

**SohIB** ✨  
**Berkelas**



# Digital Marketing

Maret-Juni 2022

**SohIB Berkelas**  
***Digital Marketing***

Maret-Juni 2022



DIREKTORAT JENDERAL INFORMASI DAN KOMUNIKASI PUBLIK  
KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

**Sohlb Berkelas**  
***Digital Skills***  
**September-November 2022**

## **Susunan Redaksi**

### **Tim Indonesiabaik.id**

Pengarah

Usman Kansong

### **Pemimpin Redaksi**

Nursodik Gunarjo

### **Redaktur Pelaksana**

Andrean W Finaka

### **Tim Redaksi dan Kontributor**

Rosi Oktari

Yuli Nurhanisah

Titania Nurrahim

Ali Ridho

Muhammad Rifki

Widi Wihartono

Rokayah

April Lokita Sulasmi

Siti Khodijah

Norvantry Bayu Akbar

Indira Febrilia Pravangasta

Vicky Ferbian

Ni Nengah Era Sugiartini

Feby Restu Dyastika

Alifa Justisia

### **Alamat Redaksi**

Direktorat Pengelolaan Media

Direktorat Jenderal Informasi

dan Komunikasi Publik

Kementerian Komunikasi dan

Informatika

Jl. Merdeka Barat No.9

Jakarta Pusat 10110

Telepon (021) 384 4309

### **Wakil Pemimpin Redaksi**

Dimas Aditya Nugraha

### **Editor**

Edy Pang

### **Desain dan Ilustrasi**

Ananda Syaifullah

Chyntia Devina

Alfin Andrian

Nurhalimah Syafira

Giri Saputro

Chyndi Mustika Dewi

### **Penerbit**

Direktorat Jenderal Informasi dan

Komunikasi Publik

Kementerian Komunikasi dan

Informatika

Jl. Merdeka Barat No.9

Jakarta Pusat 10110

Telepon (021) 384 4309

## Kata Pengantar

Assalamualaikum Wr.Wb.  
Salam sejahtera,

Puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan YME atas kehendak-Nya, sehingga Booklet dengan judul "SohIB Berkelas - Digital Marketing" dapat diterbitkan oleh indonesiabai-k.id.

Penyusunan booklet ini sebagai sarana publikasi sekaligus diseminasi informasi kepada masyarakat sebagai bagian dari pelaksanaan tugas pokok dan fungsi Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik. Serta sebagai salah satu bentuk dokumentasi atas pelaksanaan program SohIB Berkelas dari Komunitas SohIB.

Komunitas SohIB atau Sobat Hebat Indonesia Baik kini hadir menjadi bagian Indonesia Baik sebagai platform pengembangan diri yang menyajikan informasi, insight, dan konten-konten positif untuk meningkatkan skill dan kapasitas diri serta berbagai kegiatan upskilling seperti workshop, talkshow dan kompetisi. SohIB Berkelas ini adalah salah satu program rutin dari Komunitas SohIB yang hadir dalam bentuk series dengan dengan konsep workshop setiap minggunya.

Booklet ini berisikan seluruh materi dan ringkasan pelaksanaan program SohIB Berkelas series 1 topik Digital Marketing dari Komunitas SohIB. Dengan diterbitkannya Booklet "SohIB Berkelas - Digital Marketing" kami berharap semua pemangku kepentingan dan masyarakat dapat mendapatkan pemahaman dan belajar lebih jauh terkait dengan topik Digital Marketing

Booklet ini pasti jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, kritik dan saran yang membangun akan sangat membantu kami dalam menyusun konten booklet yang berikutnya.

Terima kasih.  
Salam Indonesia Baik

## Daftar Isi

Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
<b>Mengoptimalkan Penggunaan Media Sosial dan Algoritmanya</b>	<b>6</b>
<b>Membuat Perencanaan Konten dan Digital Campaign di Media Sosial</b>	<b>21</b>
<b>Trik Merangkai Kata Pada Sebuah Konten dengan Teknik Copywriting</b>	<b>28</b>
<b>Content Writing 101: Melakukan Riset dan Membuat Konten Berdasarkan Tren</b>	<b>36</b>
<b>Cara Membuat Konten Banyak Dikunjungi dengan Teknik SEO</b>	<b>40</b>
<b>Belajar Membuat Iklan di Facebook &amp; Instagram Ads</b>	<b>44</b>
<b>TikTok Marketing: Membuat Konten TikTok untuk Pemasaran</b>	<b>48</b>

17 Maret 2022



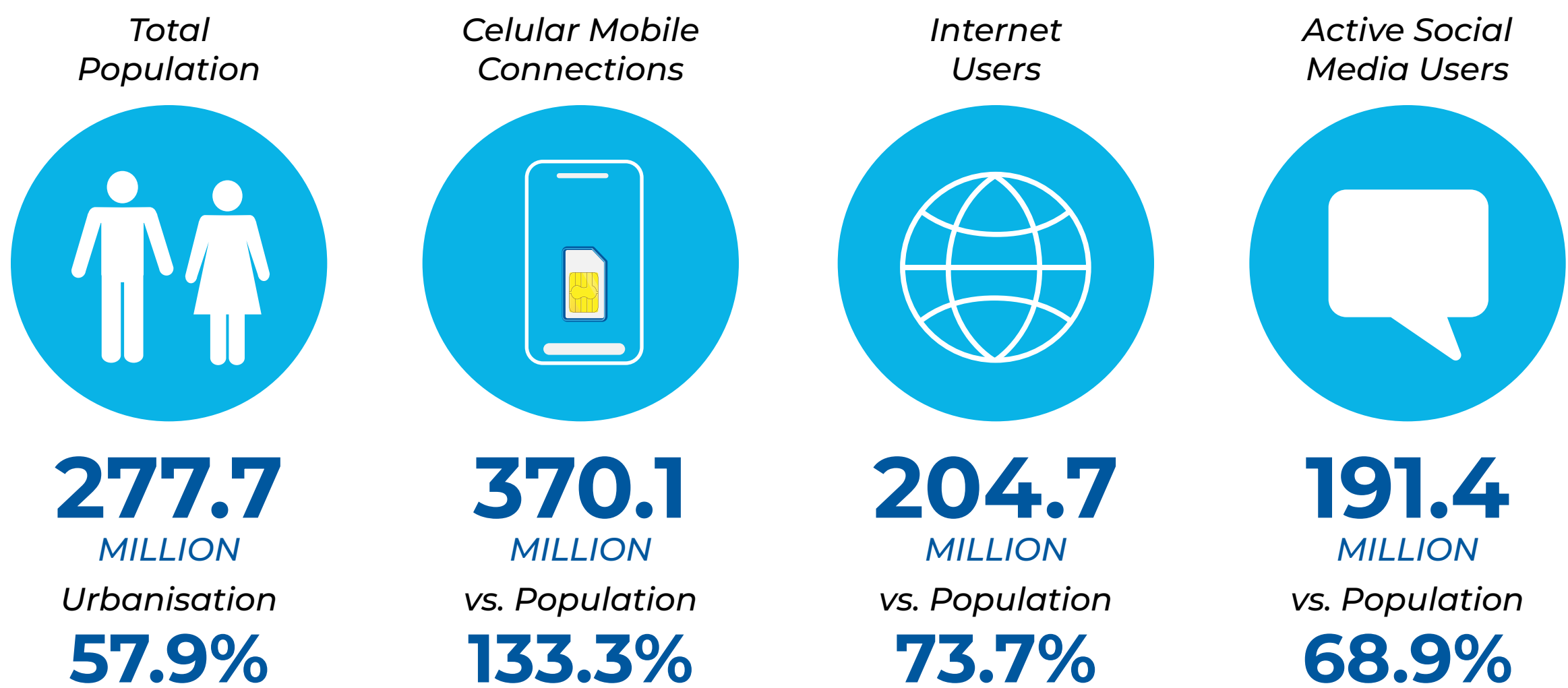
Ali Ridho

Digital/Social Media Analyst  
Indonesia Baik

## Mengoptimalkan Penggunaan Media Sosial dan Algoritmanya

- ◆ Pengenalan fitur *social media* (Instagram, Twitter, Facebook)
- ◆ Cara pemanfaatan masing-masing *social media*
- ◆ Mengenal target *audience* dan algoritma
- ◆ Penggunaan media sosial untuk *branding*

