



BOOKLET

# DIGITAL MARKETING

*Penelitian dan Pengabdian Universitas Negeri Jakarta  
Pendampingan Packaging dan Digital Marketing*



**MEI 2026**



<https://fip.unj.ac.id/pkbmlabpenmas/>

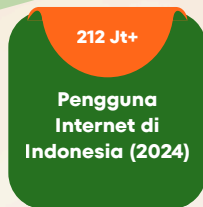


Naraya Hotel Jakarta

# 01 DIGITAL MARKETING

Digital Marketing adalah semua aktivitas pemasaran yang memanfaatkan perangkat digital dan koneksi internet untuk mempromosikan produk atau jasa kepada calon pelanggan. Berbeda dengan pemasaran konvensional (brosur, spanduk, iklan TV), digital marketing memungkinkan UMKM menjangkau pelanggan secara lebih luas, terukur, dan hemat biaya.

## Mengapa UMKM Wajib Go Digital?



## Keunggulan Digital Marketing vs Pemasaran Konvensional

Digital Marketing	Pemasaran Konvensional
Jangkauan luas, national bahkan global	Terbatas area lokal
Biaya mulai dari GRATIS (organik)	Biaya cetak/pasang iklan mahal
Hasil bisa diukur secara real time	Sulit mengukur berapa yang melihat
Bisa menyasar secara real-time	Sulit mengukur berapa yang melihat
Bisa menyasar target pelanggan spesifik	Semua orang, tidak spesifik
Bisa dijalankan 24 jam non-stop	Terbatas jam operasional
Bisa diubah/diedit kapan saja	Sulit diubah setelah dipasang

## Komponen Utama Digital Marketing

Social Media Marketing	Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube
Content Marketing	Artikel, video, infografis, podcast
Email & WhatsApp Marketing	Newsletter, broadcast, katalog digital
Search Engine Optomization	Agar bisnis ditemukan di Google
Marketplace Marketing	Tokopedia, SHopee, Lazada, Blibli
Paid Advertising	Meta Ads, TikTok Ads, Google Ads

## Mindset Digital Marketing yang Benar

PRINSIP DASAR	
Konsistensi > Viral	Lebih baik rutin posting setiap hari daripada sekali viral lalu berhenti.
Edukasi Dulu, Jualan Kemudian	Berikan nilai kepada audiens sebelum meminta mereka membeli.
Data adalah Raja	Selalu pantau angka (views, klik, konversi) untuk membuat keputusan.
Mulai dari yang Ada	Tidak perlu kamera mahal. Smartphone sudah cukup untuk memulai!
Belajar dari Kompetitor	Amati apa yang berhasil di akun bisnis sejenis.

# 02 PLATFORM UTAMA DIGITAL MARKETING

## Memilih Platform yang Tepat

### TIPS MEMILIH PLATFORM

Jangan coba semua platform sekaligus! Pilih 1-2 platform utama, kuasai dulu, baru ekspansi ke platform lain.

Prinsip: Lebih baik hadir maksimal di 2 platform daripada hadir setengah-setengah di 5 platform.

### Instagram - Platform Visual Terbaik

Instagram adalah platform berbagi foto dan video yang sangat cocok untuk bisnis dengan produk visual seperti makanan, fashion, kerajinan, dan kuliner.

- Jangan coba semua platform sekaligus! Pilih 1-2 platform utama, kuasai dulu, baru ekspansi ke platform lain.
- Prinsip: Lebih baik hadir maksimal di 2 platform daripada hadir setengah-setengah di 5 platform.

#### Fitur Instagram

- Feed (Postingan) — Foto/video permanen di profil Anda, gunakan untuk konten berkualitas tinggi
- Stories — Konten 24 jam, cocok untuk konten sehari-hari dan interaksi (polling, Q&A, kuis)
- Reels — Video pendek 15-90 detik, mendapat jangkauan organik terbesar saat ini
- Instagram Live — Siaran langsung untuk demo produk, tanya jawab, atau jualan real-time
- Instagram Shop — Katalog produk terintegrasi langsung di platform
- Instagram Ads — Iklan berbayar untuk menjangkau target lebih spesifik

### Tips Sukses di Instagram

- Gunakan foto/video berkualitas tinggi — cahaya yang baik adalah kunci utama
- Posting Reels minimal 3x seminggu untuk mendapatkan jangkauan organik maksimal
- Aktifkan Instagram Business Account untuk mendapatkan akses analitik
- Isi bio secara lengkap: nama bisnis, deskripsi singkat, kontak, dan link aktif
- Gunakan 5-10 hashtag relevan (campuran besar dan niche)

### TikTok - Platform Video Viral

TikTok adalah platform video pendek yang memiliki algoritma paling demokratis — akun baru pun bisa viral jika kontennya menarik. Sangat cocok untuk UMKM yang ingin jangkauan cepat dan masif.

