopedia ke calon pembeli yang pernah...
Buy More Save More BARU	Min. PM PRO • Buat promosi yang bisa ajak pembeli belanja produkmu lebih banyak.
Flash Sale Toko	Min. PM PRO • Buat campaign Flash Sale sendiri khusus di halaman tokomu.
Diskon Toko	Min. PM PRO Expert • Kasih harga spesial agar produk-produk di tokomu lebih banyak terjual.
TokoMember	Min. OS • Tingkatin pendapatan toko dengan beri keanggotaan eksklusif ke pembeli setia.
Facebook CPAS	Min. OS • Hubungkan katalog produkmu ke Facebook Business Manager.

FITUR YANG WAJIB DIMAKSIMALKAN DI MARKETPLACE

- STATISTIK TOKO
- BALASAN OTOMATIS
- SMART REPLY
- TAMBAH/UPDATE PRODUK SEKALIGUS
- STATUS PESANAN
- PROMOSI & IKLAN

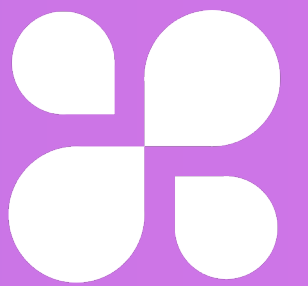


MARI KITA COBA



TOKOPEDIA SELLER

TIKTOK





TikTok adalah platform media sosial berbasis video pendek yang sangat populer di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Berikut beberapa hal yang perlu Anda ketahui tentang TikTok:

FITUR & FUNGSI

- **Kreasi dan berbagi video pendek:** Pengguna dapat membuat video pendek (durasi 3 detik hingga 10 menit) dengan musik pengiring, filter, dan efek khusus.
- **Menonton berbagai konten:** Platform ini menawarkan beragam konten video, mulai dari hiburan komedi, musik, tari, edukasi, hingga informasi terkini.
- **Interaksi dengan pengguna lain:** Anda dapat mengikuti pengguna lain, menyukai dan mengomentari video mereka, serta berpartisipasi dalam tantangan dan tren yang sedang berlangsung.
- **Fitur belanja:** TikTok Shop memungkinkan pengguna dan kreator untuk berjualan dan berbelanja produk secara online.

Mengapa Tiktok ?

- **Konten Kreatif dan Unik**, TikTok memungkinkan pengguna untuk membuat video singkat dengan beragam efek kreatif dan filter yang menarik.
- **Peralgoritmaan Canggih**, TikTok menggunakan algoritma yang canggih untuk menganalisis preferensi pengguna dan memberikan konten yang relevan secara personal. I
- **Efek Viral Yang Cepat** TikTok memiliki kemampuan untuk menciptakan tren dan memicu konten yang menjadi viral.
- **Pertumbuhan User Cepat** Tiktok memiliki perumbuhan yang cepat dilansir dari google pertumbuhan 2022 -2023 sekitar 15%
- **Lebih Disukai GEN Z** 40% gen Z memilih tiktok sebagai tempat pencarian informasi dibandingkan google dan yang lainnya
- **Mudah Memulai Live Streaming** Dengan bermodal 1000 followers kamu bisa melakukan live streaming berbeda dengan Platform lainnya
- **Fitur TiktokShop** Fitur ini memudahkan berjualan di tiktok yang saat ini sudah berintegasi dengan marketplace lokal seperti Tokopedia
- **Aksesibilitas & Fleksibilitas** Tiktok dapat di akses baik melalui PC atau smartphome dengan banyak fitur menarik untuk membuat video

Personal Account

Biasa dipakai untuk kebutuhan personal membuat video unik,serta live streaming

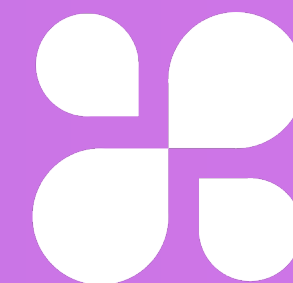
- [Analytics, LIVE Analytics](#)
- [Q&A, LIVE Q&A,](#)
- [Creator Playlist,](#)
- [Promote,](#)
- **the [Branded Content Toggle.](#)**

Businness Account

Biasa dipakai untuk kebutuhan bisnis,membangun branding, dan sales lewat postingan video di tiktok

