



PEMASARAN BERBASIS MEDIA SOSIAL

OLEH : HENDRI. Y



TUJUAN PEMBELAJARAN

“Peserta Mampu Membuat
Pemasaran Melalui Media Sosial”

PENGERTIAN PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL

Menurut Armstrong dan Kottler, pemasaran online ialah pekerjaan dari perusahaan untuk mengkomunikasikan, mempromosikan, dan menjual barang atau jasa melalui internet.

Menurut Strauss dan Frost, pemasaran online ialah penggunaan data dan aplikasi elektronik yang digunakan untuk perencanaan dan pelaksanaan konsep, distribusi, promosi, dan penetapan harga.

Pemasaran Melalui Media Sosial adalah Suatu kegiatan dalam mengenalkan, mempromosikan sekaligus menjual produk dan jasa melalui media sosial secara online.

PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL

Pemasaran melalui media online mesti memperhatikan peta konsumen. Diantara peta konsumen tersebut berupa :

1. Prilaku konsumen
2. Jumlah pengguna internet
3. Media sosial yang sering digunakan konsumen
4. Pilihan konten yang selalu diikuti

POTENSI PASAR PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA

INFOGRAFIS

HASIL SURVEY 2016



Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

INDONESIA INTERNET SERVICE PROVIDER ASSOCIATION

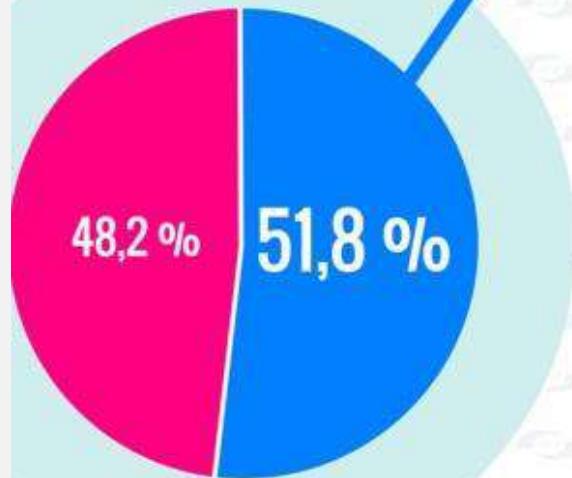
STATISTIK PENGGUNA INTERNET INDONESIA



132,7 JUTA

DARI TOTAL POPULASI
PENDUDUK INDONESIA 256,2 JUTA ORANG

PENETRASI



65%
DI PULAU JAWA
86,3 JUTA ORANG



SUMATERA

20.752.185



JAWA

86.339.350



BALI & NUSA

6.148.796



KALIMANTAN

7.685.992



SULAWESI

8.454.592



MALUKU & PAPUA

3.330.596



PETA PENGGUNA MEDIA SOSIAL DI INDONESIA



JENIS-JENIS MEDIA SOSIAL

FACEBOOK

INSTAGRAM

WHATSAPP

YOUTUBE



FACEBOOK

“Awalnya facebook dibuat hanya untuk jejaring sosial pertemanan, namun lambat laun berkembang. Tidak hanya sebagai jejaring sosial pertemanan, namun menjadi tempat transaksi jual beli”

(hendri.y)

LANGKAH-LANGKAH AKTIVASI FACEBOOK



MEMBUAT
EMAIL

MEMBUAT
AKUN

DAFTAR

SARANA
PEMASARAN DI
FACEBOOK

MELALUI BERANDA (LAMAN)

MELALUI FANEPAGE (HALAMAN)

MELALUI GROUP

MELALUI MARKETLACE

MELALUI ADVERTISING
(Materi ini untuk tingkat lanjut)