### Mengapa TikTok Powerful untuk UMKM?

- Algoritma berbasis minat, bukan jumlah followers — peluang viral sangat terbuka
- Pengguna aktif di Indonesia: lebih dari 100 juta orang
- TikTok Shop terintegrasi langsung — bisa jualan tanpa meninggalkan aplikasi
- Format video pendek (15-60 detik) mudah dibuat dengan smartphone biasa

### Jenis Konten yang Sukses di TikTok:

- Tutorial/How-to — Cara membuat, cara pakai, cara memasak
- Before & After — Transformasi produk atau hasil penggunaan
- Behind the Scene — Proses produksi, packing, keseharian bisnis Anda
- Ikut Trending Sound — Gunakan lagu/sound yang sedang viral
- Duet & Stitch — Kolaborasi dengan konten kreator lain

### Facebook — Platform Komunitas & Iklan

Meskipun tren menunjukkan pengguna muda beralih ke TikTok, Facebook masih sangat relevan untuk segmen usia 25-45 tahun dan memiliki sistem periklanan (Meta Ads) yang paling canggih.

#### Fitur Facebook untuk UMKM:

- Facebook Page — Halaman bisnis profesional Anda di Facebook
- Facebook Group — Bangun komunitas pelanggan setia
- Facebook Marketplace — Jual produk langsung ke pengguna sekitar Anda
- Meta Business Suite — Kelola FB dan IG dalam satu dashboard
- Facebook Ads — Iklan dengan targeting paling detail (usia, minat, lokasi, perilaku)

### WhatsApp Business — Jualan via Chat

WhatsApp adalah aplikasi chat paling banyak digunakan di Indonesia. WhatsApp Business (gratis) memberikan fitur khusus untuk UMKM yang wajib Anda manfaatkan.

#### Fitur Wajib WhatsApp Business:

- Profil Bisnis — Tampilkan nama, deskripsi, jam operasional, alamat, website
- Katalog Produk — Tampilkan foto, deskripsi, dan harga produk langsung di WA
- Pesan Otomatis — Sapa pelanggan saat pertama kali kontak atau saat di luar jam kerja
- Label Chat — Kategorikan pelanggan (calon pembeli, sudah bayar, sudah kirim, dll)
- Broadcast — Kirim pesan promosi ke banyak kontak sekaligus
- WhatsApp Status — Manfaatkan sebagai media promosi harian

### **Marketplace — Tokopedia, Shopee & Lazada**

Marketplace adalah platform e-commerce yang sudah memiliki jutaan pengunjung setiap hari. Bergabung di marketplace artinya Anda langsung bisa menjangkau pembeli yang memang sedang aktif mencari produk.

#### **Tips Optimasi Toko di Marketplace**

- Foto produk berkualitas tinggi dengan background bersih, minimal 3-5 foto per produk
- Judul produk mengandung kata kunci yang sering dicari pembeli
- Deskripsi produk lengkap: ukuran, bahan, cara pakai, garansi
- Harga kompetitif — bandingkan dengan toko sejenis
- Respons cepat: balas chat dalam 30 menit untuk naik peringkat
- Rajin ikuti program promosi: Flash Sale, Gratis Ongkir, Voucher Toko
- Minta pembeli meninggalkan ulasan bintang 5 dan foto

# 03 STRATEGI KONTEN

## Mengapa Strategi Konten Itu Penting?

### Mengapa Strategi Konten Penting?

Konten adalah 'nyawa' dari digital marketing. Tanpa konten yang baik, tidak ada yang akan memperhatikan bisnis Anda di tengah jutaan postingan setiap harinya. Strategi konten yang tepat akan membuat Anda tampil konsisten, relevan, dan menarik bagi calon pembeli.

### Formula 3-2-1: Kunci Konten yang Menghasilkan

Formula ini membantu Anda menyeimbangkan konten agar tidak terkesan hanya jualan terus-menerus, yang justru membuat followers kabur.



Contoh: Dalam 1 minggu (6 postingan): 3 tips/edukasi + 2 inspirasi + 1 promo

3 Konten Edukasi	Berikan informasi berguna, tips, tutorial, FAQ seputar produksi/industri Anda
2 Konten Edukasi	Testimoni pelanggan, kisah sukses, behind the scene, nilai-nilai bisnis
1 Konten Promosi	Penawaran langsung, diskon, produk baru, stok terbatas

## Jenis-Jenis Konten UMKM

Konten Edukasi (Memposisikan Anda sebagai ahli di bidang Anda, membangun kepercayaan.)