- [Analytics, LIVE Analytics](#)
- [Q&A, LIVE Q&A,](#)
- [Creator Playlist,](#)
- [Promote,](#)
- **the [Branded Content Toggle.](#)**
- **Call to Action Button**
- **Exclusive Profile**
- **Auto Message**
- **Access to Comercial Music Library**

MAKING VIDEO with Capcut



CapCut

CapCut adalah aplikasi edit video gratis yang populer di kalangan pengguna semua platform, baik smartphone, tablet, komputer, maupun browser. Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur untuk membuat video pendek yang menarik dan berkualitas tinggi, khususnya untuk dibagikan di media sosial seperti TikTok, YouTube, Instagram, dan lainnya.

PROS & CONS

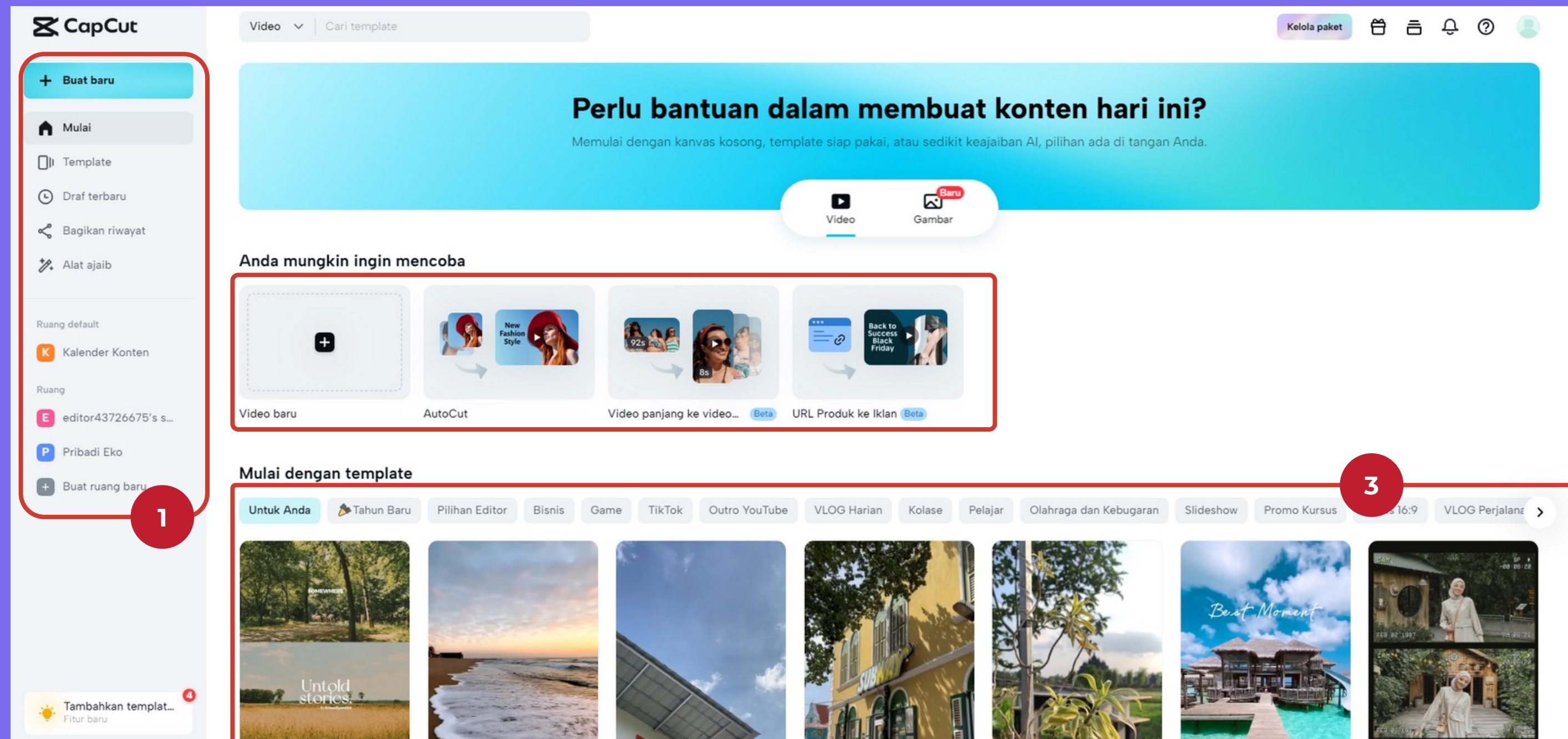
PROS

- User Interface Simple
- Banyak Template
- Animation Keyframe
- Fitur Pendukung Seperti Noise Remover, Remove Background, Video Stabilization
- Transisi , Filter & Effect yang Melimpah
- Good Audio
- Adanya fitur Space Memudahkan Project

