

REPUBLIC INDONESIA  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

# SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202355200, 13 Juli 2023

## Pencipta

Nama : **Diah Ayu Candraningrum, Amanda Deswita dkk**  
Alamat : Jl. Tawakal Ujung No. C8 RT 016 / RW 007 , Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11440  
Kewarganegaraan : Indonesia

## Pemegang Hak Cipta

Nama : **Diah Ayu Candraningrum, Amanda Deswita dkk**  
Alamat : Jl. Tawakal Ujung No. C8 RT 016 / RW 007 , Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11440  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Jenis Ciptaan : **Karya Tulis**  
Judul Ciptaan : **Digital Marketing Desa Wisata**  
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 13 Juli 2023, di Jakarta Barat  
Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, dihitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.  
Nomor pencatatan : 000488135

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri



Anggoro Dasananto  
NIP. 196412081991031002

Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

**LAMPIRAN PENCIPTA**

No	Nama	Alamat
1	Diah Ayu Candraningrum	Jl. Tawakal Ujung No. C8 RT 016 / RW 007
2	Amanda Deswita	Jl. GG Daging No. 23E RT 006 / RW 002
3	Josephine Patricia Japutra	Jl. Utama III No. 36 HI RT 011 / RW 001
4	Fiona CH. Bernadett	Jl. Gunung Gede 2 Blok C No. 177 RT 002 / RW 013
5	Angelie Alice Natasha	Jl. Ancol Selatan RT 004 / RW 006

**LAMPIRAN PEMEGANG**

No	Nama	Alamat
1	Diah Ayu Candraningrum	Jl. Tawakal Ujung No. C8 RT 016 / RW 007
2	Amanda Deswita	Jl. GG Daging No. 23E RT 006 / RW 002
3	Josephine Patricia Japutra	Jl. Utama III No. 36 HI RT 011 / RW 001
4	Fiona CH. Bernadett	Jl. Gunung Gede 2 Blok C No. 177 RT 002 / RW 013
5	Angelie Alice Natasha	Jl. Ancol Selatan RT 004 / RW 006





# DIGITAL MARKETING DESA WISATA

DIAH AYU CANDRANINGRUM (SANDRA)

28 Juni 2023

Desa Giritengah, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah

# DIAH AYU CANDRANINGRUM (SANDRA)

- Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara Jakarta.
- Mantan jurnalis media bidang bisnis.
- Peneliti bidang komunikasi digital dan branding.
- Pegiat dan pemerhati media social.





# **MENGENAL DIGITAL MARKETING**

# PERFORMA ANALYTICAL

Instagram @raffinagita1717

 @raffinagita1717 

 Overview  Top Posts

 **0.35%**  
Engagement Rate 

 **0.35%**  
Like Rate 

 **0%**  
Comment Rate 

Raffi Ahmad and Nagita Slavina  
(business : ransdigital.id@gmail.com)  
Dengerin lagu spesial untuk Rafathar dan Rayyanza disini 🙌🙌

 61,331,226  
Followers 

 5,040  
Following

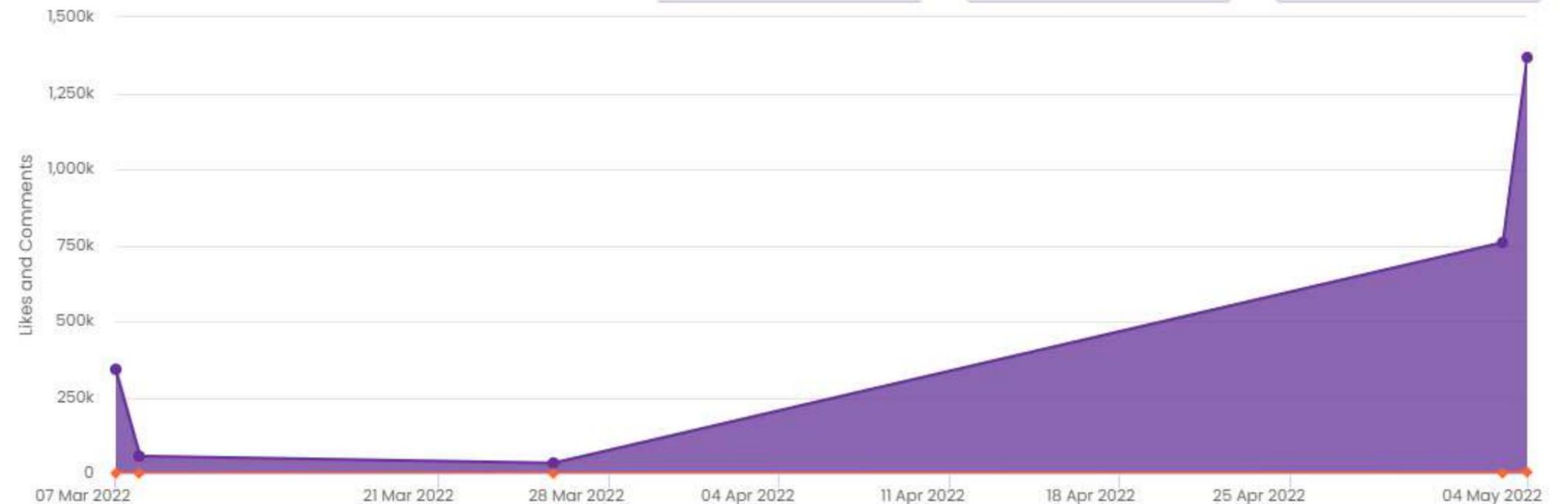
Average Engagement (Likes + Comments) 

Pinch & highlight chart to zoom.

 **213,980**  
Avg. Engagement  
per Post

 **213,411**  
Avg. Likes  
per Post

 **569**  
Avg. Comments  
per Post



@raffinagita1717 - Raffi Ahmad and Nagita Slavina Average Engagement

Updated report is available on the paid plan

# YouTube @ransentertainment



**RANS**  
lagi-lagi  
**Tennis**  
Presented by  
**PERTAMINA**

23 JUNI 2023 | TENNIS INDOOR SEMAYAN | LIVE ON RANS

RAFFI · DESTA  
DION · DIKTA

NAGITA · LUNA  
GEGE · NIA

YAYUK ·  
ANGELIQUE

COMPARE

**Rans Entertainment** @ransentertainment

UPLOADS 3,665 | SUBSCRIBERS 25.3M | VIDEO VIEWS 6,398,982,921 | COUNTRY ID | CHANNEL TYPE Entertainment | USER CREATED Dec 27th, 2015

APPLY FOR YOUTUBE PARTNERSHIP



# TikTok @raffi\_nagita



Export Check for updates

Overview Top Posts

Sat, 17 Sep 2022 - Recent Posts

### General

**RaffiNagita1717**

**raffi\_nagita**  
Official Account Raffi Ahmad & Nagita Slavina

**10,300,000**  
Followers

**53**  
Following

**Profile Report Link**  
<https://analisa.io/profile-tiktok/r...>

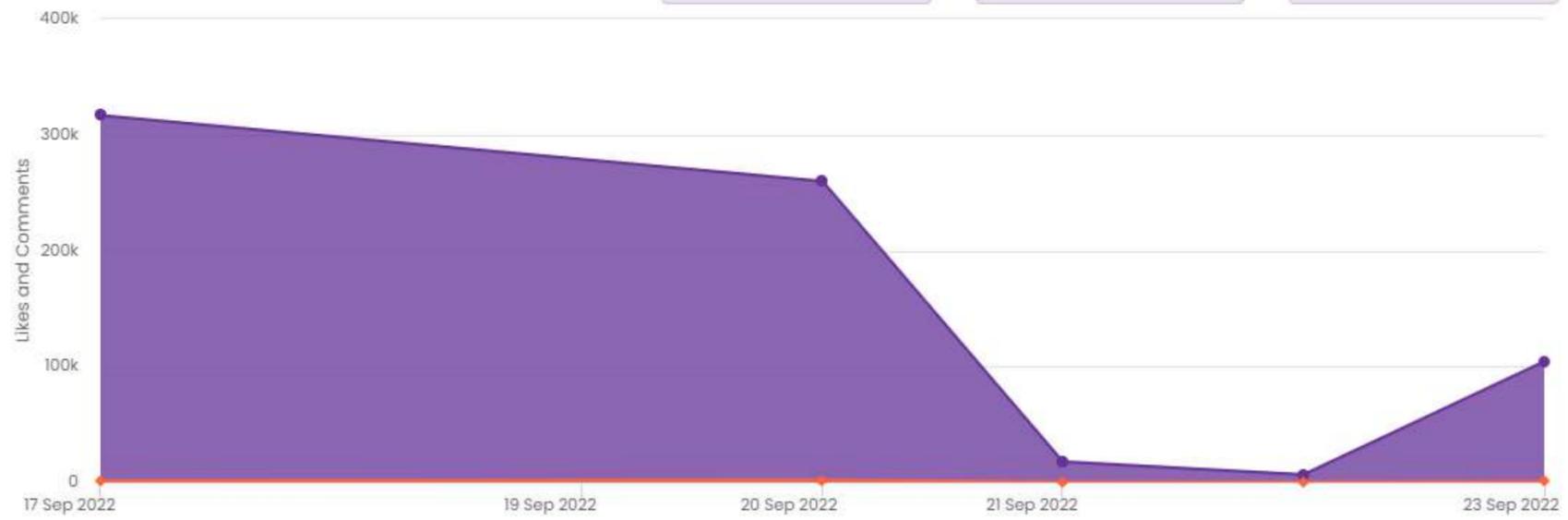
### Key Metrics

<b>5,043,200</b> Total Views	<b>705,847</b> Total Likes	<b>4,205</b> Total Comments
<b>1.15%</b> Engagement Rate	<b>1.14%</b> Like Rate	<b>0.01%</b> Comment Rate
<b>8.16%</b> View Rate	<b>2,189</b> Total Shares	<b>0%</b> Share Rate

## Average Engagement (Likes + Comments)

Pinch & highlight chart to zoom.