- Tips & Tricks — '5 cara merawat tas kulit agar awet'
- Tutorial — 'Cara memasak rendang yang tidak gagal'
- FAQ — Menjawab pertanyaan yang sering ditanya pelanggan
- Infografis — Data menarik seputar industri Anda
- Perbandingan produk — Membantu calon pembeli memilih

<p>Konten Inspirasi (Membangun emosi positif dan koneksi dengan audiens.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Testimoni &amp; Review — Cerita sukses pelanggan menggunakan produk Anda</li> <li>• Behind the Scene — Proses produksi, cara kerja tim Anda</li> <li>• Kisah Bisnis — Perjalanan, perjuangan, dan pencapaian bisnis Anda</li> <li>• User Generated Content (UGC) — Foto/video pelanggan yang memakai produk Anda</li> </ul>
<p>Konten Promosi (Mendorong penjualan langsung.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penawaran terbatas — 'Diskon 30% hanya hari ini!'</li> <li>• Peluncuran produk baru</li> <li>• Paket bundling spesial</li> <li>• Giveaway &amp; Kontes</li> </ul>

## Cara Membuat Konten yang Menarik Perhatian

**Visual Menarik**

Foto/video harus terang, jelas, dan estetik

**HOOK**

3 detik pertama menentukan apakah orang berhenti atau scroll

**ISI KONTEN**

Informasi yang bermanfaat atau menghibur

**CTA**

Ajakan untuk like, komentar, share, atau beli

CONTOH HOOK YANG KUAT	
Pertanyaan	"Kenapa kue bolu kamu selalu bantat? Ini penyebabnya!"
Angka	"7 kesalahan fatal UMKM di media sosial yang bikin rugi"
Kejutan	"Rahasia yang tidak diajarkan di sekolah bisnis manapun!"
Ancaman	"Jika kamu belum lakukan ini, pesaingmu sudah jauh lebih maju"
Manfaat Langsung	"Cara dapat 100 pelanggan baru TANPA modal iklan"

## Format Konten Berdasarkan Platform

### Format

- Foto 1:1
- Video 9:16
- Carousel
- Live

### Instagram

- Feed utama
- Reels
- Edukasi
- Jualan Live

### TikTok

- Thumbnail
- FYP utama
- Kurang ideal
- Jualan Live

### Facebook

- Post
- Stories
- Post Artikel
- Komunitas

### WhatsApp

- Status
- Status
- Tidak ada
- Tidak ada

# 04 KONTEN PLANNER



Konten planner (jadwal konten) adalah alat perencanaan yang memastikan Anda tidak kehabisan ide dan bisa konsisten posting. Tanpa perencanaan, banyak UMKM yang awalnya semangat lalu berhenti setelah 2 minggu karena bingung mau posting apa.

## TEMPLATE KONTEN PLANNER

Hari	Tema Konten	Jenis Konten	Platform	CTA
Senin	Edukasi Produk	Carousel/ Infografis	Instagram, FB	Simpan postingan ini!
Selasa	Tips & Trick	Video reels/ Tiktok	Tiktok, Reels	Follow untuk tips harian
Rabu	Testimoni	Foto + Caption	IG Stories, WA	DM kami untuk order
Kamis	Promo & Diskon	Video + Foto	Semua Platform	Order sekarang! Link di bio
Jumat	Behind The Scene	Video Pendek	Tiktok, Reels	Comment Pertanyaanmu!
Sabtu	Hiburan & Engage	Video Ringan	Tiktok, IG	Tag teman kamu!
Minggu	Recap & Motivasi	Quote/ Carousel	IG, FB, WA	Semangat minggu depan!

### Cara Membuat Konten Planner Sendiri

- Tentukan frekuensi posting — Minimal 3-5x per minggu untuk membangun momentum
- Pilih 4-6 pillar konten (tema tetap) — Contoh: Tips, Produk, Testimoni, Promo, BTS, Hiburan
- Buat kalender bulanan — Tandai hari penting: Harbolnas, Lebaran, Kemerdekaan, dll
- Siapkan konten 1 minggu sebelumnya — Jangan menunggu hari H baru buat konten
- Evaluasi mingguan — Lihat konten mana yang paling banyak ditonton/disukai



## Tools Konten Planner yang Wajib Anda Coba

No	Tools
01	<b>Canva (Gratis)</b> Membuat desain grafis profesional: feed Instagram, stories, poster, flyer. Template lengkap tersedia gratis. Versi Pro sangat worth it untuk UMKM.
02	<b>CapCut (Gratis)</b> Aplikasi edit video terbaik untuk UMKM. Fitur: template otomatis, subtitle AI, efek trending, dan template Reels/TikTok siap pakai.
03	<b>Meta Business Suite (Gratis)</b> Kelola postingan Instagram dan Facebook dalam satu tempat. Bisa jadwalkan posting otomatis, lihat insight/analitik, dan kelola iklan.
04	<b>Later / Buffer (Freemium)</b> Tools jadwal posting otomatis. Anda bisa siapkan konten seminggu sekaligus, lalu sistem yang posting sesuai jadwal yang ditentukan.