CONS

- Bergantung pada internet kadang terjadi *Ngelag*
- Element Masih terbatas
- Fitur Pada Text Masih Limit

Tampilan Dashboard

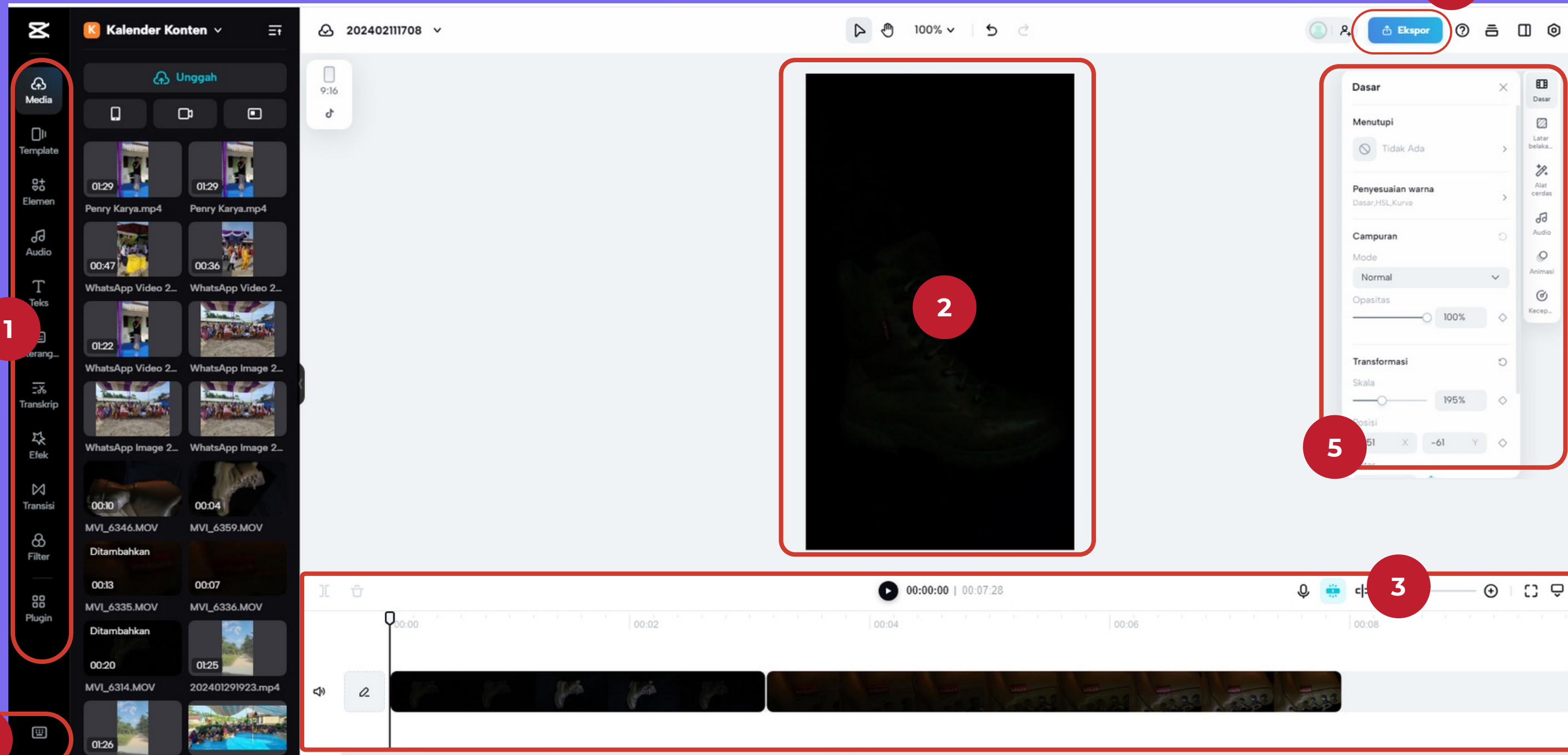


1 Side Menu & Space

2 New Video & Fitur