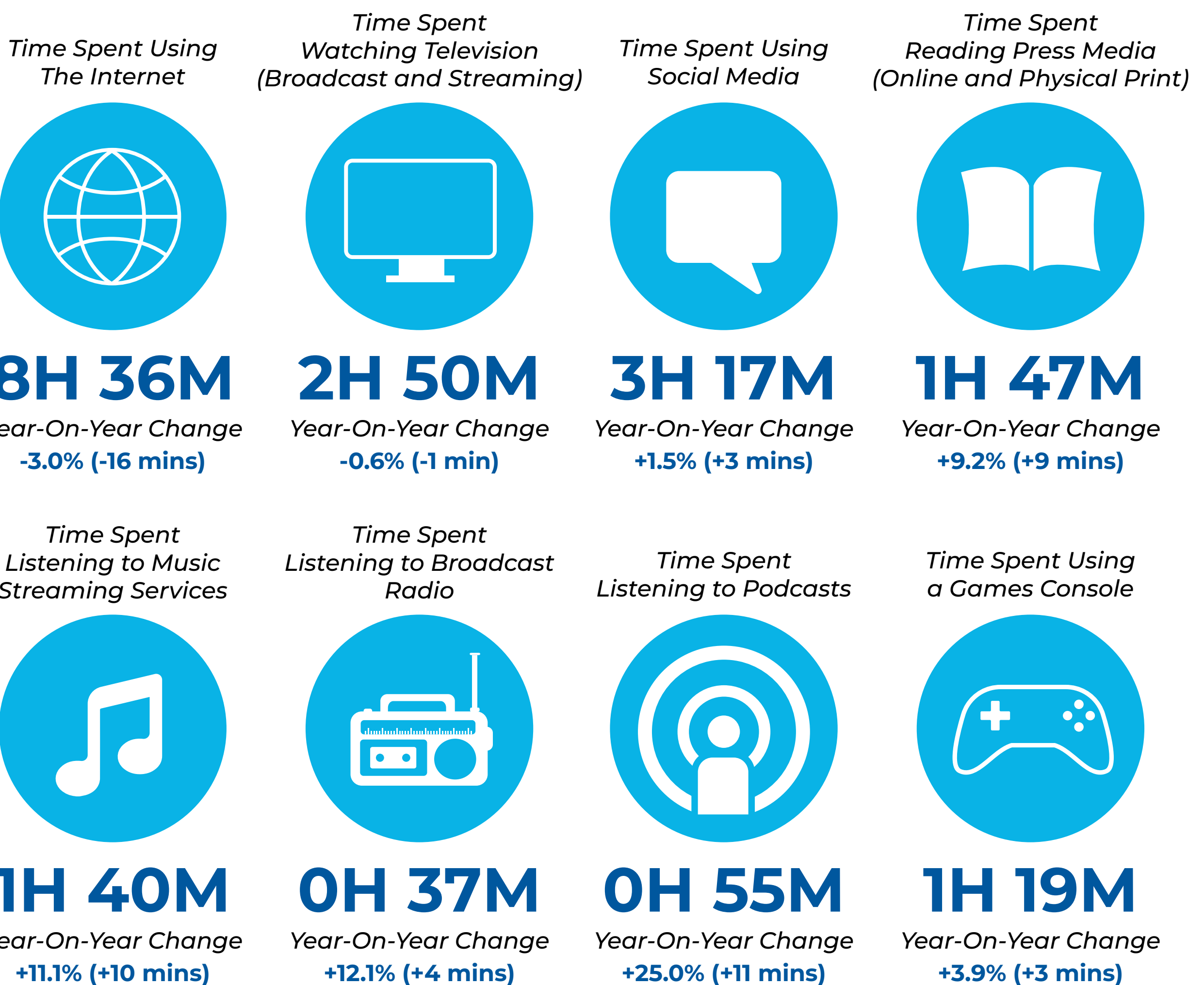
# Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia



Sumber: wearesocial.com (Februari 2022)



# Waktu yang Dihabiskan oleh Masyarakat Indonesia di Platform Media



Sumber: wearesocial.com (Februari 2022)



# Tahapan Optimalisasi Media Sosial



**Optimalkan Profil**

**Jadwal Post yang tepat**

**Informasi *Up-to-Date***

**Orisinil dan  
Tampilan Menarik**

**Caption yang Menarik dan  
Targetting**

**Aktif Berinteraksi dengan  
Followers**

**Challenge atau Kuis**

**Analisis Media Sosial**

1

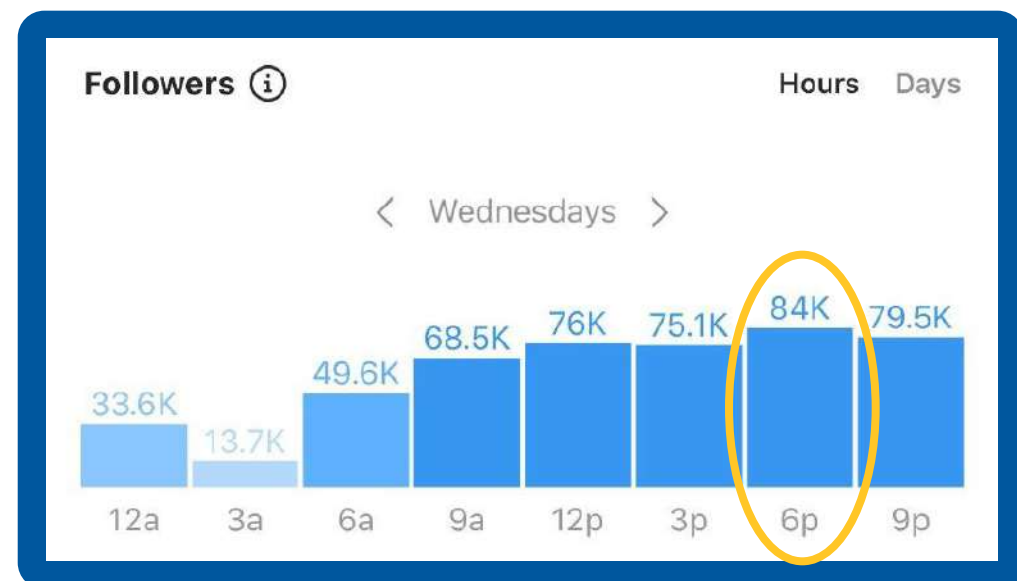
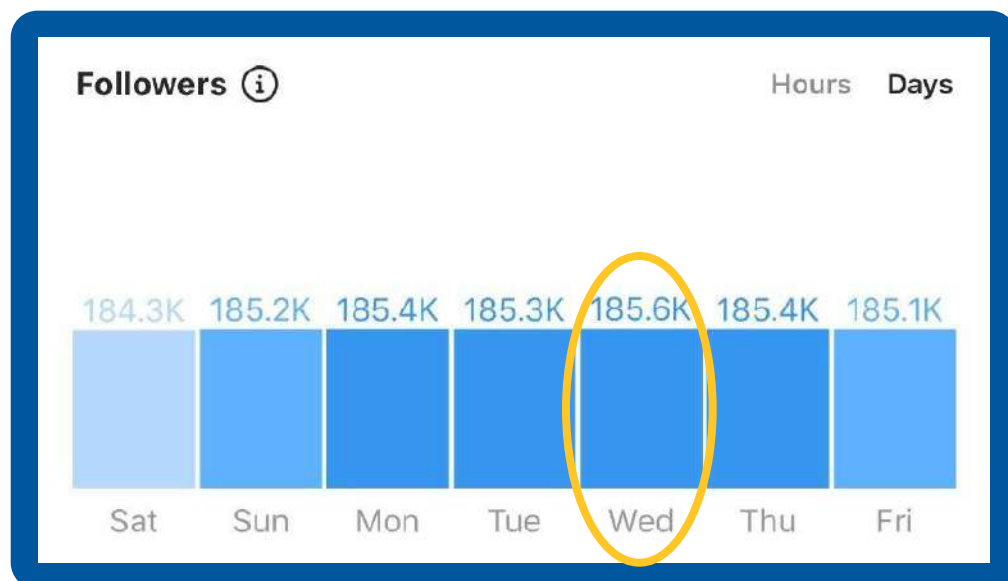
## Optimalkan Profil Media Sosial



- 01** Gunakan username yang cocok dan mudah diingat
- 02** Profile picture yang sesuai
- 03** Bio dideskripsikan sesuai dengan tema yang dibahas
- 04** Lengkapi informasi pendukung: E-mail, Website, No. Telp., Alamat, dll.

2

## Jadwal Post yang Tepat

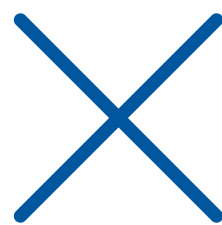
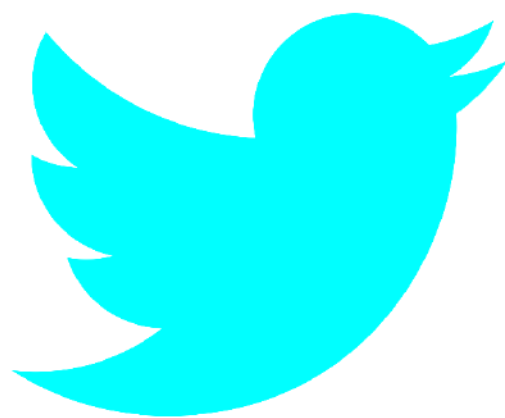


- 01 Tidak ada waktu yang ditetapkan sebagai waktu terbaik
- 02 Perhatikan hari/jam saat followers paling banyak aktif di media sosial
- 03 Rekomendasi waktu yang tepat disesuaikan dari hasil *Insight/Analytic*
- 04 Perhatikan polanya minimal setiap minggu

3

### Informasi Up-to-Date

- 01** Rajin cari informasi melalui platform media sosial, media online, portal resmi
- 02** Harus valid, perlu riset mendalam
- 03** Twitter dan Line Today bisa menjadi platform utama



