

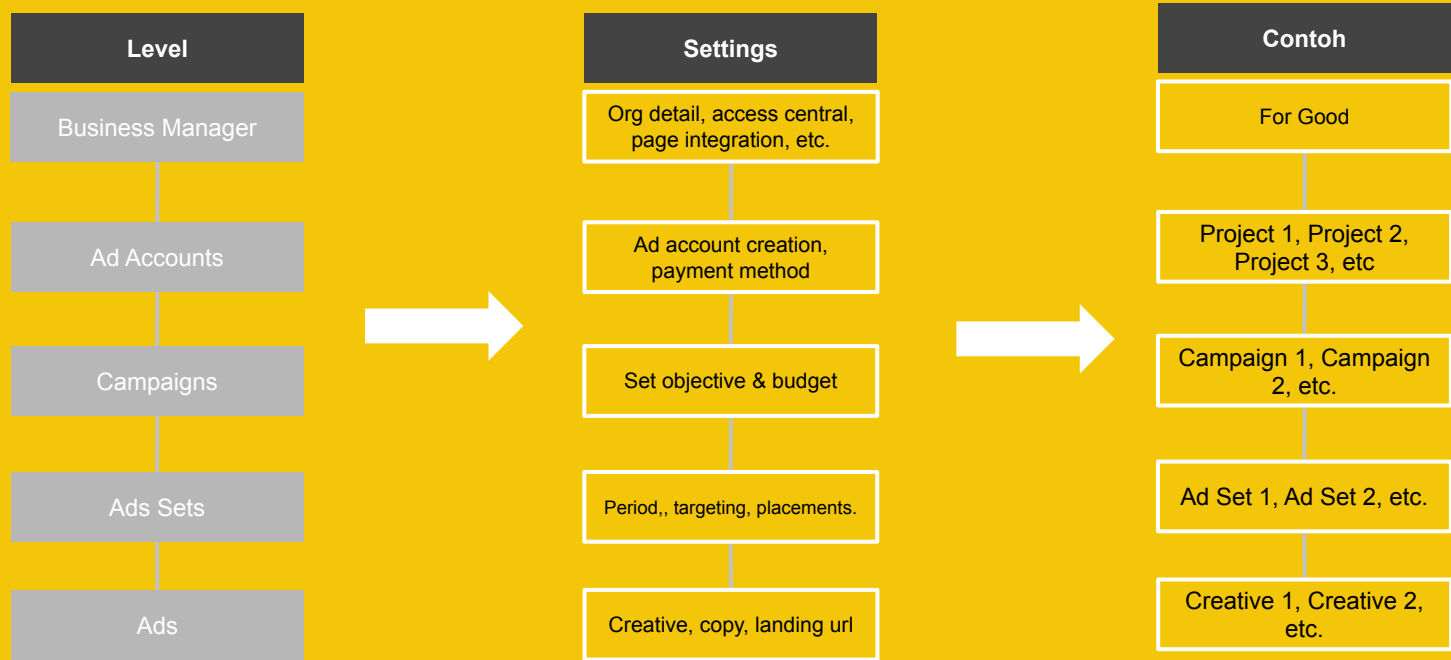
MODUL STRATEGI KONTEN

Iklan Media Sosial



Pastikan Anda sudah memiliki
Facebook Business Account

Business Manager Ads Architecture



Perencanaan Iklan

Gunakanlah *planner* pada master plan

**Tentukan
tujuan**

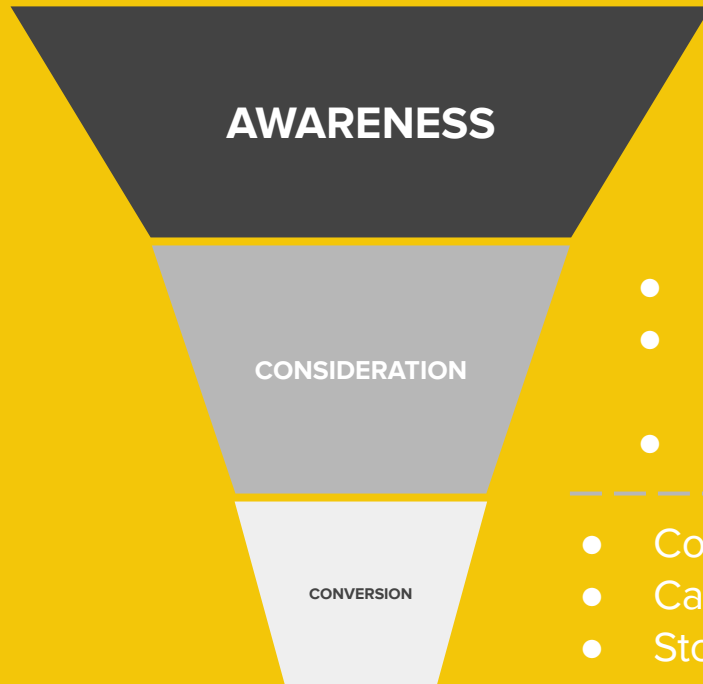
**Identifikasi
target
audiens
(persona) &
placement**

**Buat dan
rencanakan
konten**

**Rencana
anggaran
dan durasi
iklan**

**Monitor
hasil**

Tujuan Iklan



- Reach
- Brand Awareness

-
- Traffic
 - Engagement (Boost Post)
 - App Installs
 - Video Views
 - Lead Generation
 - Messages

-
- Conversion
 - Catalog Sales
 - Store Traffic (not available in Indonesia)

Target Audiens

New Audiences. Dapat ditentukan berdasarkan kriteria seperti demografi, ketertarikan, kebiasaan, lokasi, dll.

Custom Audiences. Mereka yang sudah pernah berinteraksi langsung dengan bisnis kita melalui media sosial, website, dll.

Lookalike Audiences. Orang yang memiliki karakter dan ketertarikan yang mirip dengan audiens kita.

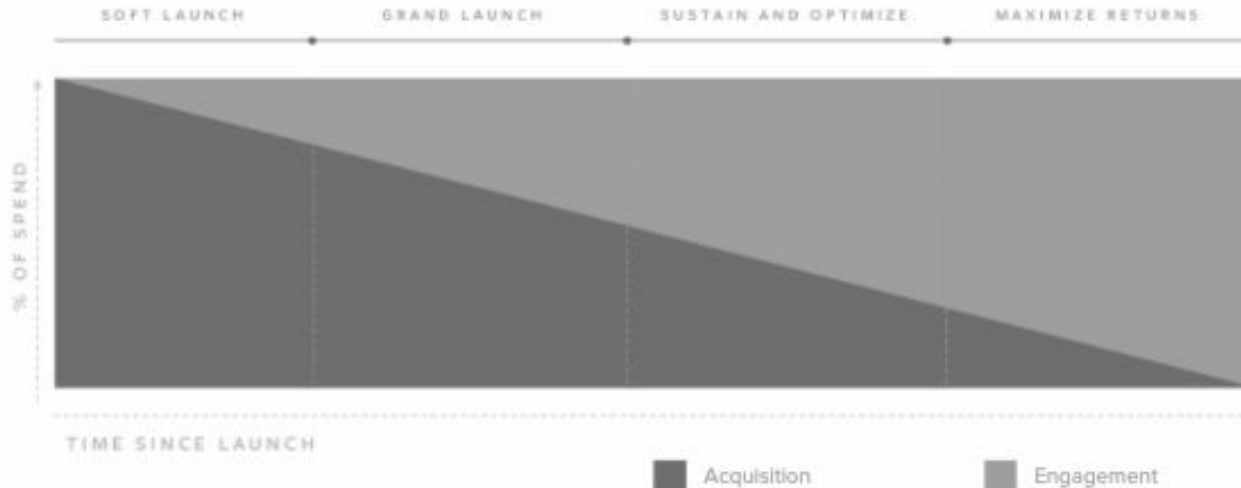
Perencanaan & Pembuatan Konten (*Creative*)

1. **Pesan.** Sampaikan pesan yang tepat sesuai dengan audiens.
2. **Singkat & Menarik.** Iklan harus mampu mendapatkan atensi audiens dalam waktu singkat (1-3detik pertama).
3. **Relevan.** Pastikan Call-to-Action sesuai dengan landing page yang dituju.
4. **Visual.** Lakukan percobaan konten mana yang performanya paling baik.
5. **Placement (Penempatan Iklan).** Sesuaikan bentuk konten dengan dimana iklan itu akan muncul. Optimisasi format mobile.