3 Template

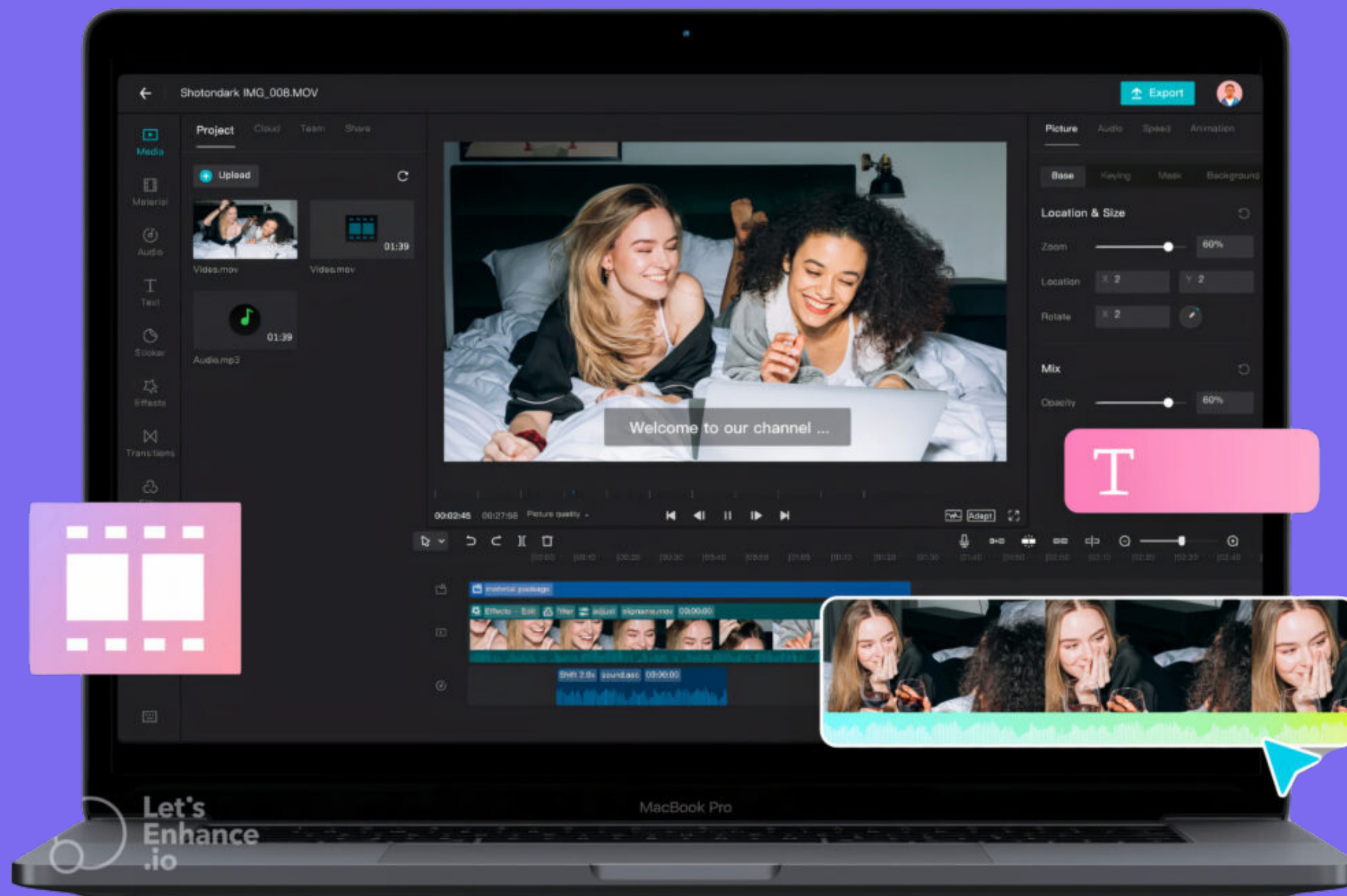
Tampilan Editor



Keterangan

1. Tool Box
2. Video
3. Timeline
4. Short Cut
5. Basic Option
6. Export

Mari Buat Video Tiktok Dengan Capcut



Thank You