<b>118,342</b> Avg. Engagement per Post	<b>117,641</b> Avg. Likes per Post	<b>701</b> Avg. Comments per Post
--	---------------------------------------	--------------------------------------



RaffiNagita1717 Average Engagement

Updated report is available on the paid plan

# PENGERTIAN

- Menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2009), *Digital Marketing* adalah kegiatan pemasaran dan *branding* dengan memanfaatkan media, seperti blog, website, e-mail, adwords, dan media sosial.
- Menurut Heidrick & Struggles (2009), *Digital Marketing* menggunakan perkembangan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak digembar-gemborkan secara langsung (tersirat) namun tetap memberikan efek yang berpengaruh kepada khalayak.

# TUJUAN

- Menjangkau calon pelanggan di dunia digital secara cepat, tepat, efektif, dan efisien
- Melihat tren perilaku pelanggan sehingga dapat beradaptasi

# MANFAAT

## **1. Memulai Bisnis dengan Biaya Kecil**

Menghemat biaya dalam intensitas dan jangkauan pemasaran. Hanya dengan koneksi internet dan ponsel dalam membuat akun media sosial untuk mempromosikan bisnis. Biaya seperti iklan di media sosial juga dapat disesuaikan dengan anggaran.

## **2. Mudah Menjangkau Banyak Calon Konsumen**

Melalui pemasaran digital, hanya dengan satu postingan di media sosial, kita bisa menjangkau calon konsumen dari luar kota, provinsi, dan bahkan luar negeri.

## **3. Mudah Beradaptasi dengan Tren Baru**

Buatlah video animasi, meme untuk promosi atau jual produk yang sedang ngetren di populasi tertentu, misalnya makanan ringan, film, atau gaya berpakaian tertentu.

# MANFAAT

## **4. Bisa Meningkatkan Loyalitas Konsumen**

Menciptakan kesetiaan pada merek (*brand loyalty*) dengan membuat postingan yang kreatif atau membagikan penawaran spesial kepada pelanggan setia yang rajin berinteraksi di akun media sosial.

## **5. Sarana untuk Branding dan Membangun Reputasi**

Buat desain foto dan video yang mencerminkan tema bisnis. Gunakan logo bisnis pada foto profil serta header. Kemudian, buat postingan dengan gaya bahasa yang cocok dengan target pasar.

## **6. Memudahkan Pengumpulan Data dan Evaluasi Strategi**

Diperlukan data dan hasil laporan sebagai bahan evaluasi. Dengan pemasaran digital, data seperti jumlah kunjungan dan pembelian dapat dikumpulkan secara otomatis menggunakan sistem *analytic*

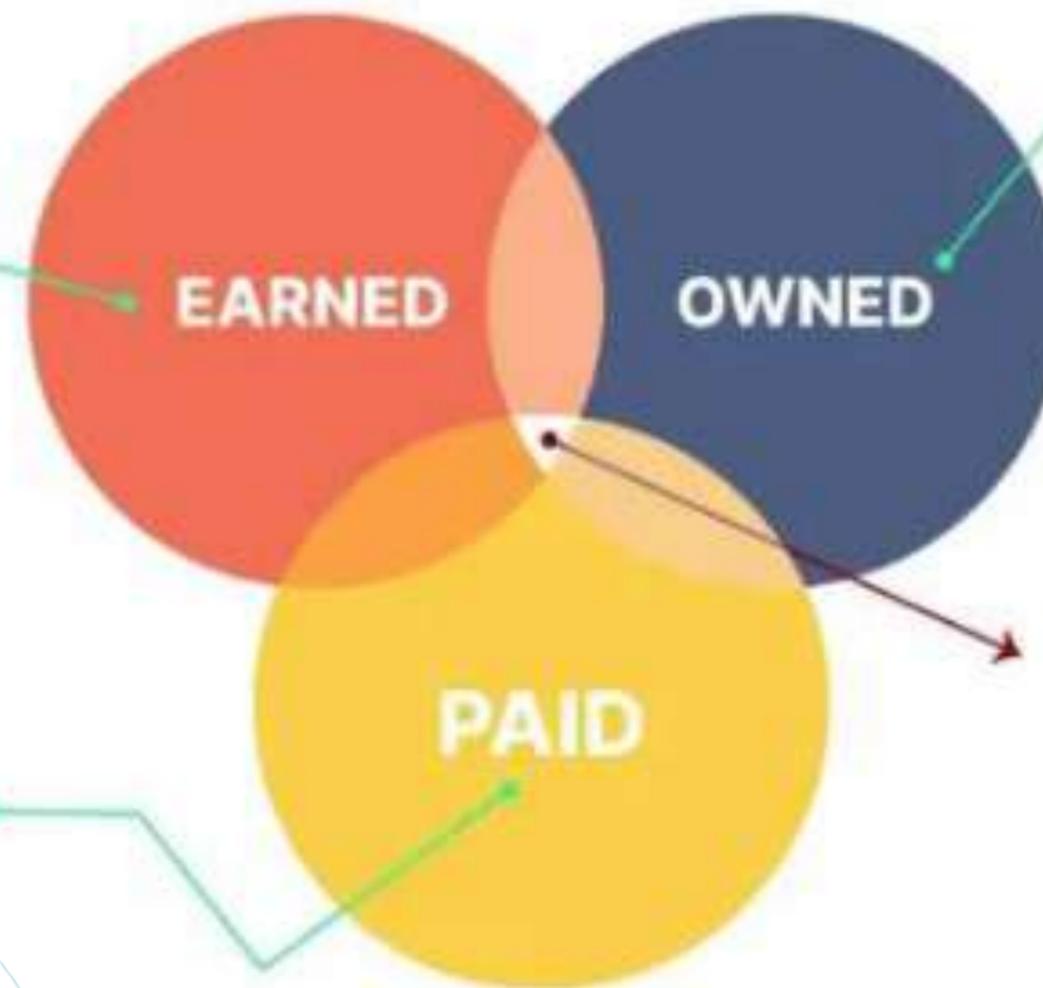
# JENIS DIGITAL MARKETING

<b>“Owned” Digital Marketing</b>	<b>“Earned” Digital Marketing</b>	<b>“Paid” Digital Marketing</b>
<p>Jenis digital marketing di mana semua media dimiliki, dikelola, dan dikendalikan oleh pemilik bisnis.</p>	<p>Jenis digital marketing di mana konten yang dihasilkan atau diperoleh tanpa persetujuan pemilik bisnis dan biasanya tidak mengeluarkan biaya apapun.</p>	<p>Jenis digital marketing terakhir yang dibayarkan oleh pemilik dan mencakup semua bentuk periklanan di berbagai media.</p>

# CONTOH SESUAI JENIS



- Penyebutan (Mention)
- Ulasan (Review)
- Liputan Media
- dsb.



- Website & Aplikasi
- Akun Media Sosial
- Email
- dsb.

- Iklan PPC
- Retargeting/Remarketing
- Endorse & Paid Promote

# STRATEGI DIGITAL MARKETING

## 1. Search Engine

### Optimization (SEO)

SEO adalah upaya untuk mengoptimasi sebuah situs agar mendapatkan peringkat teratas dari hasil pencarian. Kita perlu memahami bagaimana sistem tersebut agar menjadi yang teratas.

## 2. Content Marketing

Merencanakan, membuat serta membagikan konten tentang perusahaan di blog, media sosial, artikel, e-book, infografis serta brosur online.

## 3. Otomatisasi Pemasaran

Menerapkan teknik otomatisasi tugas secara berulang, seperti alur pekerjaan, susunan unggahan konten serta laporan kampanye (terjadwal).