SARANA PEMASARAN DI FACEBOOK

MELALUI BERANDA (LAMAM)
Mengupload Foto, Video, Tentang Produk dan Jasa



50

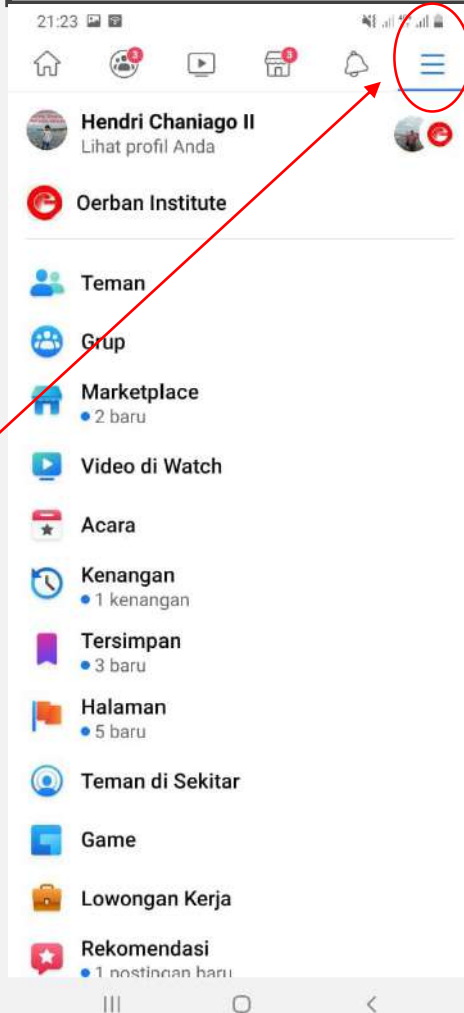
SARANA PEMASARAN DI FACEBOOK

MELALUI FANEPAGE (HALAMAN)
Mengupload Foto, Video, Tentang Produk dan Jasa

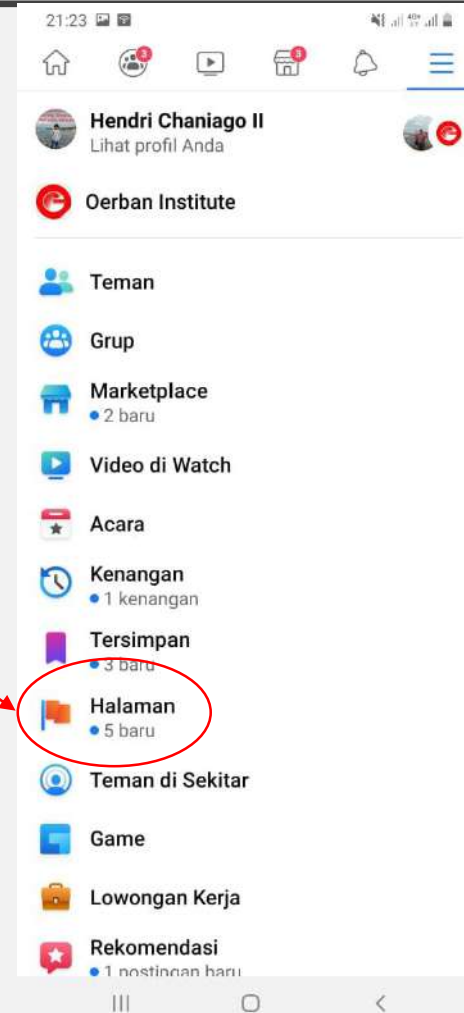


LANGKAH-LANGKAH AKTIVASI FANEPAGE (HALAMAN) FACEBOOK

(I)
Pilih tanda
garis tiga di
pojok kanan
atas

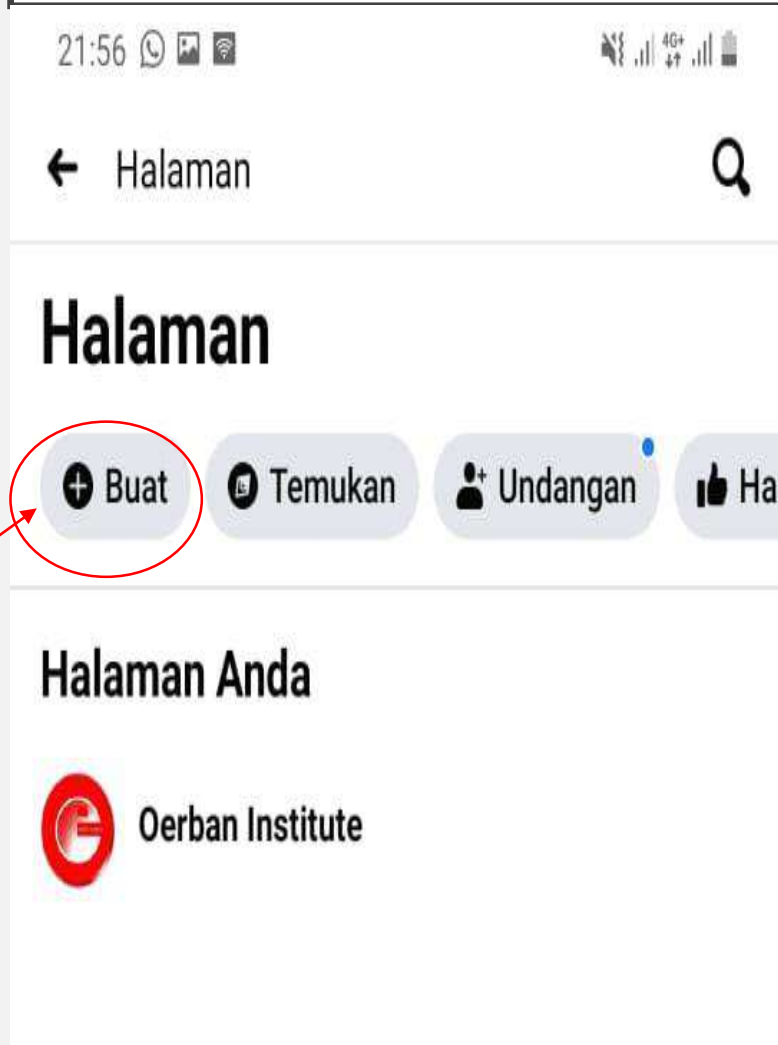


(II)
Klik kata
halaman
(fanepage)