## Waktu Posting Terbaik

### JAM PRIME TIME POSTING DI INDONESIA

Pagi: 07.00 - 09.00 WIB — Saat orang scrolling sambil sarapan/perjalanan ke kantor

Siang: 12.00 - 13.00 WIB — Waktu istirahat makan siang

Sore: 17.00 - 18.00 WIB — Setelah pulang kerja

Malam (PRIME): 19.00 - 21.00 WIB — Waktu santai, engagement tertinggi

Tips: Cek tab 'Insight' di Instagram/TikTok untuk mengetahui kapan followers Anda paling aktif secara spesifik.

# 05 CALL TO ACTION (CTA)

Call to Action (CTA) adalah kalimat atau frasa yang mendorong audiens untuk melakukan tindakan tertentu setelah melihat konten Anda. Tanpa CTA, audiens mungkin menikmati konten Anda tapi tidak melakukan apa-apa — tidak follow, tidak like, dan tidak beli.

## Fakta Tentang CTA

- Konten dengan CTA yang jelas menghasilkan konversi 2-5x lebih tinggi dibanding konten tanpa CTA.
- 89% keputusan pembelian dipengaruhi oleh seberapa jelas dan mudah langkah yang harus dilakukan pembeli.

CTA yang baik = SPESIFIK + MUDAH + BERALASAN

## Jenis-jenis CTA untuk UMKM

<b>CTA Interaksi (Meningkatkan Engagement)</b>	Digunakan untuk meningkatkan komentar, like, share, dan simpan konten Anda. <ul style="list-style-type: none"><li>• "Tuliskan di kolom komentar: apa produk favorit kamu dari kami?"</li><li>• "Tag temanmu yang butuh ini!"</li><li>• "Share ke story kamu kalau setuju!"</li><li>• "Double tap kalau kamu suka produk ini!"</li><li>• "Simpan postingan ini supaya tidak lupa!"</li></ul>
<b>CTA Penjualan (Mendorong Pembelian)</b>	Digunakan untuk mendorong audiens segera melakukan pembelian. <ul style="list-style-type: none"><li>• "Order sekarang sebelum kehabisan! DM atau klik link di bio"</li><li>• "Promo ini hanya berlaku sampai malam ini — hubungi WA kami sekarang!"</li><li>• "Dapatkan GRATIS ONGKIR untuk pembelian hari ini"</li><li>• "Klik link di bio untuk lihat koleksi lengkap dan order"</li></ul>
<b>CTA Follow &amp; Subscribe</b>	Digunakan untuk menambah pengikut dan membangun audiens setia. <ul style="list-style-type: none"><li>• "Follow akun kami untuk tips [topik] setiap hari!"</li><li>• "Aktifkan notifikasi agar tidak ketinggalan konten terbaru"</li><li>• "Bergabung di grup WA kami untuk info promo eksklusif"</li></ul>



### Formula CTA yang Menghasilkan Konversi

FORMULA: MANFAAT + URGENSI + AKSI

MANFAAT: Apa yang didapat audiens jika mereka bertindak?

URGENSI: Mengapa harus sekarang? (stok terbatas, promo akhir hari, dll)

AKSI: Apa yang harus mereka lakukan? (DM, klik link, tulis komentar, dll)

CONTOH 1: "Dapatkan DISKON 50% untuk pembelian pertama Anda (MANFAAT) — promo berakhir tengah malam ini (URGENSI) — klik link di bio untuk order sekarang! (AKSI)"

CONTOH 2: "Pelajari cara membuat kue tanpa oven (MANFAAT) — kelas GRATIS hanya untuk 50 orang pertama (URGENSI) — daftarkan diri via DM sekarang! (AKSI)"

### Letak CTA yang Efektif

- Di akhir caption/deskripsi postingan
- Di dalam video (ucapkan langsung 10 detik sebelum video berakhir)
- Di overlay teks pada video atau foto
- Dalam Stories dengan tombol link atau stiker polling
- Di bio profil (link Linktree/WhatsApp/toko online)

# 06 TRAFFIC SOSIAL MEDIA

Traffic adalah jumlah orang yang melihat dan berinteraksi dengan konten atau profil bisnis Anda. Semakin banyak traffic yang relevan, semakin besar peluang penjualan. Ada dua jenis traffic: organik (gratis) dan berbayar.

## **TRAFFIC ORGANIK — Gratis tapi Butuh Konsistensi**

Traffic organik adalah pengunjung yang datang secara alami tanpa Anda bayar. Ini membutuhkan waktu lebih lama untuk dibangun, tetapi lebih sustainable jangka panjang.