## 4. Pay-Per-Klik (PPC)

Mengarahkan *traffic* ke situs Anda dengan bayaran setiap kliknya.

# STRATEGI DIGITAL MARKETING

## **5. Native Advertising**

Bentuk konten berbayar (*Promoted Post*) seperti yang terdapat pada Instagram dan Facebook.

## **6. Affiliate Marketing**

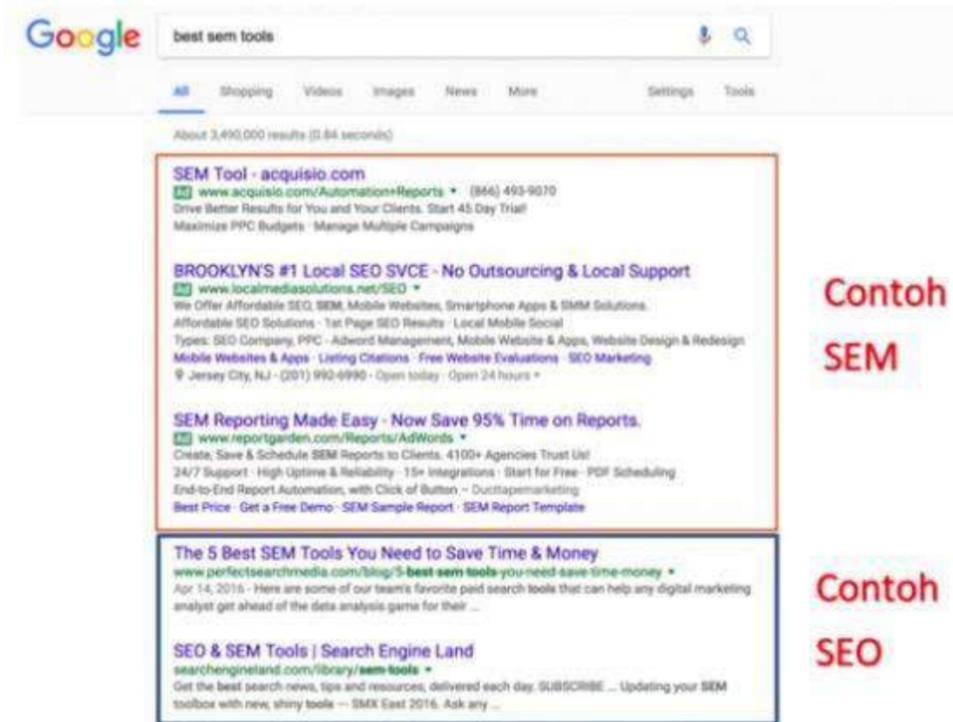
Strategi bermitra dengan layanan orang lain untuk membuat komisi dengan merujuk pembaca atau pengunjung ke bisnis.

## **7. Sosial Media Marketing**

Mempromosikan perusahaan di media sosial. Berfokus pada satu media sosial terlebih dahulu, kemudian tentukan konsep yang digunakan dalam media sosial, seperti formal atau semi formal..

# CONTOH DIGITAL MARKETING

## Search Engine Optimization (SEO)



Google best sem tools

About 3,490,000 results (0.84 seconds)

**SEM Tool - acquisio.com**  
www.acquisio.com/Automation+Reports • (866) 493-9070  
Drive Better Results for You and Your Clients. Start 45 Day Trial!  
Maximize PPC Budgets - Manage Multiple Campaigns

**BROOKLYN'S #1 Local SEO SVCE - No Outsourcing & Local Support**  
www.localmediasolutions.net/SEO •  
We Offer Affordable SEO, SEM, Mobile Websites, Smartphone Apps & SMM Solutions.  
Affordable SEO Solutions - 1st Page SEO Results - Local Mobile Social  
Types: SEO Company, PPC - Adword Management, Mobile Website & Apps, Website Design & Redesign  
Mobile Websites & Apps - Listing Citations - Free Website Evaluations - SEO Marketing  
Jersey City, NJ - (201) 990-6990 - Open today - Open 24 hours •

**SEM Reporting Made Easy - Now Save 95% Time on Reports.**  
www.reportgarden.com/Reports/AdWords •  
Create, Save & Schedule SEM Reports to Clients. 4100+ Agencies Trust Us!  
24/7 Support - High Uptime & Reliability - 15+ Integrations - Start for Free - PDF Scheduling  
End-to-End Report Automation, with Click of Button - Outtapemarketing  
Best Price - Get a Free Demo - SEM Sample Report - SEM Report Template

**The 5 Best SEM Tools You Need to Save Time & Money**  
www.perfectsearchmedia.com/blog/5-best-sem-tools-you-need-save-time-money •  
Apr 14, 2016 - Here are some of our team's favorite paid search tools that can help any digital marketing analyst get ahead of the data analysis game for their ...

**SEO & SEM Tools | Search Engine Land**  
searchengineland.com/library/sem-tools •  
Get the best search news, tips and resources, delivered each day. SUBSCRIBE ... Updating your SEM toolbox with new, shiny tools -- SMX East 2016. Ask any ...

Contoh SEM

Contoh SEO

## Content Marketing



Free Shipping!  
For orders of 12 bottles or more.

\$5  
8 fl. oz. Bottle

Buy Your Own Personalized Bottle

Buy Now

Share a Coke with Diego

latino

# Otomatisasi Pemasaran

You haven't checked out

To: You

Wed 29/06/2022 14:54



## You haven't checked out

We'd love to welcome you back to complete your purchases.

Here's a special discount on us:  
Coupon code: SPRINGSALE-110283993  
Offer description: 20% OFF for All products

Back to Site

# Pay-Per-Klik (PPC)

Google

solar panels

All Shopping Images News Videos More Settings Tools

About 211,000,000 results (0.62 seconds)

### Get Solar Panels for Your Home | Easy, Affordable & Smart

[solar.solterra.com/solarpanels](https://solar.solterra.com/solarpanels)

SoTerra makes solar easy & affordable – Get your free expert consultation. Hassle Free Install. Amenities: 40%+ Paid by Incentives, Expert Design & Install, Improve your Home's Value. Solar Works in Washington · Get A Free Quote · Solar for Your Business

### Home Solar Panels | GAF Solar Panels | Serving Seattle & Surroundings

[www.roof4life.org/Solar/Panels](https://www.roof4life.org/Solar/Panels)

Available For Residents Of Seattle, Bothell, Bellevue, Woodinville, Redmond Wa & Beyond. Most Reliable Solar Power Systems That Are Designed To Perfectly Coincide With Your Roof. Award Of Excellence. Certified Contractors. Lifetime Guarantee. Quality Roofing Services.

### Top Solar Panels in Washington | Save More with SunPower in WA

[go.sunpower.com/](https://go.sunpower.com/)

Start saving with SunPower® Home Solar in Washington today - get your solar savings. Get started with a free & quick SunPower® Home Solar savings estimate - start saving now! 25 Year Solar Warranty. Save with Solar in WA. #1 in Durability. Easy Installation. Local Expertise. More Powerful Panels · Smart Home Solar System · Get Your Solar Tax Credit · Advanced Home Solar

### 2019's Best "Home Solar" | Solar Panel System Cost

## See solar panels

Sponsored



Grape Solar 265-Watt...  
**\$1,130.66**  
Home Depot  
★★★★★ (43)



aims power kit-5k24120-c2 off...  
**\$5,594.42**  
Zoro  
Free shipping



Renogy 100 Watt 12 Volt...  
**\$113.28**  
Amazon.com  
Free shipping



120 Watt Solar Panel Aluminu...



Solarpod Portable Solar...



Nature Power 400-Watt Power...

## Native Advertising

The screenshot shows the Entrepreneur magazine website. At the top, there's a navigation bar with 'Entrepreneur' on the left and 'REVOLUTIONARY BUSINESS' on the right. Below the navigation bar, there's a 'Just Added' section with a right-pointing arrow. The main content area is divided into several sections:

- PROJECT GROW:** A featured article titled '10 Inspiring Dwayne 'The Rock' Johnson Quotes That Prove Anything Is Possible' by Rose Leadem, 3 min read. It includes a photo of Dwayne Johnson.
- SOCIAL MEDIA:** An article titled '4 Tips for Launching Winning Snapchat Ads' by William Harris, 6 min read. It includes a photo of a yellow smartphone.
- MOTIVATION:** A large featured article titled 'Keto Diet Evangelist Harlan Kilstein on How to Achieve Things You Never Thought Possible' by The Oracles, 4 min read. It includes a photo of Harlan Kilstein and the text 'THE ORACLES MEMBER SHOWCASE Harlan Kilstein Founder Completely Keto'.
- SPONSORED CONTENT:** An article titled 'Acing Innovation: USTA Rewrites Its Digital Playbook' by Deloitte. This section is highlighted with a red box.

At the bottom right, there's a 'More From Latest' button.