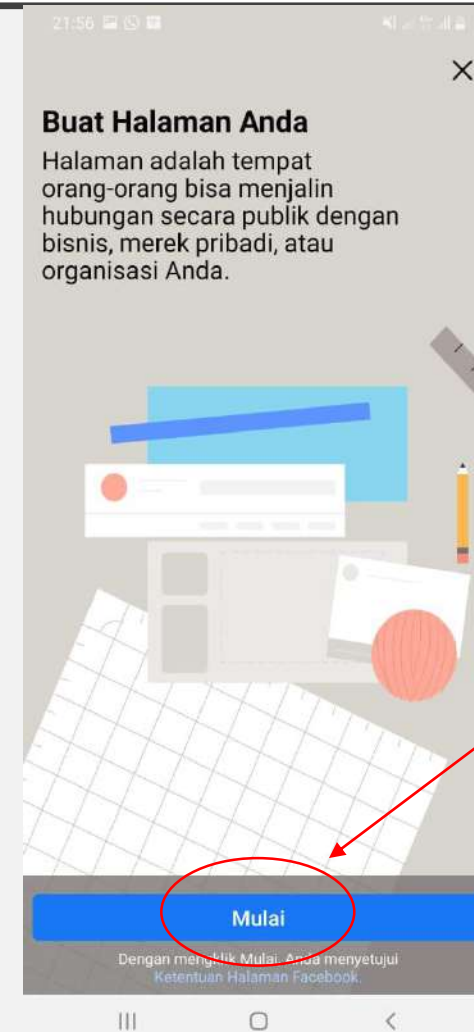


LANGKAH-LANGKAH AKTIVASI FANEPAGE (HALAMAN) FACEBOOK

(III)
Klik tanda plus
Buat



(IV)
Klik kata mulai



LANGKAH-LANGKAH AKTIVASI FANEPAGE (HALAMAN) FACEBOOK

21:56

Nada dering

Nama apa yang ingin Anda berikan untuk Halaman ini?

Nama Halaman

Nama Halaman harus berupa nama bisnis, merek pribadi, atau organisasi Anda. Anda bisa meminta untuk mengubahnya nanti.

SELANJUTNYA

21:57

Nama apa yang ingin Anda berikan untuk Halaman ini?

E-learning

Nama Halaman harus berupa nama bisnis, merek pribadi, atau organisasi Anda. Anda bisa meminta untuk mengubahnya nanti.

SELANJUTNYA

←

What category best describes this Page?

Pencarian kategori

Kategori akan membantu orang-orang menemukan Halaman ini di hasil pencarian. Anda bisa menambahkan hingga 3 kategori.

Kategori Populer

- Blog Pribadi
- Produk/Layanan
- Belanja & Ritel
- Kesehatan/Kecantikan
- Toko Kelontong

SELANJUTNYA

(V)
Isi Nama Halaman sesuai produk atau jasa. Kemudian klik selanjutnya

(VI)
Isi kolom pencarian kategori. Pilih salah satu kategori yang ada

LANGKAH-LANGKAH AKTIVASI FANEPAGE (HALAMAN) FACEBOOK

Punya situs web untuk E-learning?

Tambahkan tautan agar orang tersebut bisa mengunjungi situs web atau blog dari Halaman ini.

Masukkan situs web

Saya tidak punya situs web

SELANJUTNYA

(VII)
Ceklis saya tidak punya situs web bagi yang belum punya. Atau isi kolom "Masukkan situs web" jika sudah ada

Tambahkan Gambar ke Halaman Ini

Gunakan gambar yang menunjukkan tentang apa Halaman ini, misalnya logo. Ini akan muncul di hasil pencarian.