4

## Orisinil dan Tampilan Menarik

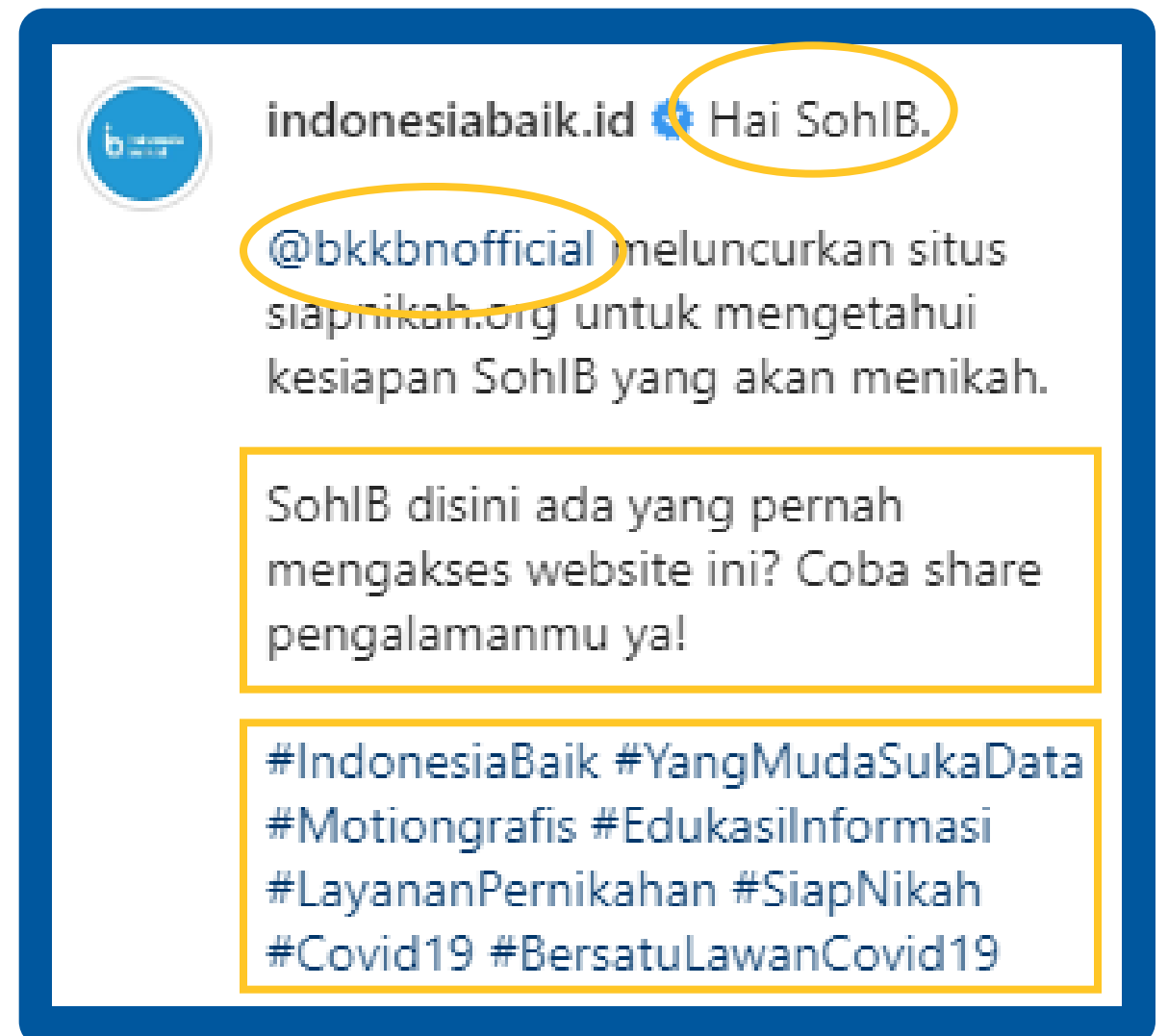
- 01** Menggunakan software pengolah grafis/video yang sesuai di PC/desktop
- 02** Aplikasi pengolah grafis/video di smartphone bisa jadi alternatif
- 03** Manfaatkan fitur media sosial: Instastory, Thread, Ads.



5

## Caption yang Menarik dan Targetting

- 01 Sebut sapaan ke followers
- 02 Jangan terlalu banyak, maksimal 2 paragraf pendek
- 03 Masukkan kalimat pertanyaan untuk memancing interaksi
- 04 Mention/tag akun terkait
- 05 Menggunakan tagar yang sesuai bahasan/sedang trending dan konsisten menggunakan tagar sebagai ciri akun



6

## Aktif Berinteraksi dengan Followers



- 01** Aktif di comment, DM, dan media interaksi lainnya
- 02** Penggunaan gaya bahasa menyesuaikan dengan followers
- 03** Kalau ada komentar negatif, tanggapi dengan santai tapi tetap serius
- 04** Sesekali beri komentar yang terkesan lucu asal masih dalam batasan

7

## Challenge/Kuis

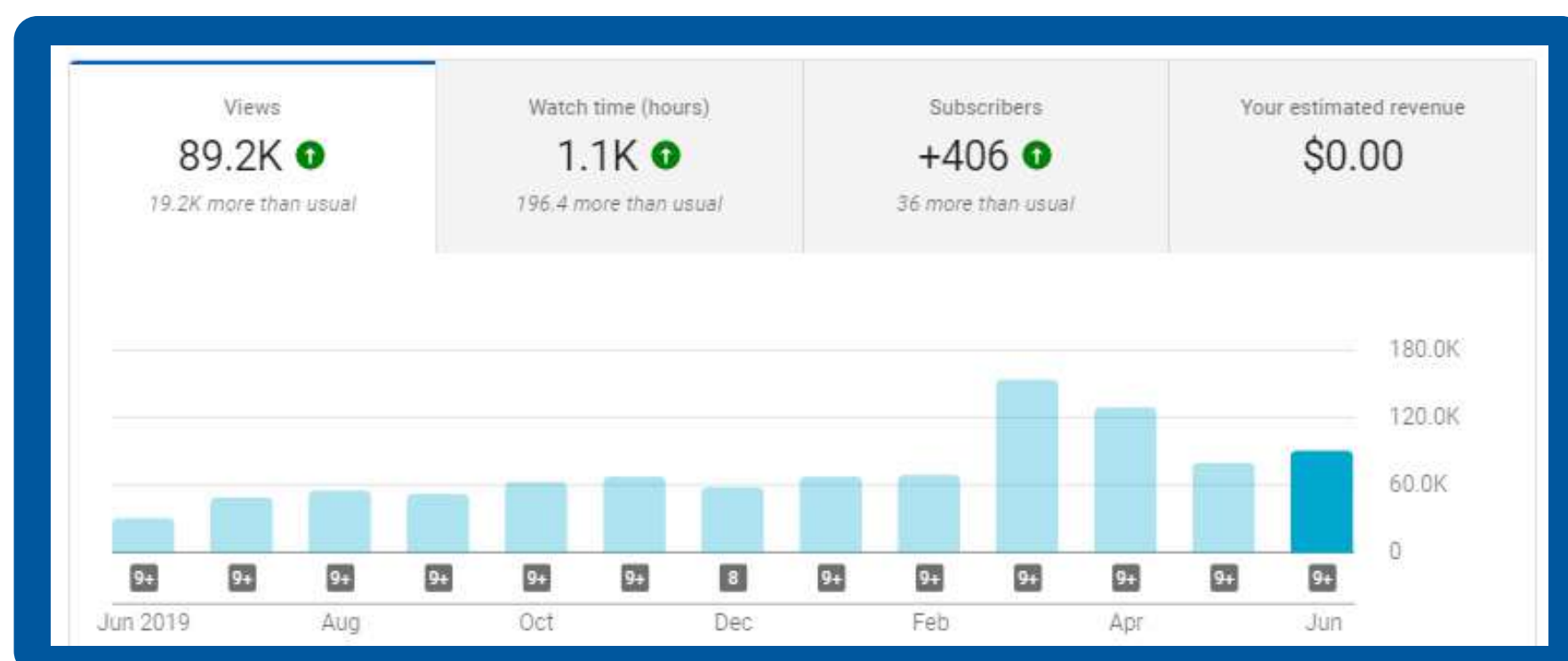
- 01** Temanya bisa disesuaikan dengan informasi yang sedang naik/ramai
- 02** Manfaatkan fitur yang ada di media sosial, misal: Feed, Instastory, Thread, dll.
- 03** Dilaksanakan secara rutin (1 atau 2 minggu sekali)
- 04** Sediakan hadiah. Tidak harus “wah”, manfaatkan yang ada.
- 05** Kolaborasi dengan akun/media lain, agar peluang akun kita dikenal semakin besar.



8

## Analisis Media Sosial

- 01 Manfaatkan tools yang ada di setiap media sosial
- 02 Bisa juga menggunakan tools berbayar (Hootsuite, Keyhole, dll)
- 03 Evaluasi dengan membuat laporan harian, mingguan, bulanan.
- 04 Hasil analisis menjadi strategi dalam mengoptimalkan media sosial kedepannya.



# Cara Jitu Mengoptimalkan Akun Media Sosial



**Fokus dan Konsisten**

---



**Sering Berinovasi**

---



**Promosi Silang**

---



**Riset dan Analisis**

---



**Belajar ke Expertnya**

1

## Fokus dan Konsisten

Konsisten dalam membuat konten dan menjaga interaksi dengan audiens agar mereka menyukai keberadaan kita. Tidak perlu terlalu banyak post setiap harinya, yang penting jadwal postingnya konsisten.