### **Strategi Mendapatkan Traffic Organik:**

- Optimasi Hashtag — Gunakan kombinasi hashtag besar, sedang, dan niche
- Posting Rutin & Konsisten — Algoritma menyukai akun yang aktif
- Engage Aktif — Balas komentar, like postingan orang lain di niche yang sama
- Kolaborasi — Duet/stitch di TikTok, kolaborasi postingan di Instagram
- Live Streaming — Mendapat prioritas dari algoritma semua platform
- Konten Trending — Manfaatkan audio/hashtag/tantangan yang sedang viral
- Cross-posting — Bagikan konten dari satu platform ke platform lain

### **Strategi Hashtag yang Efektif (FORMULA HASHTAG 30-50-20)**

30% Hashtag BESAR (>1 juta postingan) — Jangkauan luas tapi persaingan ketat

50% Hashtag SEDANG (100 ribu - 1 juta) — Keseimbangan jangkauan dan persaingan

20% Hashtag NICHE (<100 ribu) — Target spesifik, konversi lebih tinggi

Contoh bisnis kue rumahan:

Besar: #kue #kuliner #makanan #kueindonesia

Sedang: #kuehomemade #kueultah #kulinerjakarta #kuesebaran

Niche: #kuelapiskeping #kuelayerchocolate #kuekiribandung

Tips: Buat BRANDED HASHTAG unik untuk bisnis Anda sendiri!

Contoh: #KueMamaRia #KueNyonyaSantoso

## TRAFFIC BERBAYAR — Cepat dan Terukur

Iklan berbayar memungkinkan Anda menjangkau target pasar yang sangat spesifik dalam waktu singkat. Sangat efektif jika konten organik sudah berjalan dan Anda ingin mempercepat pertumbuhan.

### Jenis Iklan untuk UMKM:

- **Meta Ads (Facebook & Instagram Ads)**

Sistem periklanan paling canggih. Bisa target berdasarkan usia, jenis kelamin, lokasi, minat, perilaku, bahkan retarget orang yang pernah mengunjungi toko online Anda. Budget bisa mulai dari Rp20.000/hari.

- **TikTok Ads**

Efektif untuk produk yang targetnya anak muda (17-35 tahun). Format In-Feed Ads (muncul di FYP) paling populer. Bisa mulai dari Rp100.000/hari dengan jangkauan yang sangat luas.

- **Endorse Micro-Influencer**

Bayar content creator dengan 5.000-50.000 followers untuk review produk Anda. Lebih terjangkau dari mega-influencer tapi engagement rate lebih tinggi dan audiens lebih percaya.

### Cara Meningkatkan Engagement Rate

Engagement rate (ER) adalah persentase followers yang berinteraksi dengan konten Anda. ER yang baik (>3%) lebih penting dari jumlah followers yang banyak tapi pasif.

- Buat konten yang mengundang percakapan — Ajukan pertanyaan di caption
- Balas SEMUA komentar dalam 1 jam pertama setelah posting
- Gunakan fitur interaktif — Poll, Q&A, kuis di Stories
- Buat konten seri — Audiens akan menantikan episode berikutnya
- Pin komentar terbaik — Menunjukkan interaksi aktif ke algoritma

### Jenis-jenis CTA untuk UMKM

# 07 AI UNTUK DIGITAL MARKETING



## Revolusi AI dalam Dunia Pemasaran

Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence/AI) telah mengubah cara bisnis beroperasi. Kabar baiknya: AI kini bisa diakses GRATIS atau dengan biaya sangat terjangkau, bahkan oleh UMKM sekalipun. AI bukan pengganti kreativitas Anda — AI adalah asisten yang membantu Anda bekerja lebih cepat dan lebih efisien.

### MINDSET PENGGUNAAN AI

AI adalah ALAT, bukan pengganti. Gunakan AI untuk:

- Menghemat waktu (dari 2 jam menjadi 15 menit)
- Mengatasi writer's block (buntu ide konten)
- Meningkatkan kualitas output
- Bereksperimen dengan berbagai variasi konten

Yang tetap Anda butuhkan: Pemahaman tentang pelanggan Anda, kreativitas, dan sentuhan personal yang membuat bisnis Anda berbeda.

## AI Tools Wajib untuk UMKM

### 1. ChatGPT & Claude — Asisten Teks Serba Bisa

Gunakan untuk membuat caption media sosial, artikel blog, skrip video, balasan email, deskripsi produk, hashtag, ide konten, dan jawaban FAQ pelanggan.

#### PROMPT TEMPLATE UNTUK UMKM

**CAPTION PRODUK:** "Buatkan 5 caption menarik untuk foto [produk X]. Target pembeli: ibu rumah tangga usia 25-40 tahun. Gaya bahasa: santai dan ramah. Sertakan CTA untuk DM."

**IDE KONTEN:** "Berikan 20 ide konten untuk akun Instagram toko kue rumahan. Format: campuran edukasi, inspirasi, dan promosi."