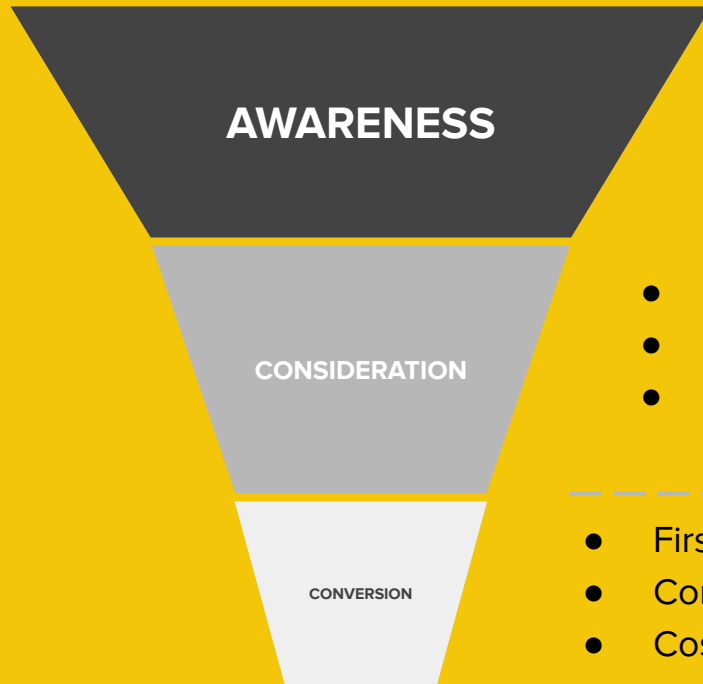
Sebuah **Iklan efektif** karena bentuk kontennya dan dimana konten tersebut diiklankan.

Anggaran

Anggaran berdasarkan **tujuan iklan, target audiens, durasi, dan metrik kesuksesan**. Semakin spesifik targetnya semakin mahal anggaran yang dibutuhkan.



Metrik yang dapat dimonitor



AWARENESS

- Impressions
- Reach
- Views
- Engagements
- CPM - Cost per Mille
- CPV - Cost per View
- Frequency

CONSIDERATION

- Clicks
- CPC - Cost per Clicks
- CTR - Link click-through Rate

CONVERSION

- First purchase
- Conversion rate
- Cost per First Purchase

Definisi Metrik

Impressions

Jumlah iklan yang dilihat orang

Reach

Jumlah orang yang melihat iklan

Views

Jumlah video dilihat (min. 3 sec)

Engagements

Jumlah like, klik, share, komentar

CPM - Cost per Mille

Biaya iklan per 1000 impression

Formula

$\text{Total cost} / \text{total impressions} * 1000$

CPV - Cost per View

Biaya iklan per satu view

Formula::

$\text{Total cost} / \text{total view}$

Clicks

Jumlah klik pada link

CPC - Cost per Clicks

Biaya setiap klik

Formula

$\text{Total cost} / \text{clicks}$

CTR - Link click-through Rate

Presentase impression dan klik pada iklan

Formula

$\text{Total clicks} / \text{total impressions}$

Frequency

Jumlah iklan yang diperlihatkan pada 1 orang

Purchase / order

Order

Conversion rate

Persentase iklan yang dilihat dan jumlah pembelian

Formula

$\text{Total Reach} / \text{total first purchase}$

Cost per Purchase

Biaya per sekali pembelian

Formula

$\text{Total cost} / \text{total purchase}$

A/B Testing

Gunakan **A/B Testing** untuk mengetahui strategi iklan yang paling baik. Variable yang bisa dites:

- Creative (bentuk konten)
- Audiens
- Penempatan iklan

Tips!

Untuk mengoptimasi iklan:

- Jika Anda melakukan A/B testing alokasikan anggaran ke iklan yang menunjukkan performa lebih baik.
- Optimisasi landing page
- Sesuaikan target audiens
- Coba berbagai bentuk konten (video, single image, multiple image)
- Unduh Facebook Ads untuk memudahkan monitoring performa iklan



Bagaimana
pengalaman **membuat
iklan** di media sosial?



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

For Good | 2020