2

## Sering Berinovasi

Platform media sosial terus berkembang, jika kita tidak bisa keep up dengan inovasi-inovasi yang ada, kita akan tertinggal. Manfaatkan semua fitur yang disediakan oleh platform media sosial untuk memaksimalkan jangkauan.

3

## Promosi Silang

Gunakan tiap media sosial untuk mempromosikan akun-akun kamu yang ada di platform lain. Contohnya menggunakan Instagram untuk mempromosikan akun Twitter dan Tiktok kamu.

4

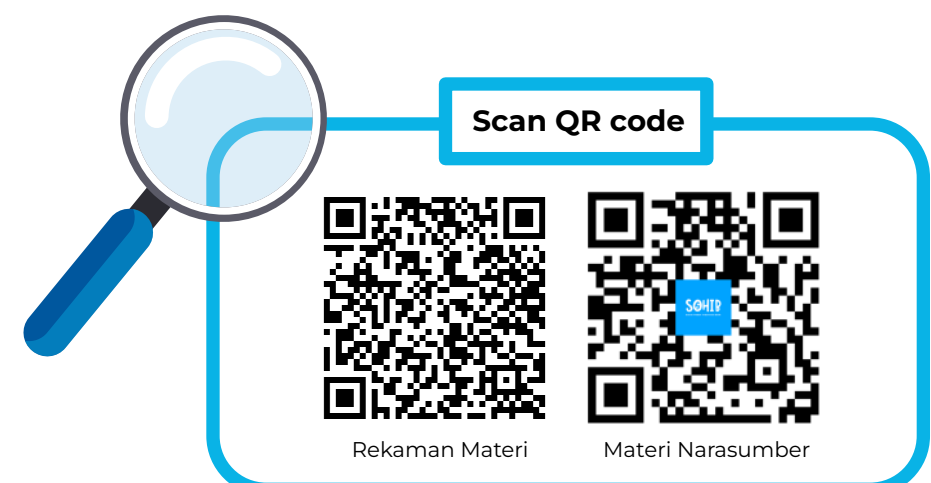
## Riset dan Analisis

Setelah membuat dan memposting konten, jangan langsung ditinggal. Lakukan analisis atau evaluasi konten dan audiens kamu agar bisa tahu kedepannya harus membuat konten seperti apa.

5

## Belajar ke Expertnya

Ilmu itu enggak ada habisnya. Perlu belajar dari berbagai orang agar kita memiliki pandangan yang lebih luas. SohIB bisa mengikuti berbagai kelas gratis, salah satunya seperti workshop SohIB Berkelas



29 Maret 2022



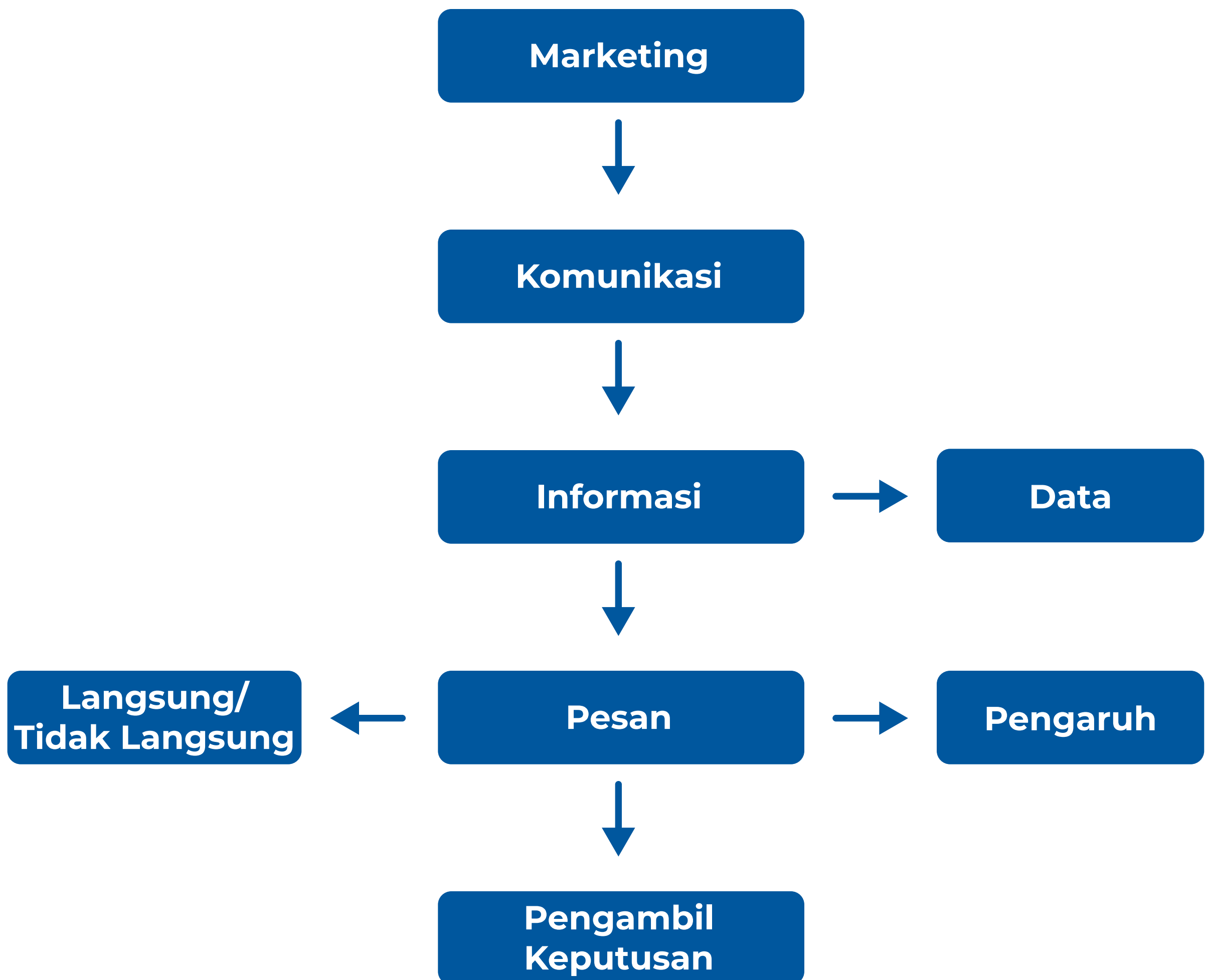
**Dirga Naufal Widyatama**

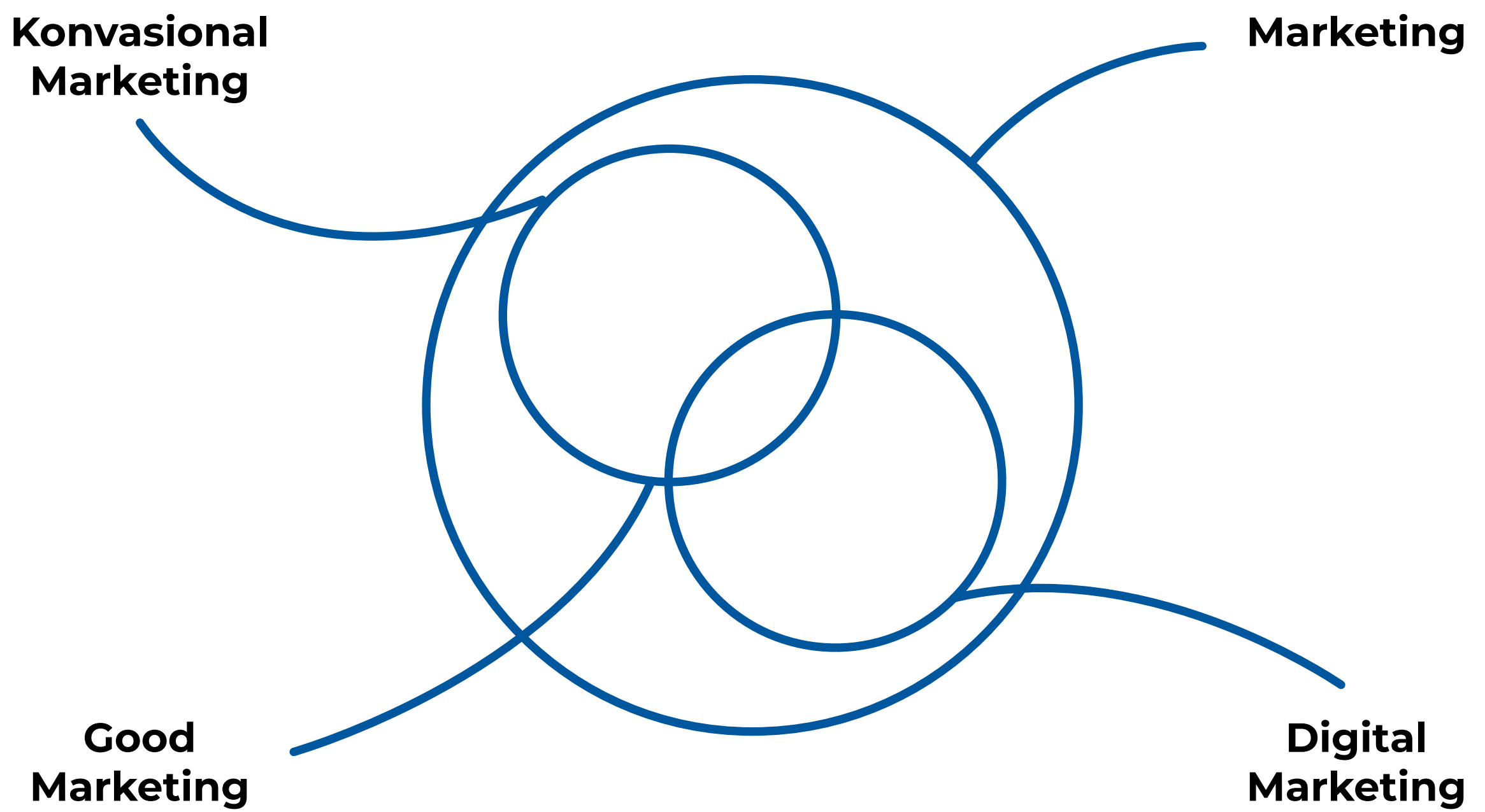
Digital Marketing Specialist  
dan Founder of Browcooly