**SKRIP VIDEO:** "Buatkan skrip video TikTok 60 detik tentang cara memilih bahan kue berkualitas. Gaya: informatif tapi menghibur, dimulai dengan hook yang kuat."

**DESKRIPSI PRODUK:** "Tulis deskripsi produk untuk [produk] yang menarik untuk marketplace. Sertakan: manfaat, keunggulan, cara pakai, dan kata kunci SEO."

## 2. Canva AI — Desain Tanpa Keahlian Grafis

Canva kini dilengkapi fitur AI yang memungkinkan Anda membuat desain profesional tanpa perlu keahlian desain grafis.

- Magic Design — Buat desain dari deskripsi teks, Canva yang mendesain secara otomatis
- Text to Image — Buat ilustrasi/gambar dari deskripsi kata-kata
- Magic Resize — Otomatis ubah ukuran desain untuk semua platform sekaligus
- Background Remover — Hapus background foto produk dengan 1 klik
- Magic Write — Buat teks konten (caption, judul, headline) dengan AI

## 3. CapCut — Edit Video dengan AI

CapCut (gratis) adalah aplikasi edit video terbaik untuk konten media sosial, dilengkapi fitur AI yang luar biasa.

- Auto Captions — Subtitle otomatis dengan akurasi tinggi, tinggal edit
- Auto Cut — Potong bagian tidak penting secara otomatis dari video panjang
- AI Voice — Ubah teks menjadi suara/narasi otomatis
- Template TikTok — Ribuan template konten viral langsung bisa dipakai
- Background Removal — Hapus background video tanpa green screen

## 4. Midjourney & DALL-E — Buat Foto Produk dengan AI

Jika Anda belum punya foto produk yang bagus, AI image generator bisa membantu membuat visual produk, banner promosi, dan ilustrasi menarik.

- Foto produk dengan background studio profesional tanpa perlu sewa studio
- Ilustrasi untuk konten edukasi dan infografis
- Desain banner dan poster promosi

## 5. ElevenLabs — Voiceover Profesional Otomatis

Buat narasi/voiceover video yang terdengar profesional tanpa perlu rekam suara sendiri. Tersedia dalam Bahasa Indonesia.

# Revolusi AI dalam Dunia Pemasaran

### FORMULA PROMPT YANG BAIK

PERAN + KONTEKS + TUGAS + FORMAT + BATASAN

Contoh: 'Kamu adalah copywriter berpengalaman untuk bisnis UMKM (PERAN). Bisnis saya menjual keripik singkong pedas khas Bandung, target pasar anak muda 18-30 tahun (KONTEKS). Buatlah 10 caption Instagram (TUGAS) dalam format: hook + manfaat + CTA, masing-masing maksimal 150 karakter (FORMAT), menggunakan bahasa gaul yang relevan tapi tetap sopan (BATASAN).'

# 08 TIPS SOSIAL MEDIA

## Tips #1: Optimasi Profil Bisnis

Profil adalah 'toko online' pertama yang dilihat calon pelanggan. Dalam 3 detik, mereka memutuskan apakah mau follow atau tidak. Buat profil yang langsung meyakinkan.

Checklist Profil Bisnis yang Sempurna:

- Foto profil: Logo bisnis yang jelas, atau foto produk unggulan (resolusi tinggi)
- Username: Mudah diingat, singkat, berkaitan dengan bisnis
- Nama profil: Mengandung kata kunci bisnis (contoh: Kue Ultah Bandung | Mama Ria)
- Bio: Jelaskan dalam 3 baris: apa yang dijual, untuk siapa, dan keunggulannya
- Kontak: Nomor WhatsApp aktif yang bisa langsung dihubungi
- Link: Satu link ke WhatsApp, marketplace, atau Linktree
- Story Highlight: Kategorikan stories penting (Produk, Testimoni, Promo, Cara Order)

## Tips #2: Konsistensi adalah Segalanya

Algoritma media sosial menyukai akun yang aktif dan konsisten. Akun yang posting rutin akan selalu diprioritaskan untuk ditampilkan ke lebih banyak orang.

- Tentukan jadwal posting dan patuhi — lebih baik 3x/minggu konsisten daripada 7x/minggu lalu berhenti
- Buat template visual yang konsisten — warna, font, dan gaya yang sama menciptakan brand identity yang kuat
- Siapkan 'content bank' — simpan stok foto/video produk agar tidak kehabisan bahan
- Gunakan tools jadwal otomatis (Meta Business Suite, Later) untuk posting tanpa harus online 24 jam

## Tips #3: Engage Aktif dengan Audiens

Engagement (interaksi) adalah valuta paling berharga di media sosial. Semakin tinggi engagement Anda, semakin banyak orang yang melihat konten Anda secara organik.

- Balas semua komentar dalam 1 jam pertama — ini sinyal ke algoritma bahwa postingan Anda aktif
- Reply DM dalam 30 menit — respons cepat meningkatkan kepercayaan dan peluang pembelian
- Komentari akun lain di niche Anda — aktif di komunitas meningkatkan visibilitas
- Gunakan fitur interaktif: Poll, Q&A, kuis di Stories minimal 3x seminggu
- Pin komentar terbaik atau komentar yang mengandung pertanyaan umum

#### Tips #4: Analisa Data Secara Rutin

'Anda tidak bisa memperbaiki apa yang tidak Anda ukur.' Pantau data dan insight secara rutin untuk mengetahui apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki.

##### Metrik Utama yang Wajib Dipantau:

Metrik	Artinya	Target
Reach/Jangkauan	Berapa orang yang melihat konten Anda	Selalu meningkat
Impressions	Total berapa kali konten ditampilkan	3-5x dari Reach
Engagement Rate	% followers yang berinteraksi	>3% = bagus
Followers Growth	Pertumbuhan pengikut per minggu	Positif setiap minggu
Link Clicks	Jumlah klik ke website/WA/toko	Konversi tujuan

#### Tips #5: Manfaatkan Fitur Terbaru

Algoritma selalu memberikan 'bonus reach' kepada pengguna yang mencoba fitur terbaru. Saat Instagram meluncurkan Reels, akun yang pertama menggunakannya mendapat jangkauan organik berlipat ganda.

- Ikuti update terbaru dari blog resmi Instagram, TikTok, dan Facebook
- Coba fitur baru dalam 48 jam pertama peluncurannya untuk mendapat boost algoritmik
- Contoh fitur yang perlu dicoba: Add Yours sticker, Collaborative post, TikTok Series

#### Tips #6: Kolaborasi Strategis

Kolaborasi adalah cara tercepat untuk menjangkau audiens baru tanpa biaya iklan. Cari partner bisnis yang saling melengkapi, bukan kompetitor langsung.

- Kolaborasi dengan UMKM lain yang saling melengkapi (contoh: toko kue + toko dekorasi)
- Buat program referral — Beri komisi/diskon untuk pelanggan yang merekomendasikan bisnis Anda
- Aktif di komunitas UMKM lokal dan online — Network adalah aset terbesar bisnis kecil
- Dorong pelanggan membuat UGC (User Generated Content) — Konten dari pelanggan lebih dipercaya

# 09 TIPS KONTEN

## Rahasia Konten yang Selalu Menarik Perhatian

Membuat konten yang baik adalah keterampilan yang bisa dipelajari. Tidak perlu kamera mahal atau keahlian editing tingkat tinggi. Yang paling penting adalah memahami apa yang diinginkan audiens Anda dan menyajikannya dengan cara yang menarik.

### Tip #1: Kuasai Seni Membuat Hook

Hook adalah 3 detik pertama konten Anda. Jika hook gagal, audiens akan scroll dan tidak pernah melihat sisa konten Anda. Hook yang kuat adalah investasi terpenting dalam pembuatan konten.

Jenis Hook yang Paling Efektif:

#### A: Hook Pertanyaan

"Sudah tahu belum cara GRATIS mendapat 1000 followers dalam 30 hari?" — Membuat orang penasaran dan ingin tahu jawabannya.

#### B: Hook Angka/Data

"7 KESALAHAN fatal UMKM di media sosial yang bikin rugi jutaan rupiah" — Angka membuat klaim terasa spesifik dan credible.

#### C: Hook Kontroversial

"Foto produk jelek lebih baik dari foto produk sempurna — ini alasannya!" — Pernyataan yang mengejutkan membuat orang berhenti scroll.

#### D: Hook Manfaat Langsung

"Tonton sampai habis dan kamu akan tahu cara membuat konten viral tanpa kamera mahal" — Janjikan hasil yang nyata dan spesifik.

### Tip #2: Teknik Bercerita (Storytelling)

Manusia secara alami tertarik pada cerita. Konten yang menggunakan narasi akan selalu lebih engaging daripada konten yang hanya menyajikan informasi kering.

## FORMULA STORYTELLING PAS (Problem-Agitate-Solution)

**PROBLEM** — Identifikasi masalah yang dirasakan target Anda  
'Pernah nggak kamu merasa capek bikin konten tapi views-nya cuma 50?'

**AGITATE** — Perbesar masalah, buat mereka merasakan urgensinya  
'Sementara kompetitor kamu terus dapat pelanggan baru dari media sosial...!'

**SOLUTION** — Perkenalkan solusi (produk/jasa/tips Anda)  
'Tenang, aku ada cara yang bisa bikin konten kamu dilihat ribuan orang tanpa iklan!'

### Tip #3: Kualitas Visual yang Menjual

Di media sosial, penampilan adalah segalanya. Konten yang secara visual menarik akan mendapat jauh lebih banyak perhatian daripada konten yang bagus secara isi tapi tampilannya kurang menarik.