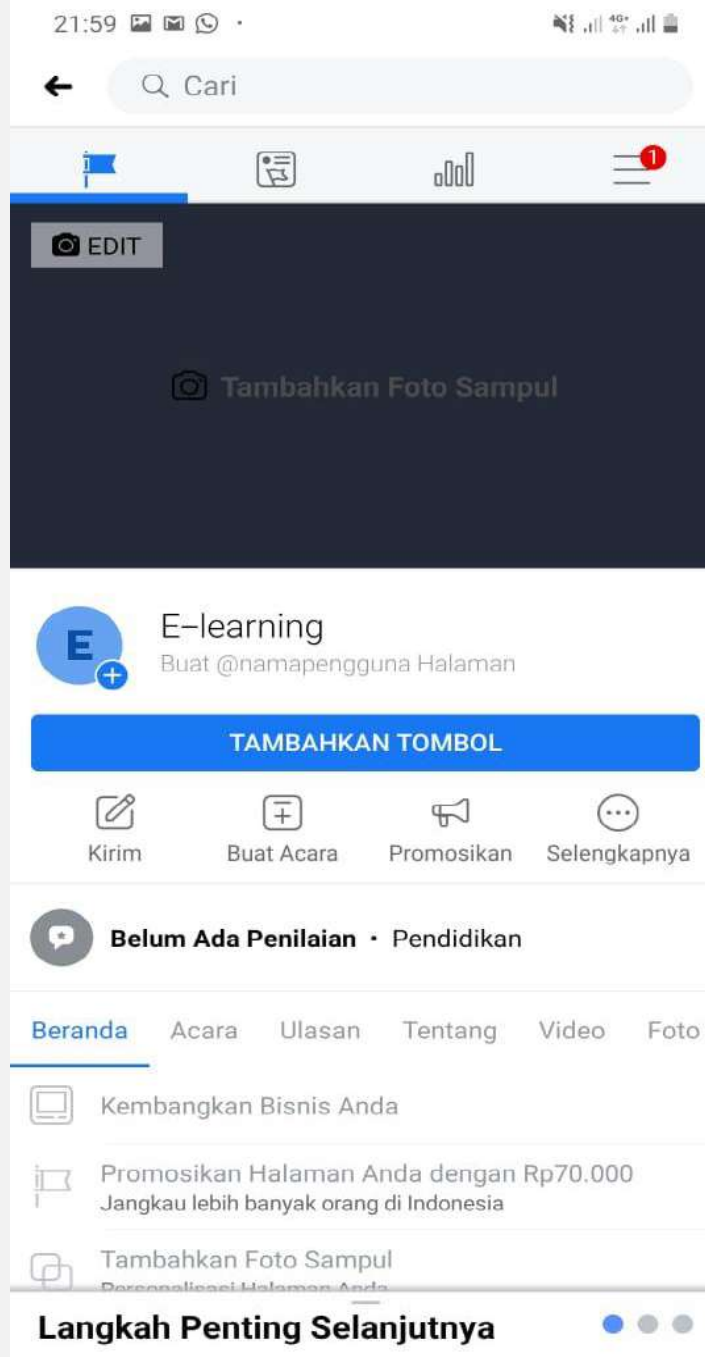
Tambahkan foto sampul

Tambahkan foto profil

(VIII)
Pilih selesai

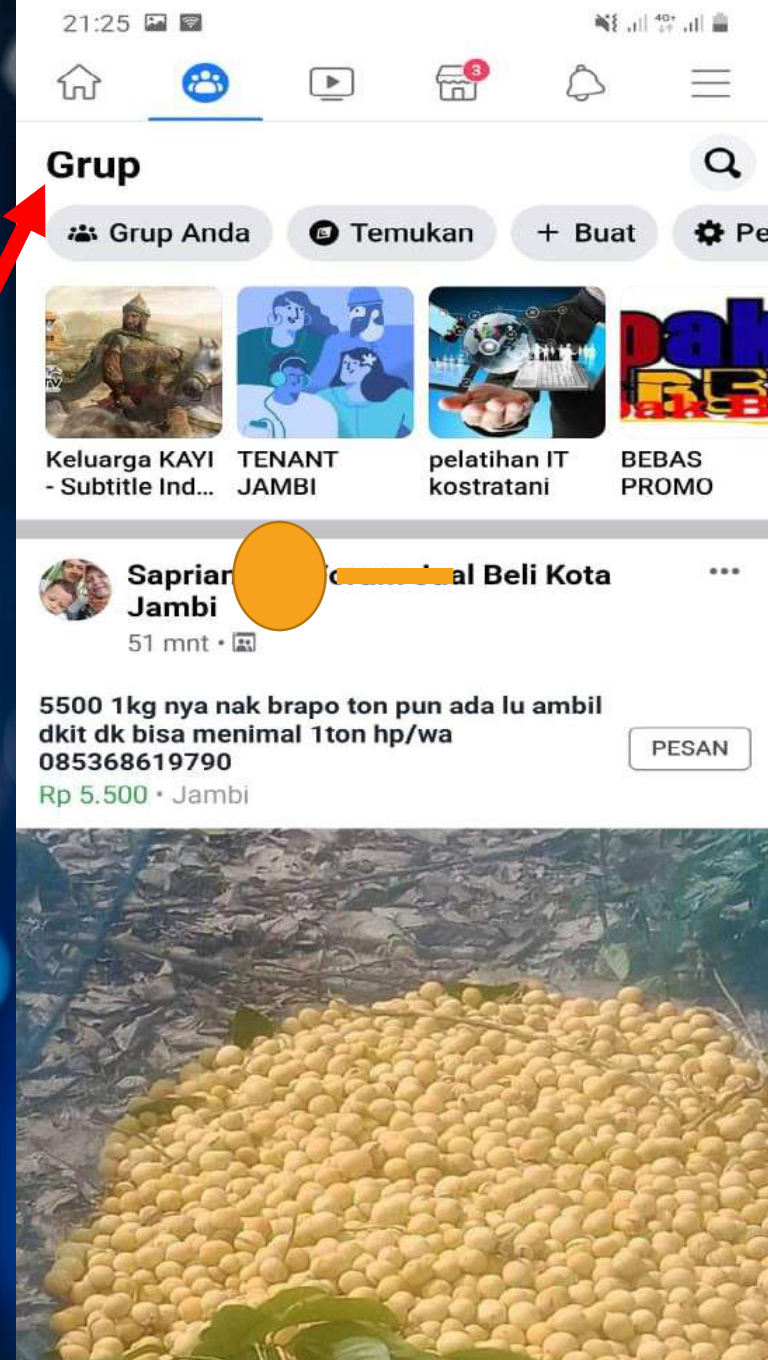
SELESAI

TAMPILAN FANEPAGE (HALAMAN) FACEBOOK



SARANA PEMASARAN DI FACEBOOK

MELALUI GROUP
Mengupload Foto, Video, Tentang Produk
dan Jasa



SARANA PEMASARAN DI FACEBOOK

MELALUI MARKETPLACE
Mengupload Foto, Video, Tentang Produk
dan Jasa



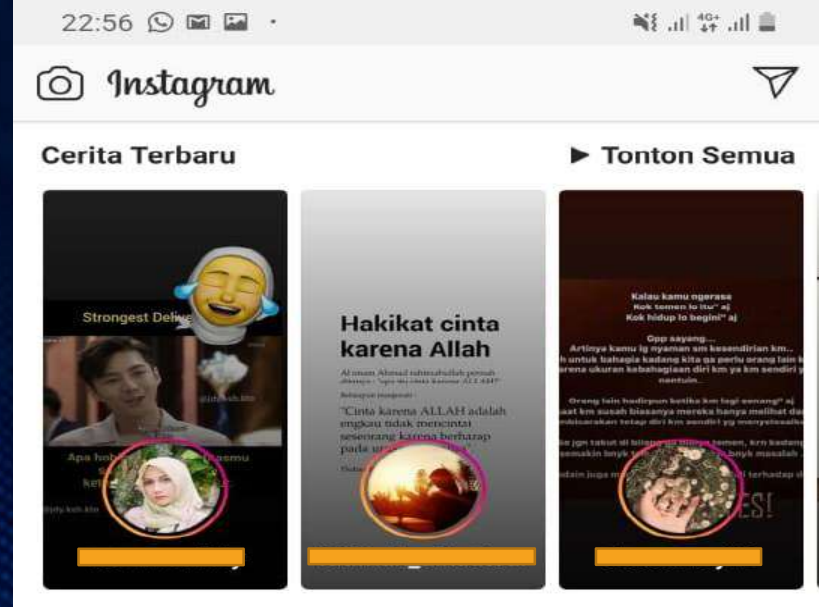


INSTAGRAM

“Instagram menjadi primadona kawula muda untuk memposting aktivitasnya, bahkan kini menjadi sarana promosi yang menggiurkan guna mendatangkan pundi-pundi kekayaan”

(hendri.y)

INSTAGRAM



“Produk-produk pertanian yang akan di upload di Instagram mestilah produk unggulan dengan kualitas gambar dan video terbaik”





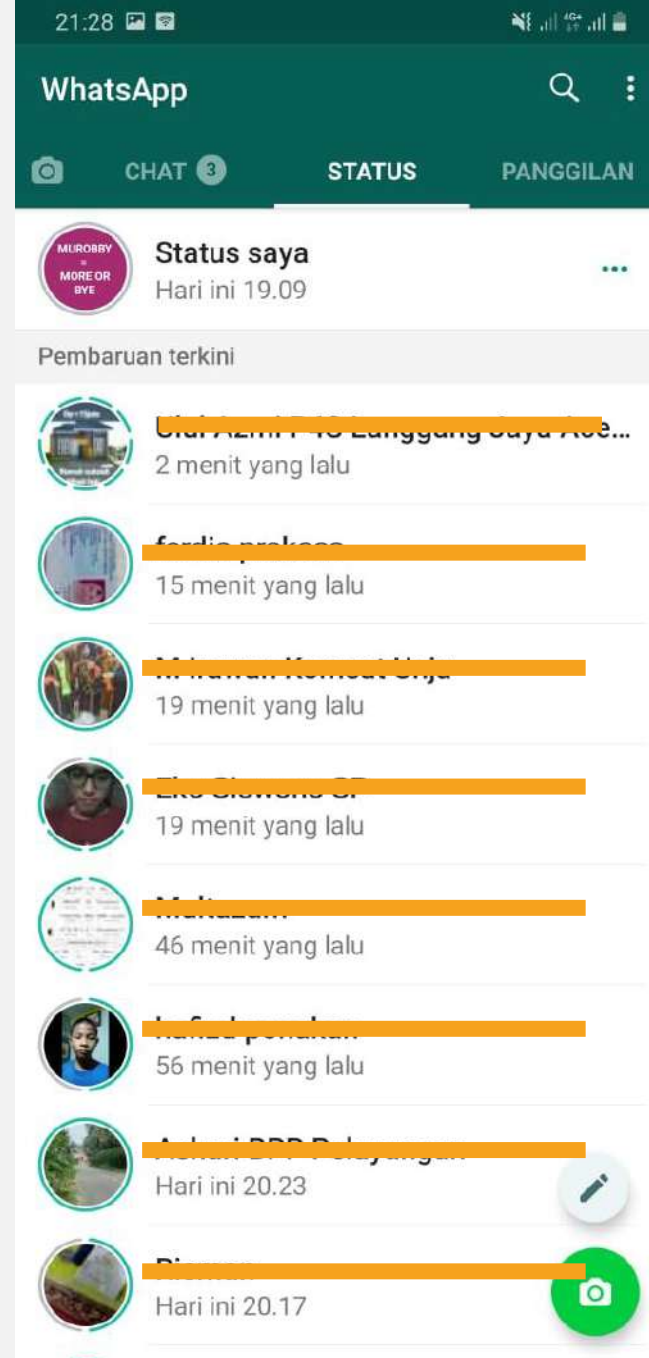
WHATSAPP

“Selain sarana penyampaian pesan, kini whatsapp menjadi media iklan gratis untuk mempromosikan produk-produk dan jasa.