## Membuat Perencanaan Konten dan Digital Campaign di Media Sosial

- ◆ Menentukan target audience dan social media brand voice
- ◆ Membuat content pillar dan content plan
- ◆ Merencanakan strategi campaign
- ◆ Mendistribusikan content

## Marketing = Promosi?

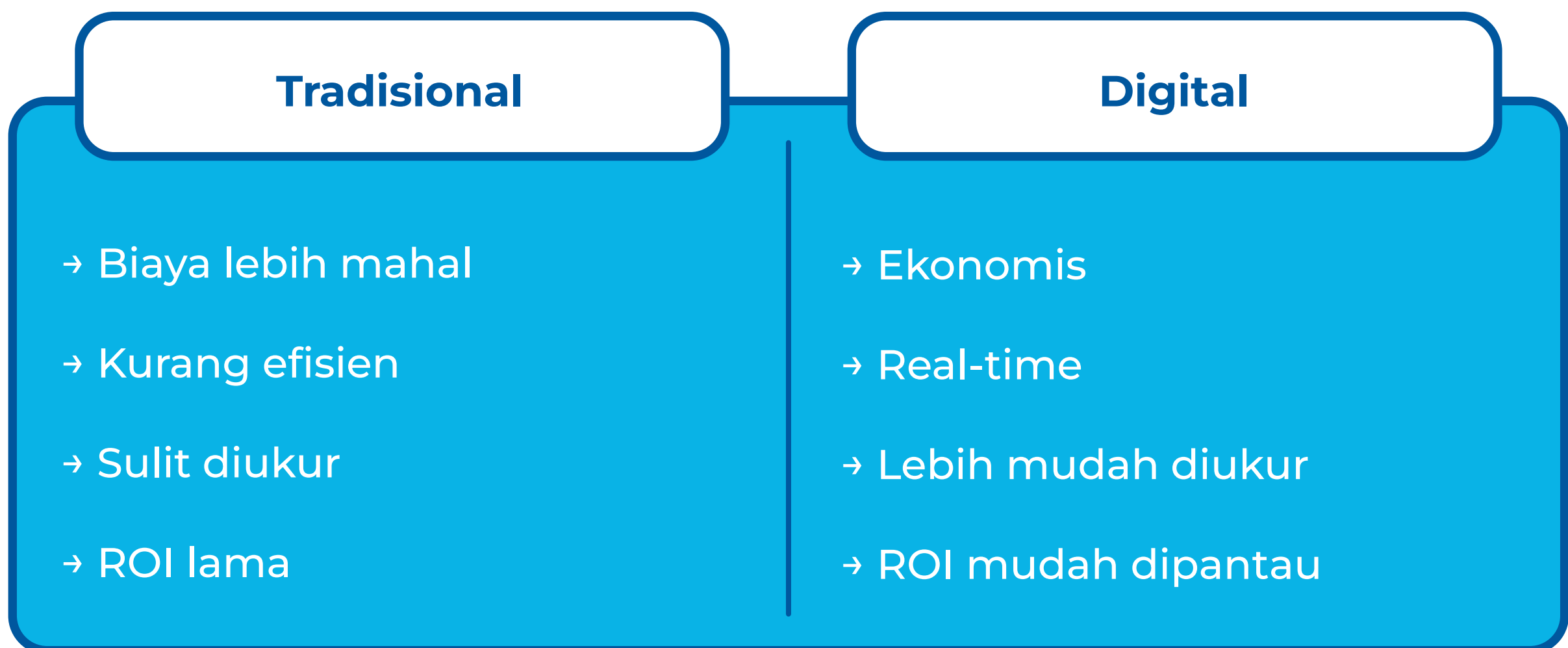




## Apa itu Digital Marketing?

Digital marketing adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan **media digital**.

## Kenapa harus Bertransformasi Digital?



## Mindset Digital Marketing

**01** Long-Term Investment

**02** No Instant, Trial Error

**03** 70% Human, 30% Machine

**04** Branding + Marketing



## 4 Elemen dalam Content Marketing

**Value Proposition**

**Business Case**

**Jawab dengan bukti,  
bukan klaim**

**Pahami karakter  
rekruter**

**Closing**



1

## Value Proposition

Penjelasan kepada audiens mengapa harus menggunakan produk atau jasa yang kita tawarkan.

- ◆ Apa nilai dari konten kita?
- ◆ Apa yang membuat konten kita berbeda dari yang lain?

2

## Business Case

Pemahaman tujuan brand dan cara mencapai tujuan tersebut.

- ◆ Apa business goals kita?
- ◆ Bagaimana content marketing dapat membantu untuk mencapai goals tersebut?

3

## Strategic Plan

Pembuatan strategi yang tepat untuk target audience suatu brand.  
Siapakah sasaran bisnis kita?

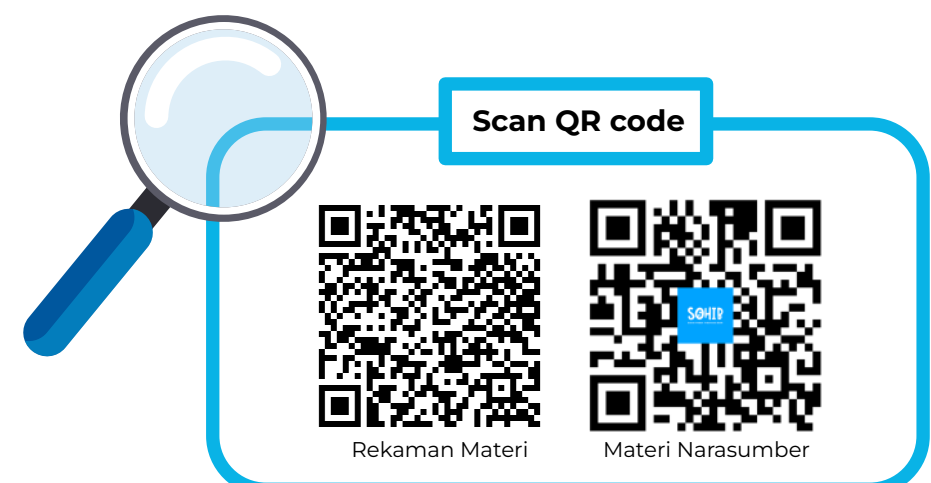
- ◆ Bagaimana cara menyampaikan konten kita?
- ◆ Bagaimana mengukur hasilnya?

4

## Positioning

Citra atau identitas unik dari suatu brand yang diingat oleh audiens.

- ◆ Apa kondisi brand kita?
- ◆ Apa unique selling proposition brand kita?



14 April 2022



Anang Filya

Senior Copywriter at Hybrid:  
H & Hakuhodo International  
Indonesia

## Trik Merangkai Kata Pada Sebuah Konten dengan Teknik Copywriting

- ◆ Pengenalan apa itu copywriting dan tugas seorang copywriter
- ◆ Proses brainstorming dan ideation
- ◆ Formula umum copywriting
- ◆ Membuat copywriting yang menjual
- ◆ Penerapan copywriting di berbagai media