## Affiliate Marketing

The screenshot shows a blog post on a website, likely an affiliate site for Dyson. The top navigation bar includes 'Discover Dyson' (highlighted with a red box), social media icons, and the 'dyson' logo. Below the navigation bar, there's a search bar and a filter option. The main content area features a large red text overlay that reads 'This blog reviews Dyson products'. Below this, there are three blog post thumbnails:

- Ling's Review of AM06:** A thumbnail showing a magnifying glass and a computer monitor. Below it, there's a red box containing the text: 'Would you like to give you 3 reviews only 11 and you will not forget one: I love the Open Cool AM06'.
- Northern Beaches Kids Guide Review DC41 and DC59:** A thumbnail showing two upright vacuums.
- I love a review that totally sucks, in a good way of course:** A thumbnail showing a purple upright vacuum.

Red arrows point from the 'Discover Dyson' box to the 'Ling's Review of AM06' box and from the 'This blog reviews Dyson products' text to the 'Ling's Review of AM06' box.

## Social Media Marketing



**OREO**  
EASY-TO-MAKE  
**Red Velvet Truffle**

1. Mix cream and powdered sugar with mixer or by whisking manually. Add vanilla and salt. Fold in crushed OREO. Place in piping bag and chill for 4 hrs.
2. In small glass, put 2 tbsp chopped OREO at the bottom. Pipe in the cream mixture halfway. Add another layer of chopped OREOs. Top of with cream mixture. Garnish with whole chopped Red Velvet cookies. Serve.

Ingredients:

Looking for something to sweeten up your life?

Get your fave OREO Red Velvet at [bit.ly/ShopOREODesserts](https://bit.ly/ShopOREODesserts) and make more playful moments at home with this simple yet adventurous OREO treat for you and your loved ones. Triple the fun and have an OREO Red Velvet Truffle. Enjoy!

[Recipe by @chefmomrosebudbenitez]

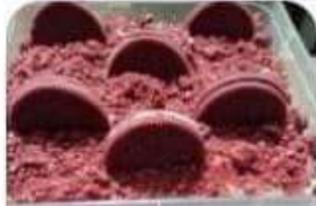
#MakeEveryMomentPlayful

10K 353 Comments 910 Shares

Like Comment Share

Most Relevant

Faithjoy Ozo Molina  
Here is my red velvet no bake cake





# PROSES PRODUKSI KONTEN

Untuk langkah produksinya dapat dilihat melalui link berikut!

<https://youtu.be/5Kb3mIUwwL0>

# CONTENT PLAN

*Content plan* adalah perencanaan pengembangan konten yang dilakukan agar tujuan akhir bisa tercapai.

Langkah-langkah yang harus diperhatikan dalam membuat konten:

- Tentukan tujuan yang ingin dicapai serta target pasar yang dijangkau
- Tentukan fokus utama sebagai *brand*. Misalkan, jika berfokus pada kecantikan maka konten seputar hal tersebut saja
- Buat *spreadsheet* berisi data lengkap konten'
- Lihat kembali brand serta target pasar dalam menentukan platform. Beberapa platform seperti Instagram dan TikTok lebih didominasi oleh anak muda. Sebaliknya, Facebook lebih digunakan oleh orang tua.
- Selanjutnya, pilih jenis konten yang ingin diunggah
- Lakukan riset seputar topik

# YEARLY.. MONTHLY.. DAILY... THEME..

	Awareness	Education	Consideration /Preference	Try/Buy	Post-Sale
Content Theme	Recognize a Problem and Commit to Change	Explore Industry and Possible Solutions	Evaluate & Compare Vendors	Justify the Decision & Make Selection	Adoption & Training
Content Topic	Top Considerations for Digital Transformation	What a Digital Transformation Solution Looks Like	Solution Tech Specs and Benefits	Criteria to Include in the Selection Process	Solution Best Practices
Content Types	Overview video	Use case, eBook (gated)	Brochure (ungated)	Video chalk talk Quick start guide	Post-Sale reference
Channels	Blog YouTube	Social media Landing page	Search Product web page	Webpage	Online community
KPIs	Visits, Video Views, ACR, CTR to next page	ACR, Engagement Rate, Time on page, PDF downloads	Engagement Rate, Try CTR, PDF downloads, form fills	CTR, form fills	Visits, video views

## INSTA CALENDAR

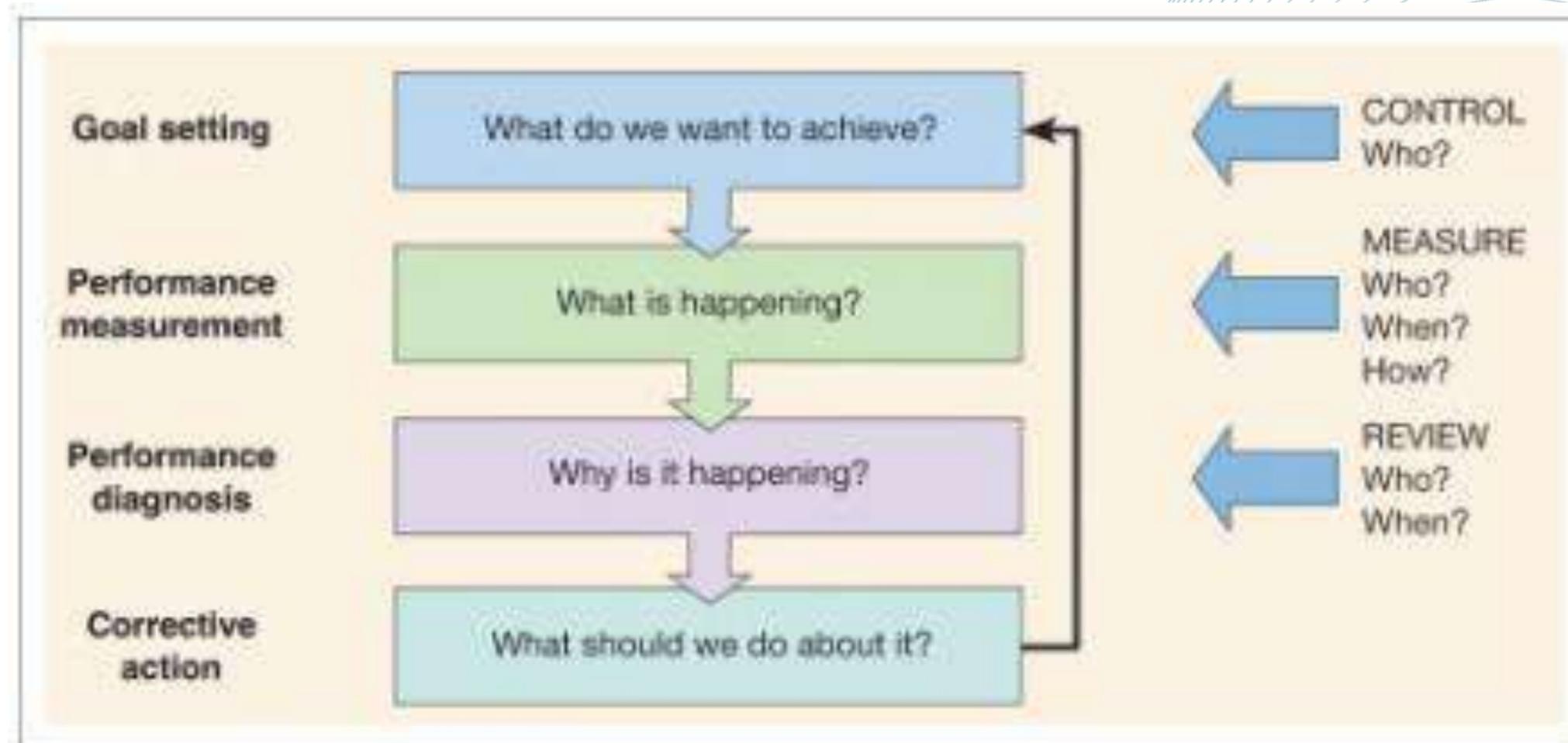
S	Behind the scenes	What inspires you?	What is your Sunday routine?	Daily tip of the day	Introduce a loved one
M	Describe your morning routine	One thing you can't live without	Daily snack of the day	Where are you from?	What do you do?
T	Describe your ideal day	Outfit of the day	Snapshot of blog post	What is your favorite food?	What is your workout routine?
W	Inspiring quote	Show your work space	Introduce your pets	What is something you love?	The origins of your blog story
T	What is your healthy regime?	What habits help you in life?	Share a memory	What makes you fired up?	Daily quote of the day
F	Share a personal story	Why did you want to start a blog?	Niche news	Best moment of the day	Promote blog post
S	What do you do to relax?	Show off your brand	Talk about what's next	Share your favorite life hack	Fun fact about yourself

More like t

	A	B	C	D	E
1	Monthly Content Plan				
2	Content types: Story, Video, IGTV, Image post, Carousel post, Curated content				
3					
4					
5	Inspire	Educate	Entertain	Convince	
6	Topic 1 (eg. travel destinations)	Top 5 best reviewed hotels in Phuket	Discover Indonesia - language, food and culture	New Promo: Book a city tour in Phuket	
7	Topic 2 (eg. travel tips)		How to pack light for a family vacation	Quiz: Best ways to save money on a trip	Contest: Win 2 movie tickets
8	Topic 3 (eg. expat living)	Expat in Japan: A day in my life	Mini Tutorial: How to find the best overseas jobs		

LADYBOSSBLOGGER.COM

# ALUR PENILAIAN PERFORMA KONTEN



Sumber: Chaffey & Ellis-Chadwick, Digital Marketing, 2013

# ALUR PENILAIAN PERFORMA KONTEN

## **Penentuan Tujuan (Goal Setting)**

Perusahaan harus memiliki tujuan akhir yang jelas dari eksekusi pemasaran digital. Memulai berpikir dengan tujuan akhir akan memudahkan perusahaan menentukan strategi dan taktik sekaligus individu yang bertanggung jawab untuk memastikan kelancaran eksekusi.