Belakangan whatsapp mengembangkan aplikasi whatsapp business”

(hendri.y)

PROMOSI BARANG MELALUI STATUS WHATSAPP





YOUTUBE

“Pemasaran online menggunakan youtube memerlukan sedikit ketelitian, karena tidak hanya sebatas update status, tapi diperlukan juga pengetahuan tentang editing video, lighting, dan recording. Meski begitu, kita bisa gunakan pihak ketiga untuk optimasi promosi produk dan jasa melalui youtube”

(hendri.y)



Bisnis bumbu rempah dapur beromzet ratusan juta rupiah - IMS

507 rb x ditonton

3,2 rb 131 [Bagikan](#) [Download](#) [Simpan](#)

 Official NET News
1,8 jt subscriber

SUBSCRIBE

Berikutnya

Putar otomatis



budidaya jahe merah
Malang Selatan
risky zainal
3 tahun yang lalu · 134 rb x ditont...



Kisah Sukses Petani
Milenial Mengembangkan
Pertanian Modern Sistem ...
DNTrust
5 bulan yang lalu · 162 rb x ditont...



Jangan Sepelekan
Petani rumput gajah ||
BISA MENGHIDUPI SATU ...
KANDANG BALAP
1 bulan yang lalu · 120 rb x ditont...



Panen Jahe 10 Ton/Hektar

YOUTUBE

CARA MELAKUKAN PROMOSI PRODUK PERTANIAN MELALUI MEDIA SOSIAL

1. RISET AUDIENS

2. KONTEN MENARIK

3. INTERAKTIF

4. HASTAG DAN KEYWORD

5. RISET KOMPETITOR

6. JELAS DAN TERUKUR

7. WAKTU PROMOSI YANG TEPAT

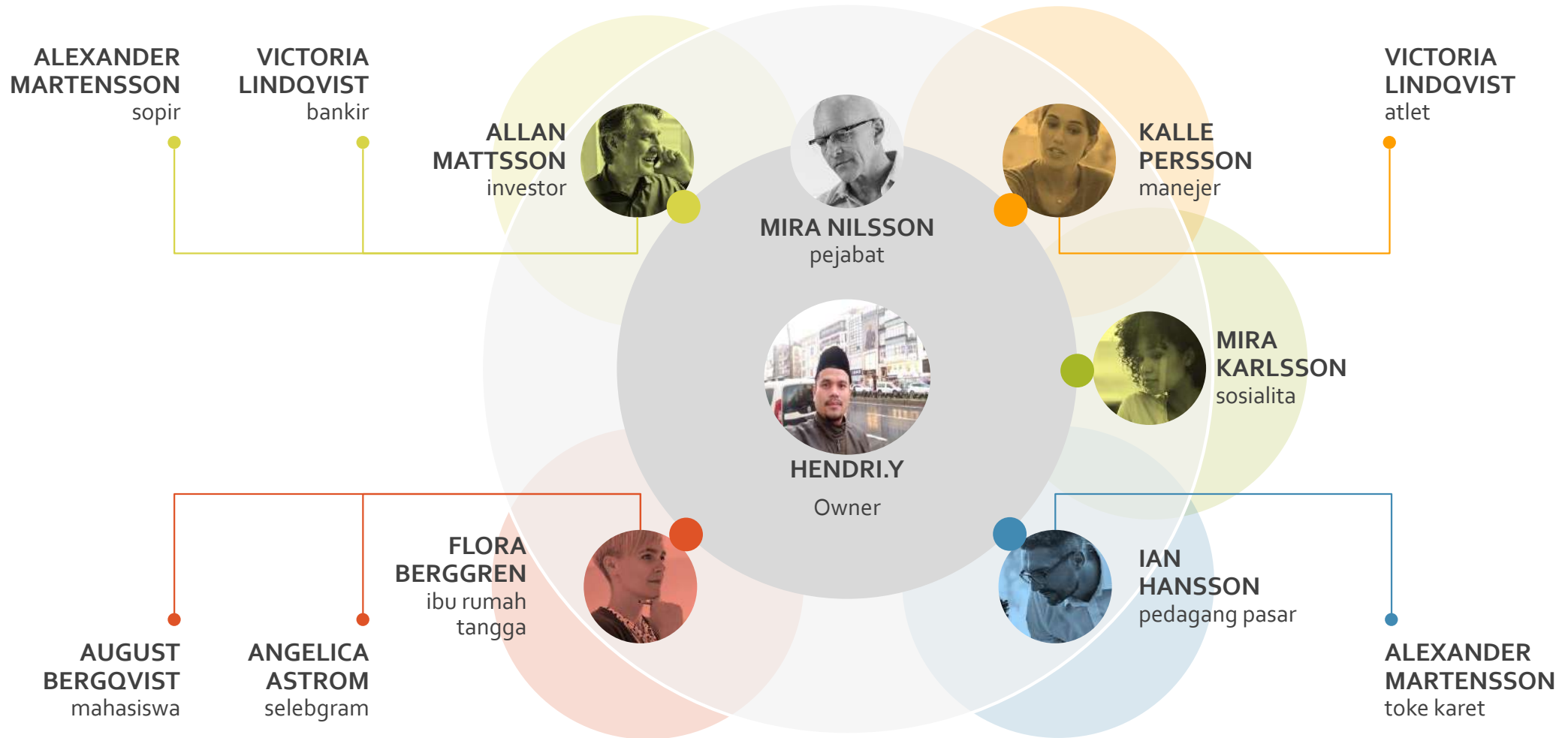
8. EVALUASI PERFORMA



RISET AUDIENS



JENIS-JENIS PROFESI AUDIENS





Facebook users in Indonesia

November 2018



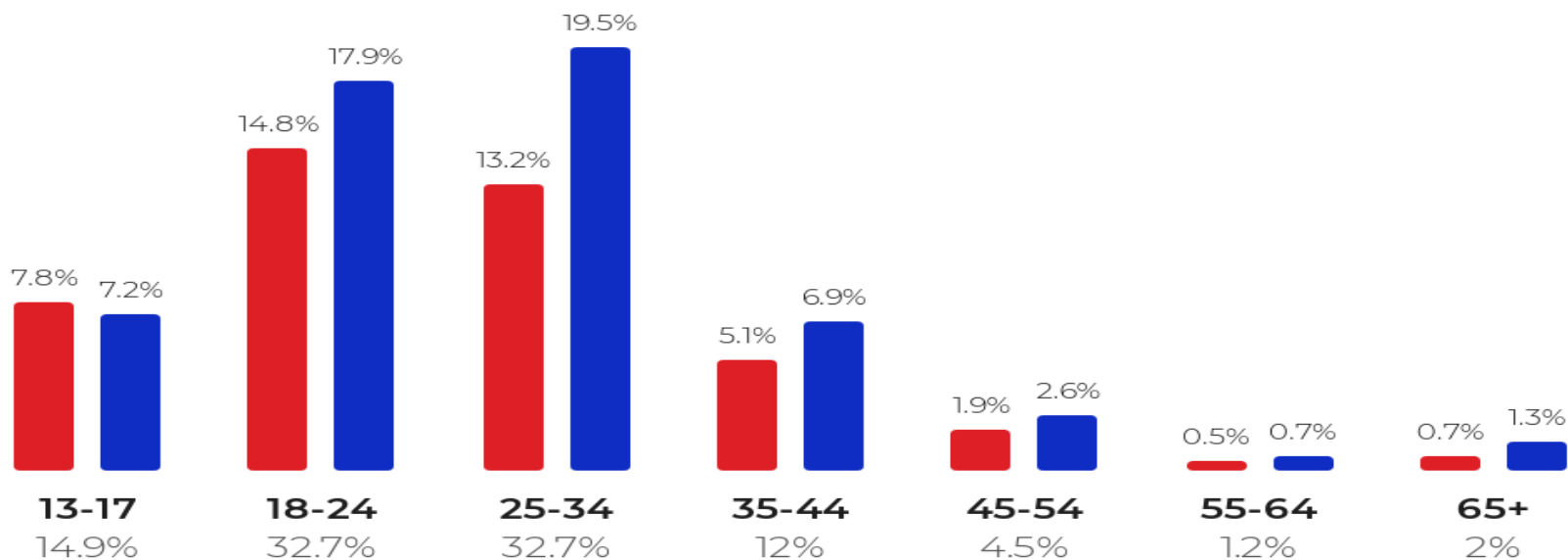
128 500 000



44%
women



56%
men





Instagram users in Indonesia

November 2018



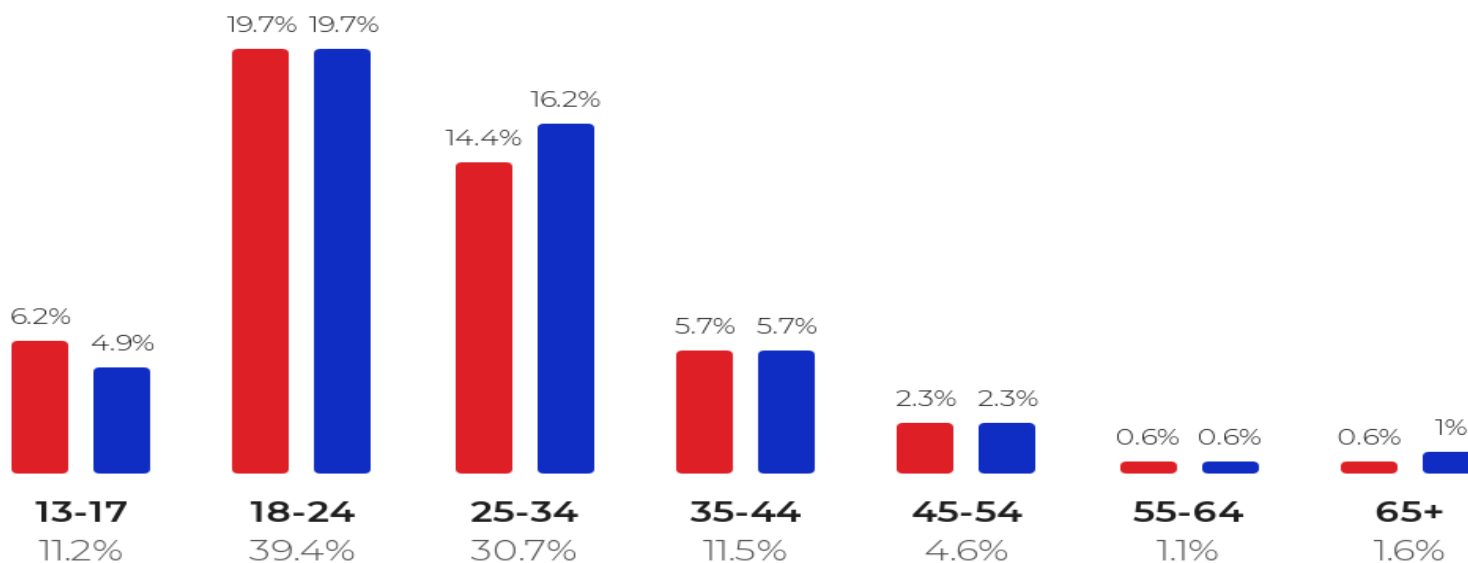
60 980 000



49.5%
women



50.5%
men

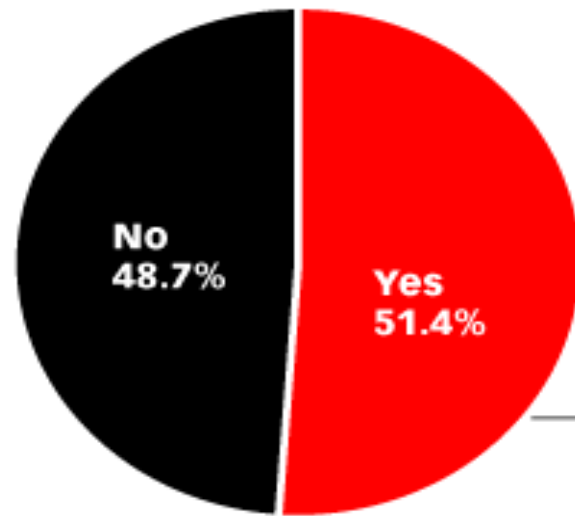


NapoleonCat.

Source: NapoleonCat.com

YouTube Users in Indonesia Who Subscribe to YouTube Channels, by Type, Feb 2017

% of respondents



Subscribe to channels

Types of channels

Tutorial	54.0%
Personal/YouTube artist	50.3%
TV shows/studios/production house	35.0%
News and information	32.7%
Celebrity	30.5%
Fandom	20.4%

Note: n=2,450 ages 15-55; numbers may not add up to 100% due to rounding

Source: JakPat, "Watching the Videos: Survey Report on Indonesian YouTube Usage Habit"; eMarketer calculations, March 31, 2017

225732

www.eMarketer.com

54 % Pengguna Youtube lebih sering menonton tutorial

KONTEN YANG MENARIK



SESUAI TREND

Pastikan konten promosi sesuai dengan trend. Untuk melihat trend gunakan trends.google.com



SIMPEL

Buat konten sesimpel mungkin



KUALITAS GAMBAR TERBAIK

Buat foto dan video dengan kualitas terbaik

Membuat Simpel Konten

Dalam membuat konten yang simple namun menarik cukup gunakan dua atau tiga alat saja sebagai background promosi



DESAIN
PRODUK
(Konten
Gambar
Menarik)



PERHATIAN!!!

1. Kemasan Menarik
2. Ada Merk (Brand Produk)
3. Gunakan Keterangan
4. Fokus
5. Kedalam Objek
6. Sederhana

Penyebab rendahnya trafik maupun pengunjung ke akun media sosial adalah :

1. Jarang melakukan postingan
2. Tidak merespon pertanyaan pelanggan atau penanya
3. Kiriman permintaan tidak tepat waktu
4. Barang atau jasa yang dipesan tidak sesuai aslinya
5. Tidak menindaklanjuti komplain

Oleh sebab itu, admin media sosial harus “INTERAKTIF”

INTERAKTIF

**LANGKAH BERIKUT
SEBAGAI BAGIAN
YANG MESTI
DIPERHATIKAN SAAT
MELAKUKAN
PROMOSI**

4. HASTAG DAN KEYWORD

5. RISET KOMPETITOR

6. JELAS DAN TERUKUR

7. WAKTU PROMOSI YANG TEPAT

8. EVALUASI PERFORMA



TERIMA KASIH