#### Checklist Kualitas Visual:

- **PENCAHAYAAN** — Gunakan cahaya alami (dekat jendela) atau ring light. Ini faktor terpenting!
- **BACKGROUND** — Bersih dan tidak berantakan. Gunakan kain polos atau tembok putih/estetis
- **KOMPOSISI** — Rule of thirds: tempatkan produk di 1/3 frame, bukan di tengah
- **WARNA** — Gunakan palet warna yang konsisten (2-3 warna utama) di semua konten
- **FONT** — Maksimal 2 jenis font per desain. Font yang terlalu beragam terlihat tidak profesional
- **RESOLUSI** — Selalu ekspor dalam kualitas tertinggi (1080x1080 untuk feed, 1080x1920 untuk stories)

### Tip #4: Repurpose Konten Secara Efisien

Satu konten bisa diubah menjadi banyak format berbeda. Ini cara paling efisien untuk memaksimalkan output konten tanpa kerja berlebih.

#### STRATEGI REPURPOSE 1 KONTEN JADI 7

1. 1 VIDEO PANJANG (YouTube/Podcast) bisa menjadi:
2. Klip pendek TikTok/Reels (ambil 3-5 poin terbaik)
3. Carousel Instagram (buat slide dari poin-poin utama)
4. Caption panjang Facebook (tuliskan poin-poin dalam teks)
5. Broadcast WhatsApp (rangkuman 5 poin untuk group)
6. Quote card untuk Stories (kutipan menarik dari konten)
7. Thread Twitter/X (setiap poin jadi 1 tweet)

### Tip #5: A/B Testing Konten

Jangan tebak-tebak apa yang disukai audiens Anda. Uji secara langsung dengan membuat 2 versi konten yang berbeda dan lihat mana yang perform lebih baik.

- Buat 2 versi thumbnail/foto yang berbeda untuk konten yang sama
- Coba 2 jenis hook yang berbeda untuk topik yang sama
- Posting pada 2 waktu berbeda dan bandingkan engagement-nya
- Setelah 1 minggu, analisa hasilnya dan gunakan pemenang sebagai standar baru

### Tip #6: Riset Kompetitor Mingguan

Amati akun kompetitor atau pemain di niche Anda yang sudah sukses. Bukan untuk meniru, tapi untuk belajar pola dan strategi yang berhasil.

- Setiap Minggu: Cek 3-5 akun kompetitor terbaik, catat konten mana yang paling banyak engagement-nya
- Identifikasi: Apa tema konten yang populer? Format apa yang sering mereka gunakan?
- Adaptasi: Buat versi yang lebih baik dari konten mereka yang sukses, dengan sentuhan unik Anda sendiri

### Tip #7: Konsistensi Brand Voice

Brand voice adalah 'kepribadian' bisnis Anda di media sosial. Kepribadian yang konsisten membangun kepercayaan dan membuat bisnis Anda mudah diingat.

#### TENTUKAN BRAND VOICE ANDA

Tanyakan pada diri sendiri: Jika bisnis saya adalah manusia, dia seperti apa?

Contoh Brand Voice:

- Ibu yang hangat dan bisa diandalkan (untuk bisnis makanan rumahan)
- Sahabat yang informatif dan menyenangkan (untuk bisnis edukasi)
- Ahli yang terpercaya dan profesional (untuk bisnis jasa)
- Teman yang seru dan gaul (untuk bisnis yang target anak muda)

Pilih 3 kata sifat yang menggambarkan brand Anda, lalu terapkan konsisten di setiap konten.

# PENUTUP & ACTION PLAN

Selamat! Anda Telah Menyelesaikan Materi Digital Marketing

## MULAI SEKARANG — 7 Langkah Pertama Anda

01

Buat/optimalikan akun Instagram Business dan TikTok bisnis Anda hari ini

02

Lengkapi profil: foto, bio, kontak, dan story highlight

03

Install Canva dan buat 3 template konten untuk brand Anda

04

Buat konten planner 2 minggu ke depan menggunakan template di buku ini

05

Mulai posting konsisten 3-5x per minggu dan pantau insight mingguan

06

Coba 1 AI tool (ChatGPT atau Canva AI) untuk membantu pembuatan konten

07

Bergabung dengan 1 komunitas UMKM digital untuk belajar bersama

"Digital marketing bukan tentang menjual kepada semua orang — ini tentang menemukan orang yang tepat dan memberikan nilai yang mereka butuhkan."

UMKM tradisional bukan berarti bisnis yang ketinggalan zaman. Dengan sentuhan digital, kearifan lokal dan produk tradisional Anda bisa menjangkau pasar yang jauh lebih luas. Mulailah dari yang kecil, konsisten, dan terus belajar.

Selamat berjualan dan semangat terus! Bisnis Anda layak dikenal dunia.