## **Pengukuran Performa (Performance Measurement)**

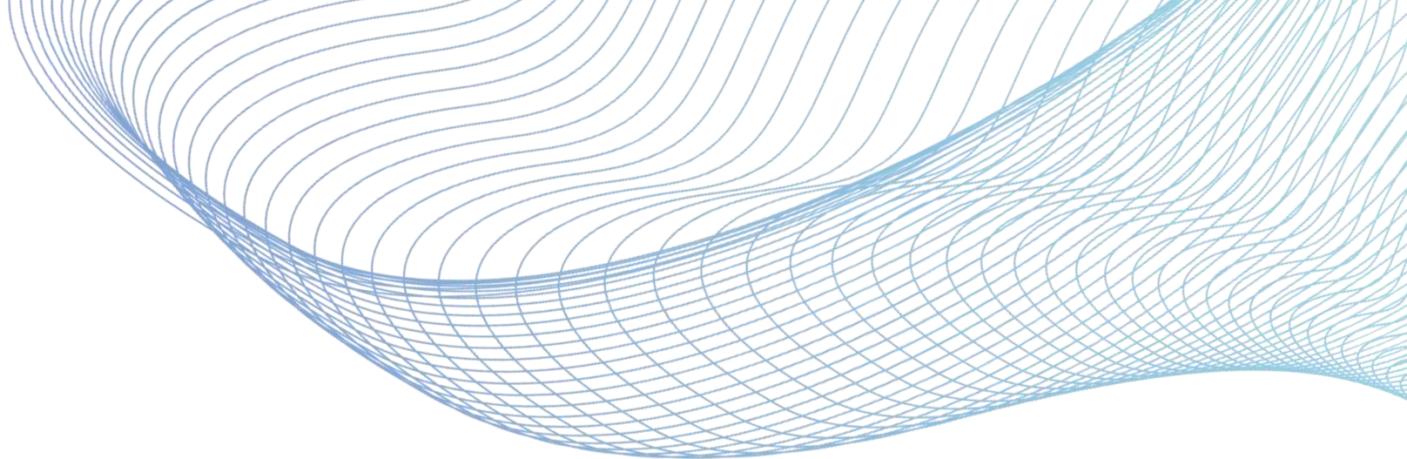
Setelah menentukan tujuan, perusahaan perlu mengukur performa untuk mengetahui tingkat pencapaian dalam periode tertentu. Jika ada masalah, dicatat agar solusi dapat ditemukan. Dalam tahap ini, perusahaan perlu mengetahui siapa yang melakukan pengukuran, kapan, dan bagaimana cara melakukan pengukuran.

## **Diagnosa Performa (Performance Diagnosis)**

Setelah periode kampanye pemasaran digital selesai, perusahaan melakukan evaluasi kinerja sejak awal hingga akhir, khususnya mengenai tingkat keberhasilan yang dilakukan dalam mencapai target. Jika melebihi target, dapat dilanjutkan. Sedangkan, jika belum berhasil mencapai target, perlu ada strategi dan taktik berbeda untuk mencapai tujuan yang sama.

## **Tindakan Perbaikan (Corrective Action)**

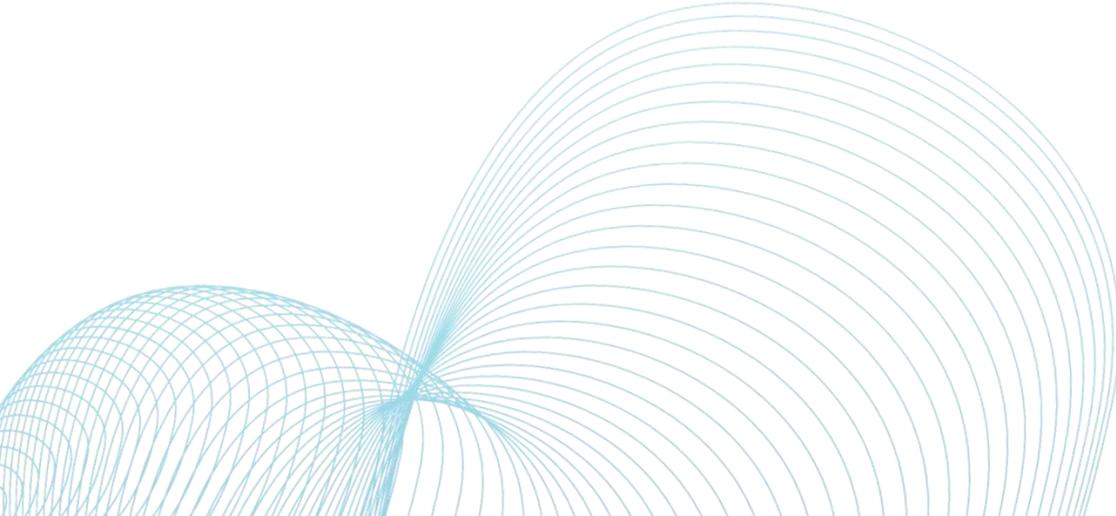
Langkah penutup dari kampanye pemasaran digital awal sekaligus menjadi langkah pembuka menuju kampanye selanjutnya. Jika kampanye sebelumnya dilanjutkan, berarti perlu menetapkan target, strategi, serta taktik baru. Sedangkan jika belum berhasil mencapai target, selain mencari solusi, perusahaan juga dapat meminta bantuan pihak eksternal, seperti jasa konsultan pemasaran digital.



# PROSES ANALISIS KONTEN

Untuk tools analisis performance konten dapat dilihat melalui link berikut!