## Copywriting itu apa sih?

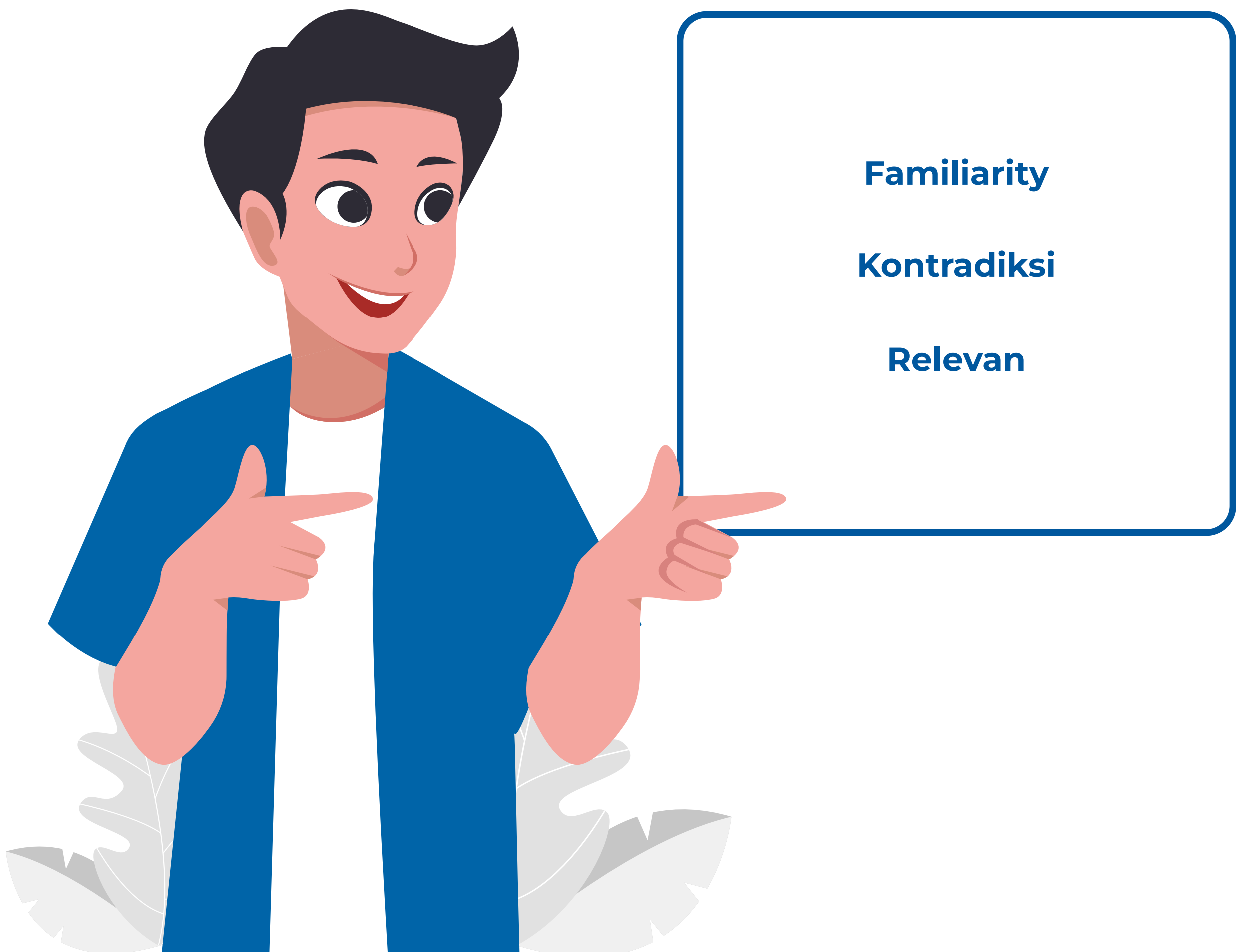
Teknik penulisan untuk mengkomunikasikan suatu pesan biar orang tahu dan mau melakukan sesuatu (mempersuasi).

Copy itu penting banget!

Satu copywriting bisa menginspirasi orang yang membaca dan mengusik orang biar pengen tau hal yang ingin kita sampaikan!



## **| Trik Crafting Copy yang Powerful**



1

## Familiarity

Bikin copy pakai konsep **FAMILIARITY**

Gunakan kalimat yang sudah familiar, dari berbagai sumber. Kemudian *twist* dengan ide komunikasi yang ada. Dari pendekatan familiarity, Bikin copy yang powerful itu dimulai dari perbanyak referensi & update dengan meme terbaru.

2

## Kontradiksi

Bumbui pakai **KONTRADIKSI**

Gunakan kata yang berlawanan untuk menggambarkan kelebihan produk.

3

## Relevan

Coba mainkan kata dan jadi **RELEVAN**

Sadar nggak sih kalo bahasa penulisan itu udah berkembang jauh banget?  
Bahkan **bucin & ambyar**, udah masuk KBBI lho!

# Membuat Content Marketing yang Powerful Hanya dari Copy yang Simple

- 01** Cari tahu bagaimana perilaku dan culture dari target audience kita. Sebuah pesan yang sangat sederhana pun bisa menjadi materi pemasaran yang powerful jika berada di medium yang tepat.



**Brief**

Lazada punya promo gede-gedean diskon 50%

**Insight**

Orang Indonesia apa-apa diupload di sosmed dan suka bikin viral.

**Idea**

Biar nunjukin promo Lazada mengguncang Indonesia, billboardnya sampe kebalik.



**02** Koneksikan ide copywriting dengan konteks, situasi, atau momen yang sedang terjadi. Contohnya dari billboard brand minuman ini yang mengambil momen Idulfitri sebagai materi promosi dan mengoneksikan tradisi maaf-maafan kepada konsumen dengan penyampaian yang unik.



**Brief**

Bikin materi komunikasi buat idulfitri

**Insight**

Orang Indonesia maaf-maafan sebelum lebaran & kebanyakan semua orang Mudik.

**Idea**

Mohon maaf beneran ke konsumen, gak bisa bikin billboard yang bagus.

**03** Bikin ide/konten kamu relevan dengan insight sekaligus menyuarkan brand value. Contohnya billboard GoJek ini berisi paragraf yang panjang. Apakah akan dibaca? Jawabannya, iya! Karena penempatan billboard tersebut berada di jalur yang terkenal macet dan orang akan membaca pesan tersebut di tengah-tengah kemacetan. Pesan yang disampaikan pun relate, yaitu bercerita tentang cerita nikmatnya terhindar dari macet dan ditutup dengan ajakan menggunakan layanan GoJek.



### **Brief**

Bikin materi komunikasi yang relevan sekaligus ngomongin brand valuenya gojek.

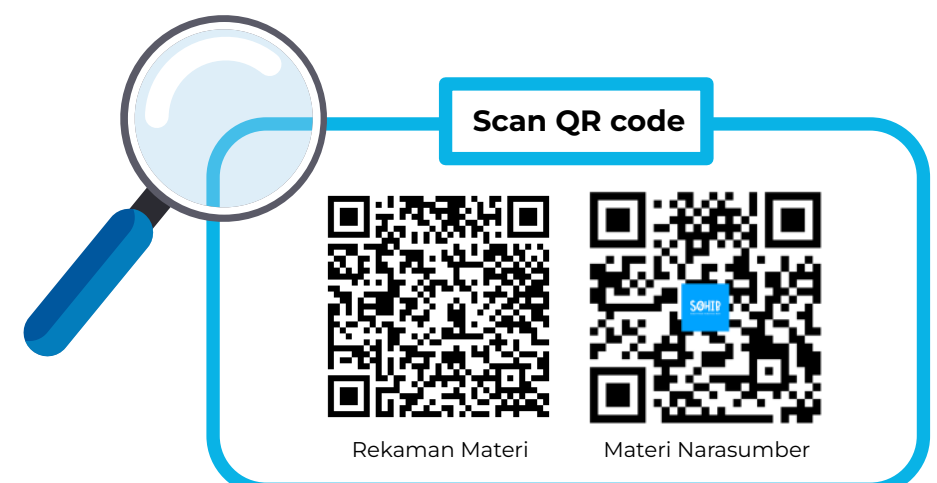
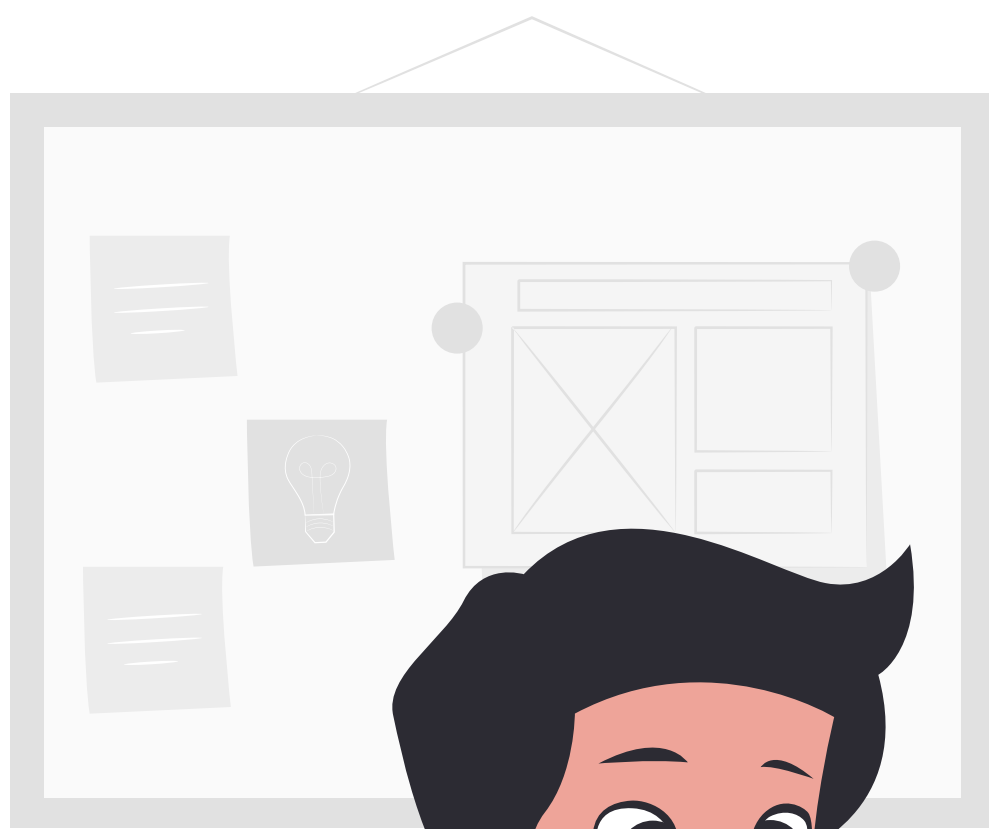
### **Insight**

Jalanan di Kuningan terkenal macet, makanya iklan spot di situ pasti kebaca, no matter how many ads in there.

### **Idea**

Celebrate dan nunjukin betapa ngeselannya Kuningan dengan bikin copy yang super panjang, yang walaupun panjang, macet tetep belum kelar, dan akhirnya sadar, kalo semua pake GoJek, pasti gak perlu ngerasain beginian.

Jadi, dengan insight dan copy yang tepat, ditambah dengan strategi kreatif yang pas maka powerful content marketing bisa terwujud meski hanya dari copy yang sederhana.



28 April 2022



**Akhyari Hananto**

Editor in Chief GNFI

# Content Writing 101: Melakukan Riset dan Membuat Konten Berdasarkan Tren

- ◆ Pengenalan apa itu content writing dan tugas seorang content writer
- ◆ Menulis konten yang sesuai dengan target audience
- ◆ Menulis konten yang dapat menaikkan trafik
- ◆ Mencari dan menentukan topik yang tepat
- ◆ Memahami cara meriset atau mencari topik-topik yang sedang tren dibicarakan menggunakan tools

# | Strategi Membuat Artikel yang Menarik Pembaca



**Mencari tema yang  
di luar standar**

**Menggunakan kata kunci LSI  
(Latent Semantic Index)**

**Tools untuk  
Mengecek LSI Keywords**

1

## Mencari tema yang di luar standar

Menggali lebih dalam dan melakukan riset terhadap kompetitor. SohIB bisa melakukan perbandingan agar tahu tema dan kata kunci seperti apa yang paling tepat untuk website kamu.

2

## Menggunakan kata kunci LSI (Latent Semantic Index)

Keywords LSI biasanya lebih spesifik dari SEO. LSI menggabungkan beberapa kata kunci menjadi sebuah kata kunci yang terkait satu sama lain menggunakan konteks.



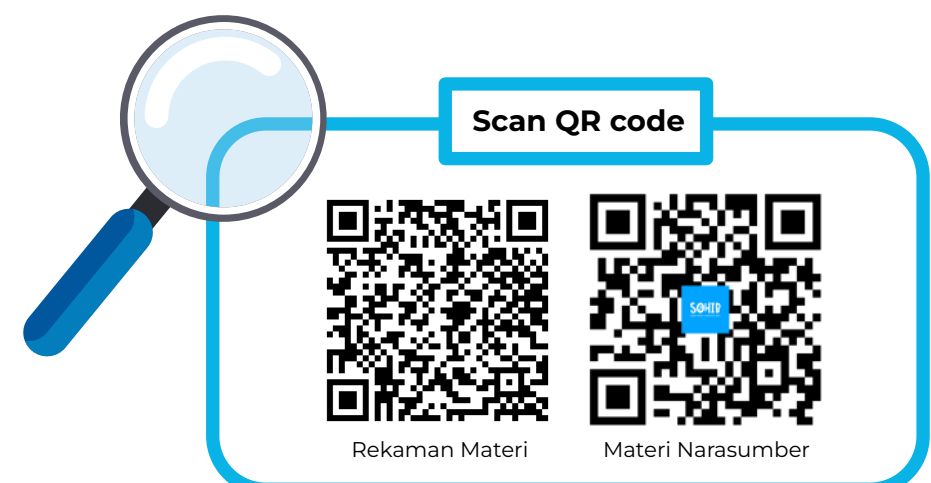
3

## Tools untuk Mengecek LSI Keywords



 **Keywords Everywhere**

 **Keyword Tool**



12 Mei 2022



**Joe Handaya**

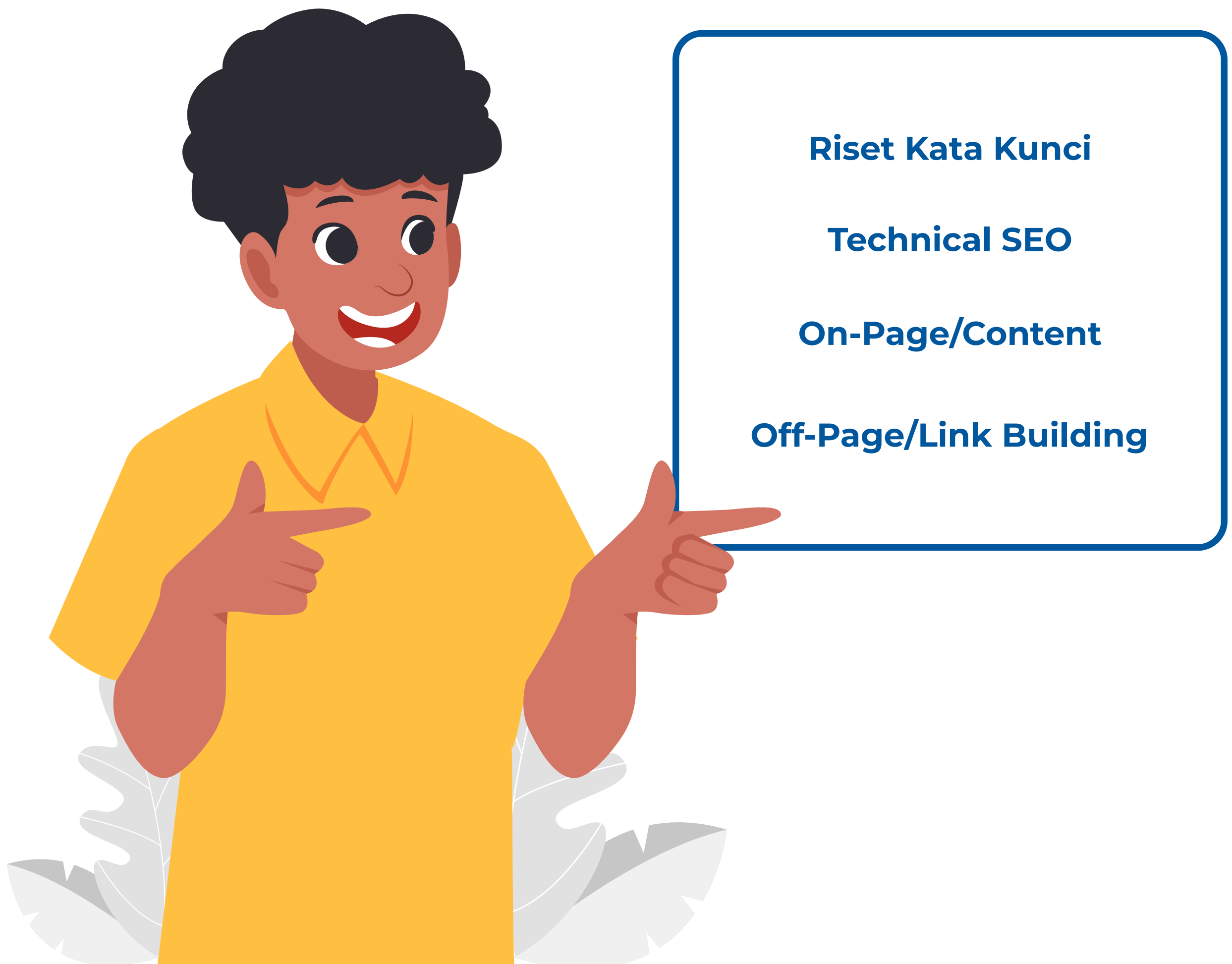
Group Web & SEO Manager  
at Ruangguru

## Cara Membuat Konten Banyak Dikunjungi dengan Teknik SEO

- ◆ Pengenalan SEO dan fungsinya
- ◆ Implementasi SEO (jenis-jenis implementasinya)
- ◆ Tools SEO
- ◆ Cara riset keyword
- ◆ Penerapan SEO pada konten tulis
- ◆ SEO analytic



## **| 4 SEO Fundamental yang Harus Kamu Ketahui Sebelum Mengoptimasi Konten**



1

## Riset Kata Kunci

Meriset kata kunci adalah salah satu tugas inti sebelum mengoptimasi konten. **Mengidentifikasi dan menentukan kata kunci yang paling banyak dicari** bertujuan agar konten yang dibuat dapat menjangkau lebih banyak audiens.

Semakin banyak konten dikunjungi, peringkat konten pada mesin pencari akan terus naik hingga mencapai top page.

2

## Technical SEO

Menguasai SEO secara teknis adalah **mengoptimalkan elemen pada konten sehingga konten lebih mudah dimengerti oleh mesin pencari**.

Aktivitas teknis SEO mempengaruhi secara keseluruhan domain (https, 404 error, site speed, redirect, url structure, dll).