<https://trendhero.io/blog/free-instagram-analytics-tools/>

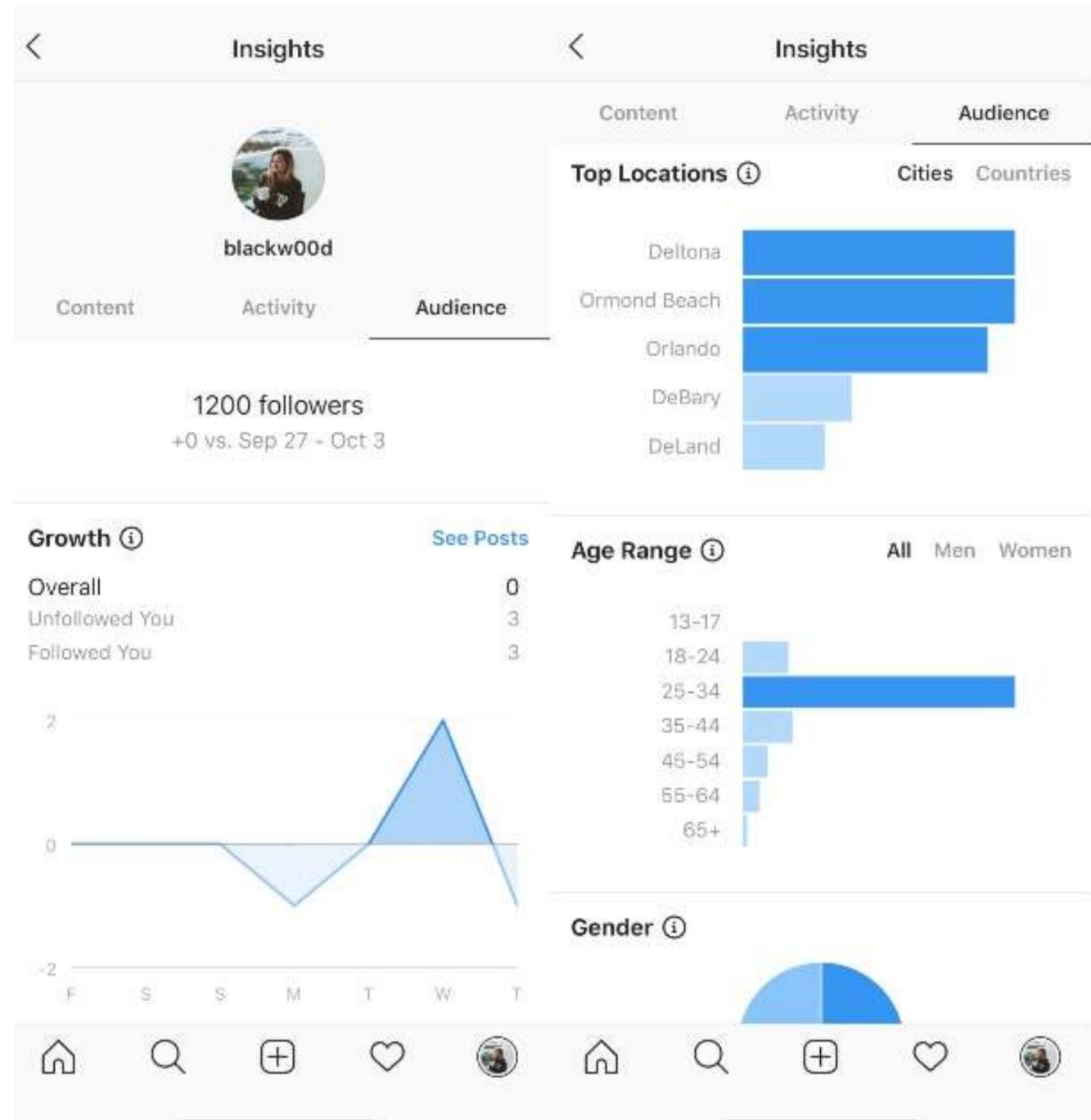


# Instagram

## Analytical Tools

### Instagram Insights

- Tool analisis yang menyatu pada Instagram. Fitur ini dapat digunakan secara free pada akun yang bersifat professional.
- Metriks yang dianalisis:
  - Profil secara umum (impressions, reach, views dan clicks on the link in bio).
  - Konten yang di-share (impression, reach, engagement, likes, comments, saves).
  - Statistik penonton (gender, usia, engagement)



# Instagram Analytical Tools

## Iconosquare

- Tool analisis yang memiliki fitur penjadwalan dan manajemen. Fitur ini dapat digunakan pada akun bisnis saja secara free.
- Metriks yang dianalisis:
  - Profil Instagram (jumlah pengikut, engagement rate per post, reach, impressions, perbandingan regular vs promotor).
  - Stori (reach, impressions, completion rate, best time to post).
  - Engagement insights



# INSTAGRAM ANALYTICAL TOOLS

## Impression

- Metrik untuk mengukur jumlah tampilan dan keterlibatan audiens dalam sebuah konten.
- Metrik ini tidak hanya mengukur seberapa sering konten diklik, juga seberapa sering konten dilihat oleh pengguna.
- Impression sangat penting untuk menghitung biaya iklan di media social.

## Reach

- Adalah angka yang menunjukkan berapa orang yang melihat konten kita.
- Perbedaan dengan impression: menunjukkan berapa kali kontenmu ditampilkan, tidak peduli apakah orang-orang engage dengan konten tersebut atau tidak.
- 1 orang bisa menghasilkan lebih dari 1 impression, tergantung seberapa sering dia melihat konten.
- 1 orang hanya bisa terhitung sebagai 1 reach saja.

## Engagement

- Interaksi antar pengguna dengan konten yang diunggah oleh sebuah merek, atau akun media social.
- Semakin tinggi tingkat engagement, semakin besar peluang konten tersebut menjadi viral dan menjangkau lebih banyak orang.

## Completion Rate

- Adalah peringkat atau jumlah penyelesaian video kita ditonton.
- Misal, jika lebih banyak orang menonton konten Tik Tok kita sampai habis, ketimbang yang sering scrolling, artinya completion rate kita tercapai.

# TIPS MENINGKATKAN IMPRESSION

## **1. Pahami target audiens**

Saat jangkauan konten meningkat, penting untuk memperluas jangkauan konten ke sebanyak mungkin konsumen. Caranya, perhatikan jenis konten yang banyak dibagikan pengguna akun.

## **2. Analisis metrik engagement secara teratur**

Saat impression meningkat, karena konten itu sering dibagikan di medsos pengguna. Jika tidak, perhatikan cara penyebaran konten.

## **3. Buat konten yang tak cukup dilihat sekali**

Impression adalah metrik yang berkaitan erat dengan seberapa sering orang melihat. Jadi buatlah konten yang mendorong mereka untuk Kembali melihat. Misal: konten polling.

# TIPS MENINGKATKAN IMPRESSION

## 4. Buat konten berupa tips praktis

Konten seperti tutorial dan tips praktis biasanya memiliki impression tinggi. Karena orang akan menyimpan dan melihatnya sewaktu-waktu.

## 5. Buat konten yang menghibur

Saat ada video lucu atau meme, biasanya pengguna tertarik untuk menyimpan dan membagi sewaktu-waktu.

## 6. Buat konten games

Memperbanyak konten games, quiz, giveaway atau tebak-tebakan berhadiah, akan mampu meningkatkan impression. Kita bisa minta peserta untuk tag beebread akun teman atau membagikan unggahan shg semakin banyak yang melihat dan membaginya.

# TIPS MENINGKATKAN IMPRESSION UNTUK AKUN IG DESA PARIWISATA

1. Tampilkan atraksi, fasilitas, aktivitas, daya tarik serta pengalaman wisatawan di desa pada postingan konten Instagram.
2. Bekerja sama dengan influencer untuk membuat konten bersama.
3. Gunakan fitur iklan.
4. Gunakan dokumentasi foto atau video yang estetik.
5. Buatlah konten yang informatif, lucu atau menyentuh hati.
6. Gunakan hashtags.

# TUTORIAL MEMBUAT KONTEN PROMOSI DESTINASI WISATA

[https://youtu.be/oVJtKMqj\\_kE](https://youtu.be/oVJtKMqj_kE)

Contoh video promosi singkat destinasi wisata!

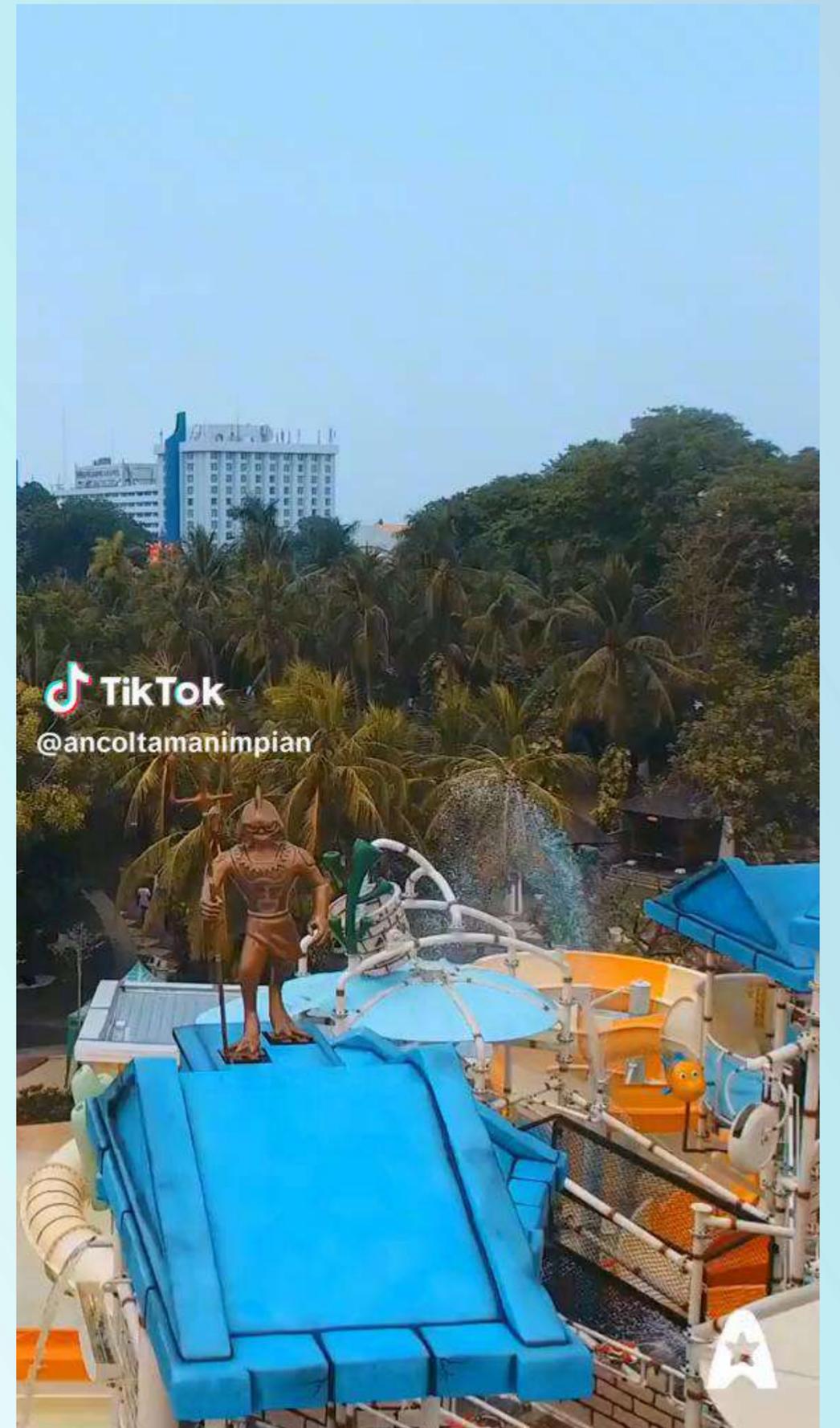
<https://youtu.be/dDy9ujA3oNM>

# Social Media Analytical Tools

- 1 Hootsuite**  
\$49, \$249, \$739/bulan
- 2 Sprout Social**  
\$249, \$399 - \$499/bulan
- 3 Google Analytics**  
gratis dan berbayar (\$12,500/bulan dan \$150,000/tahun)
- 4 Talkwalker**  
gratis dan berbayar (\$9,600/tahun)
- 5 NoLimit**  
gratis dan berbayar (Rp3 juta-Rp30 juta/bulan)
- 6 Hypeauditor**  
gratis dan berbayar

**Aktivitas Seru di  
Pulau Jakarta**

# Konten Promosi Destinasi Wisata Ancol



# Analisis Akun Instagram Ancol (@ancoltamanimpian)



Followers	Engagemen...	Categories
<b>483.8K</b> 0% per 30 days <span style="color: red;">●</span> Low	<b>0.1%</b> <span style="color: red;">&lt;0.1%</span>	<b>N/A</b>

### Yearly growth

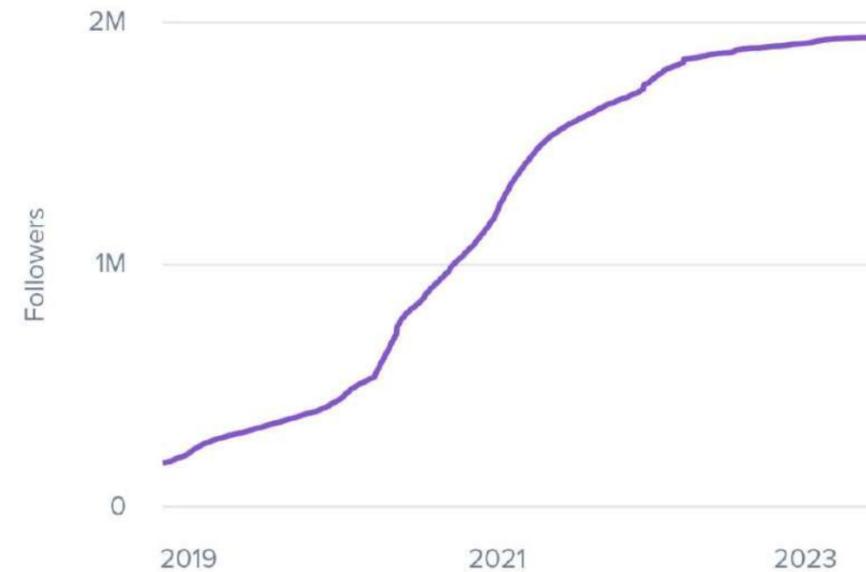
● 15.53% Good

@ancoltamanimpian grew by **65K followers** in the last year. Accounts of similar size have a growth rate **16.76%** per year

### Follower growth

● Organic

No unusual follower growth (positive or negative) detected within the last 365 days



### Comment Rate ?

● <0.01% High comments activity

@ancoltamanimpian receives comments from <0.01% of their audience.

### Like-Comment Ratio ?

● Good

@ancoltamanimpian receives **2.82 comments** per 100 likes, similar accounts receive **1.05 comments** per 100 likes.

### Likes spread ?

● Too high

Spread in likes between posts is **1496%** similar accounts have **75.08%**

12 most recent posts likes/comments



### Advertising Performance ?

● High

@ancoltamanimpian average ER is **0.06%** and their advertisement posts average ER is **0.52%**

### Post Frequency ?

● Average

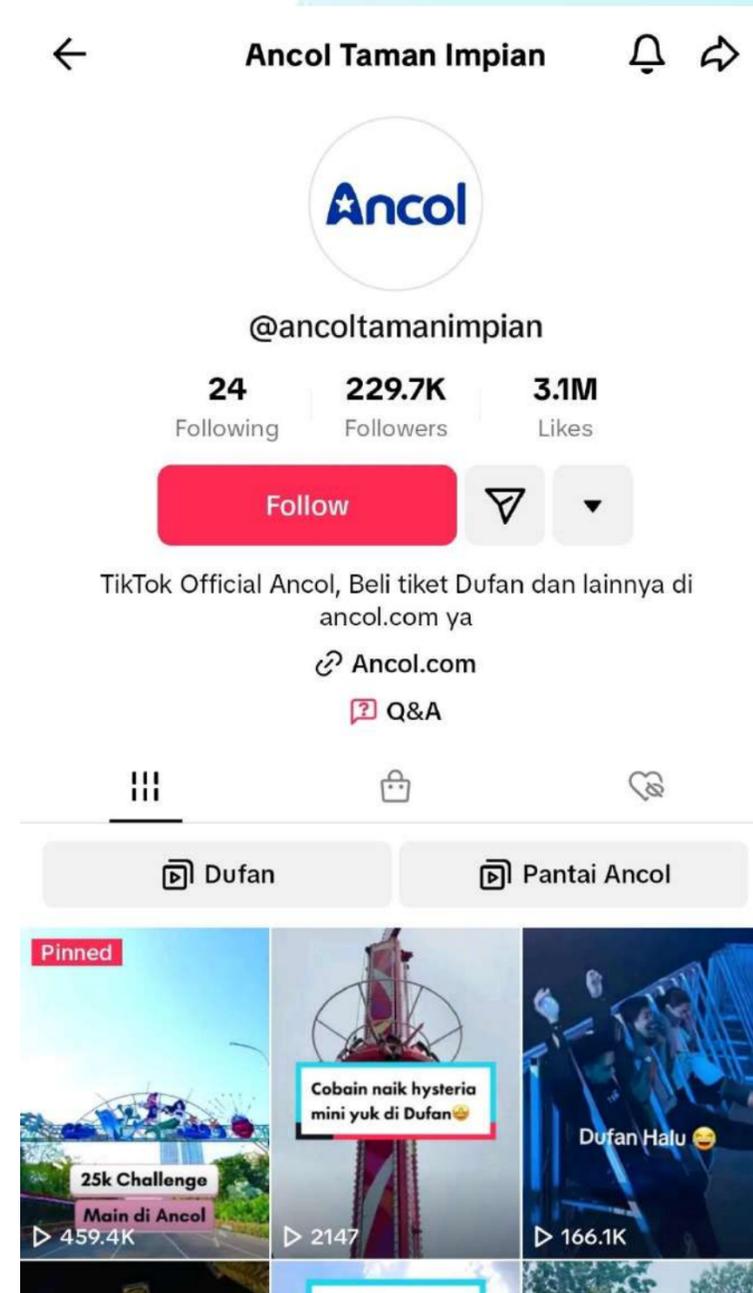
@ancoltamanimpian makes **9.48 post/week**

### Advertising Post Frequency ?

● Normal

@ancoltamanimpian makes **0.56 ad post/week** that's **8%** of their content.

# Analisis Akun Tiktok Ancol (@ancoltamanimpian)



**Ancol Taman Impian** 227.3K [+2 other accounts](#)

**Ancol Taman Impian**  
 ancoltamanimpian • Indonesia • Indonesian language  
 TikTok Official Ancol, Be... [Show more](#)

an

---

**Followers**

**227.3K** 0%  
 per 30 days  
 ● Average

**Post Frequency** ?

**2/week**  
 ● Low

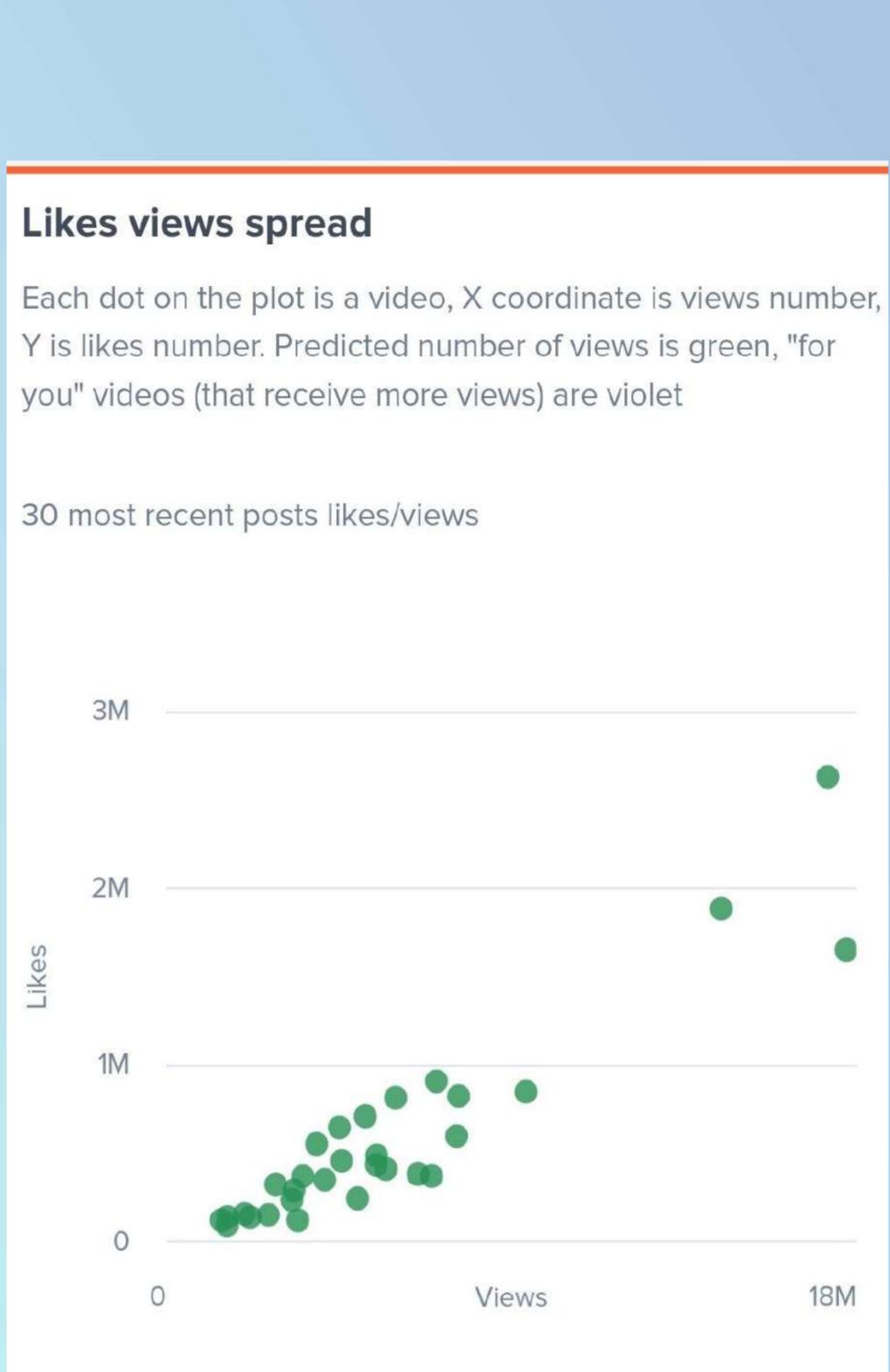
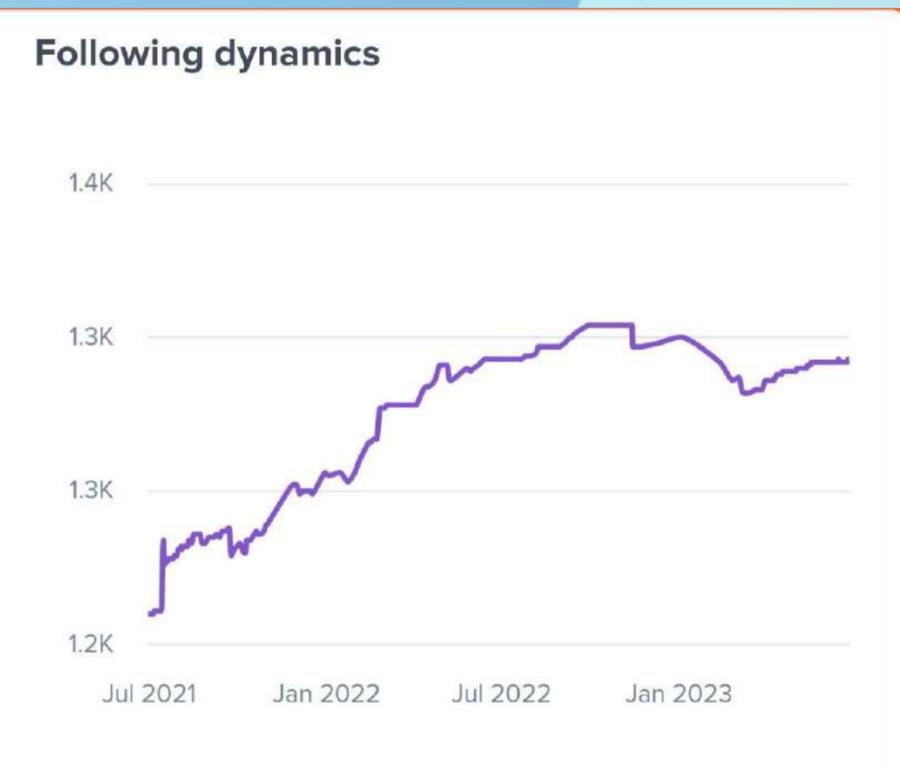
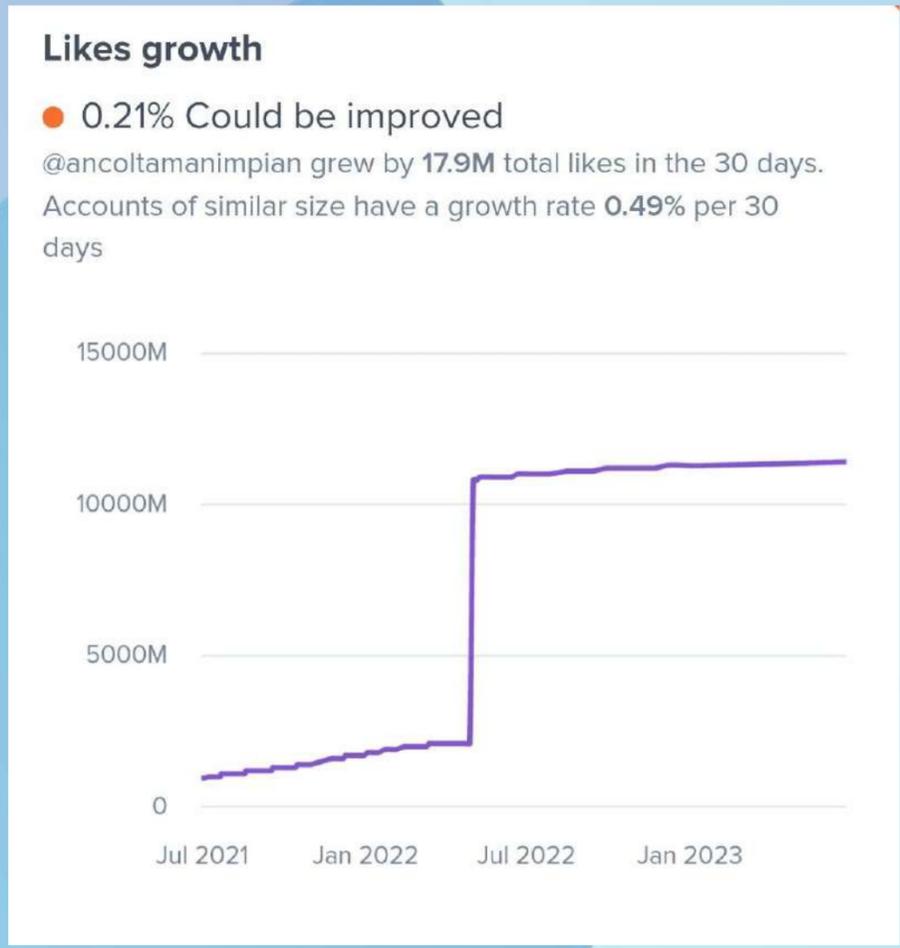
---

**Avg. Views per post** ?

**2.5K** -61.4%  
 ● Excellent  
 6.67% of posts hit "For you" tab

**Categories**

Daily Life



**Membuat Konten  
Promosi dengan Konsep  
“One Fine Day” dengan  
Aplikasi Tiktok**



**TERIMAKASIH**

INSTAGRAM @sandrasyahrul