3

## On-Page/Content

SEO On-Page adalah teknik **mengoptimalkan konten yang dilakukan langsung di halaman website.**

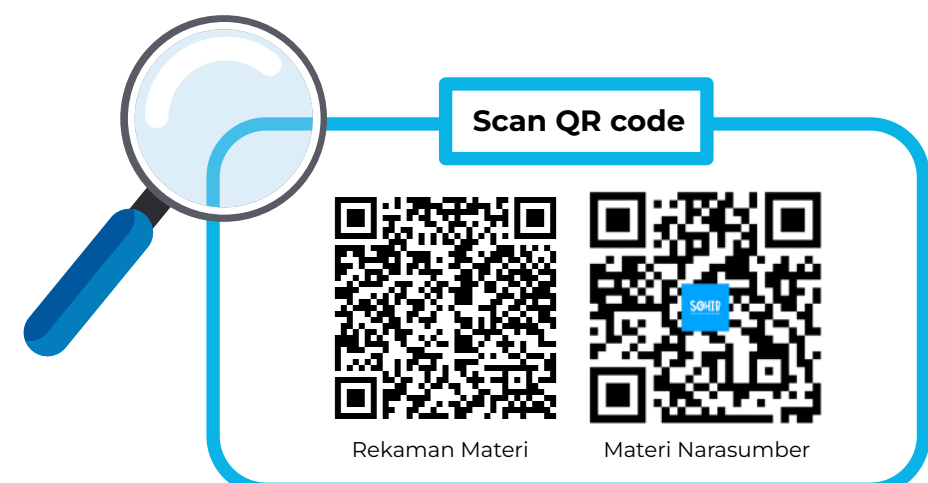
Hal ini mencakup penggunaan tag judul, meta description, tag heading, schema mark up, dan sebagainya.

4

## Off-Page/Link Building

Secara sederhana, SEO Off-Page merupakan **teknik untuk mendukung kinerja promosi konten yang dilakukan di luar website.**

Contohnya seperti mencantumkan konten kita di berbagai platform lain (backlink) atau membagikan link konten melalui media sosial. Semakin banyak link yang didapatkan dari platform lain, maka mesin pencari akan menilai konten yang dibuat bagus dan akan naik mencapai top page.



30 Mei 2022



**Dwinandha Legawa**

Ads Division Manager  
at The Rebel Marketing,  
Digital Marketing Specialist  
and Storyteller

## Belajar Membuat Iklan di Facebook & Instagram Ads

- ◆ Pengenalan Facebook dan Instagram Ads
- ◆ Pembuatan Facebook & Instagram Ads
- ◆ Analisa Facebook & Instagram Ads

## Kenapa menggunakan Facebook dan Instagram Ads?



Jangkauan yang luas karena pengguna Facebook dan Instagram sangat banyak.



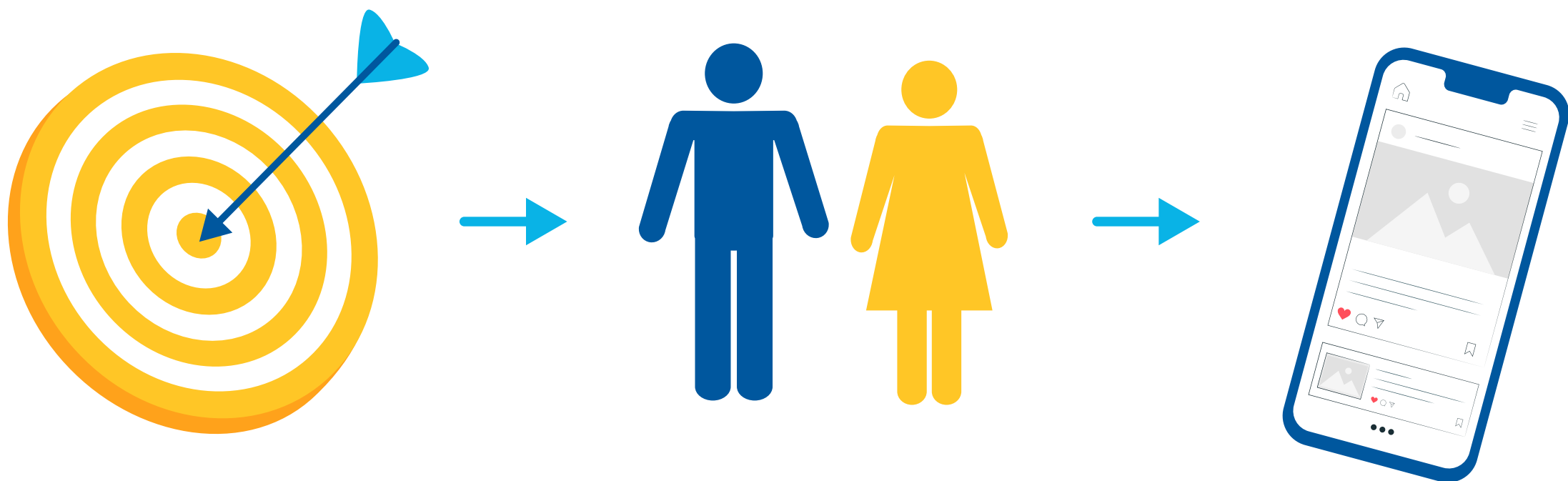
Budget murah mulai dari 20.000.



Mudah dan cepat.

## 3 Hal yang Perlu Diperhatikan

- 01 Goals/Tujuan Iklan:**  
Kamu ingin menaikkan followers, engagement, atau leads?
- 02 Audience/Targeting:**  
Targetkan audiens yang kemungkinan akan berinteraksi dengan iklan kamu.
- 03 Creative/Konten:**  
Buatlah konten iklan yang dapat menarik perhatian audiens.



# Pemasangan iklan di Facebook dan Instagram Ads dapat dilakukan dengan **2 cara**:



Meta  
Business Suite

- 01** **Melalui Meta Business Suite**  
Digunakan untuk goal yang kompleks, seperti konversi, penjualan, dan lain-lain.



Boost Post

- 02** **Melalui tombol “Create Ad” atau “Boost Post”**  
Digunakan untuk goal yang simple seperti ingin menambah followers.



9 Juni 2022



**Ainun Nurusy Syahida**

TikTok Ads Specialist at Ruanguru,  
TikTok Ads Expert at Aidem Agency &  
TikTok Ads Instructor Specialization  
Class at Revou

## **TikTok Marketing: Membuat Konten TikTok untuk Pemasaran**

- ◆ Mengetahui aplikasi TikTok (fitur dan algoritmanya)
- ◆ Strategi mendapatkan followers dan masuk FYP
- ◆ Menggunakan TikTok Shop
- ◆ Membuat strategi dan konten marketing



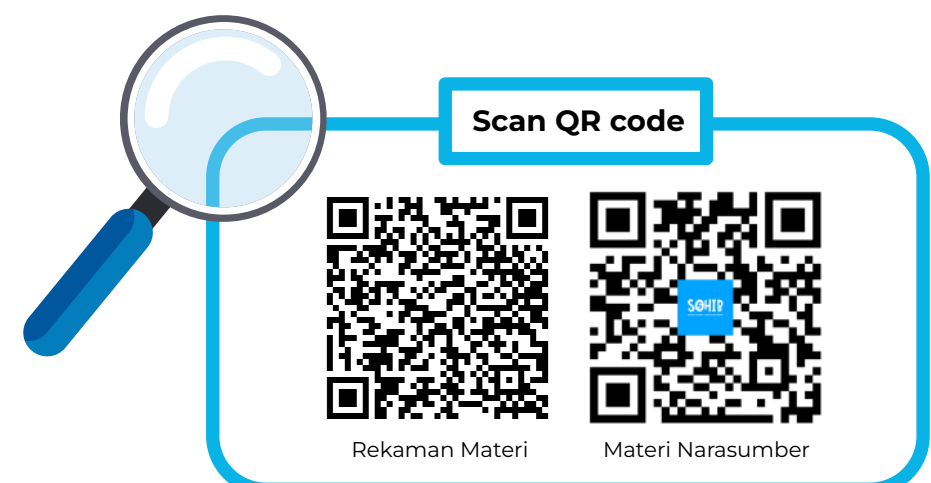
# Pahami Algoritma TikTok Agar Konten Kamu Masuk FYP!

Algoritma TikTok berperan untuk membuat para audiens tetap stay di social media. Algoritma akan memastikan bahwa audiens yang sedang berada di platform TikTok akan mengonsumsi hanya konten-konten yang mereka sukai.

Salah satu yang perlu diperhatikan dari algoritma TikTok adalah keberhasilan mencapai good KPI. TikTok akan memutuskan apa saja konten-konten yang disukai oleh audiens berdasarkan beberapa poin, diantaranya:

- 01 Follows:**  
Jumlah orang yang memfollow akun TikTok kamu setelah kamu memposting sebuah video.
- 02 Watch time:**  
Durasi orang-orang menonton video kamu.
- 03 Engagement:**  
Jumlah interaksi yang terjadi di postingan video kamu seperti likes, comment, share, dan save

Jika hasil dari KPI tersebut bagus maka TikTok akan menilai bahwa konten kamu menarik bagi audiens dan akan mendistribusikan konten tersebut ke halaman FYP.



disusun dan dikurasi oleh



**SOHIB**





DIREKTORAT JENDERAL INFORMASI DAN KOMUNIKASI PUBLIK  
KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA