

majooWira

JURUS MAJOO



Bongkar
Trik Ngiklan
di
facebook & Instagram

aplikasi wirausaha

majoo

Aplikasi wirausaha lengkap kelola bisnis jadi maju

Kasir Online

Karyawan

Akuntansi

Inventori

Aplikasi CRM

Analisa Bisnis

Aplikasi Owner

Toko Online



**PANTAU & KONTROL PENJUALAN
DARI MANAPUN**

Mengurangi kecurangan/fraud



BISA PUNYA TOKO ONLINE

Tingkatkan pendapatan dari
toko online kamu sendiri



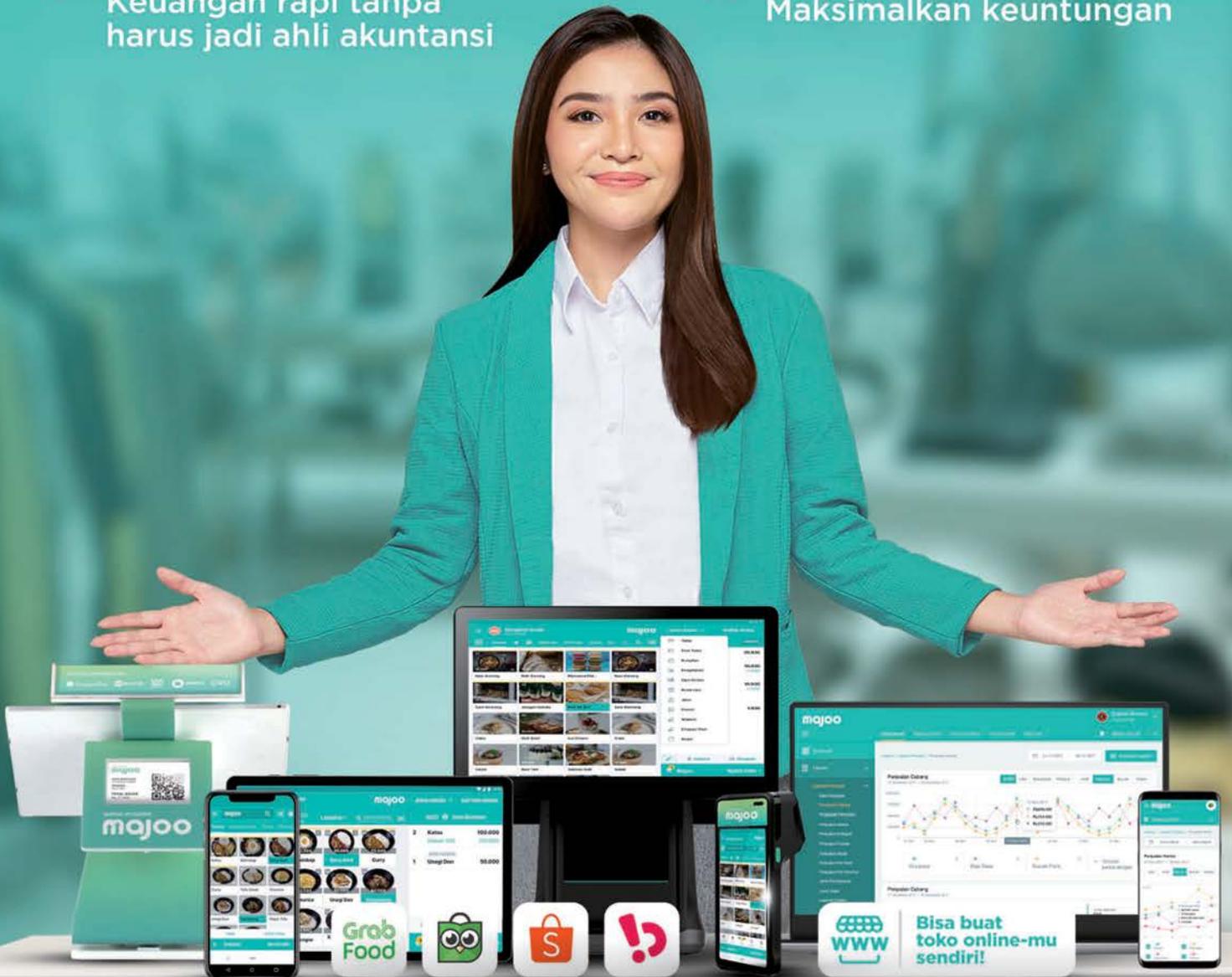
LAPORAN KEUANGAN OTOMATIS

Keuangan rapi tanpa
harus jadi ahli akuntansi



MUDAH KELOLA STOK

Maksimalkan keuntungan



PT Majoo Teknologi Indonesia

majoo plaza

Jl. Prapanca Raya No.25
Jakarta Selatan • DKI Jakarta • 12160



Coba Gratis 14 Hari

majoo.id



Daftar Isi

04 Pengantar

05 Memilih **Facebook dan Instagram** sebagai Media Iklan Andalan

10 Facebook Ads vs Instagram Ads

15 Langkah **Mudah Menyusun Segmen** Pasar dalam Beriklan

22 **Cost Effective:** Memasang Harga Terbaik dalam Beriklan!

26 Visual! Faktor Penting dalam **Meracik Iklan Menarik!**

30 Langkah **Mudah Membuat Iklan di Facebook** Hingga Tayang!

Pengantar

Beberapa dekade lalu, menjalankan aktivitas bisnis secara digital, baik dalam kegiatan penjualan maupun pemasarannya, dapat dibilang sebagai sesuatu yang baru; dan pemilik usaha yang menjalankan model bisnis serupa pun mungkin dianggap sok keren, ikut-ikutan, atau termakan tren.

Namun, zaman sudah banyak berubah dibanding dua atau tiga dekade lalu. Memanfaatkan platform digital dalam operasional bisnis sudah tidak lagi dipandang 'sok keren', tetapi justru menjadi semacam keharusan. Jika tidak, bisnis akan kalah bersaing dengan kompetitor dalam mengakuisisi pasar.



Sederhana saja, konsumen yang ditarget sebagai pasar makin banyak yang mengadopsi platform digital dalam kehidupan sehari-harinya, dan media-media konvensional pun perlahan mulai berkurang pamornya. Saat ini, beriklan di Instagram atau Facebook dianggap menjanjikan keuntungan yang lebih besar dibanding beriklan di media massa konvensional seperti koran.

Akan tetapi, bukan berarti beriklan di platform digital menjadi jaminan keuntungan pula. Jika tidak dilakukan dengan benar, bisa jadi keuntungan yang didapat pun tetap tak signifikan dengan biaya yang dikeluarkan.

Agar lebih maksimal dalam meraup keuntungan, mari kita bongkar trik memasang iklan di Facebook dan Instagram secara mendalam!



Memilih Facebook dan Instagram sebagai Media Iklan Andalan



BACK TO DAFTAR ISI

Seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dalam kehidupan sehari-hari, pengguna platform media sosial pun terus bertambah setiap harinya. Tentunya, perubahan yang terjadi secara perlahan ini tak hanya memengaruhi cara kita berkomunikasi satu sama lain, tetapi lambat laun juga memicu pergeseran-pergeseran di setiap aspek lainnya; kegiatan pemasaran bisnis salah satunya.

Dahulu, kegiatan pemasaran mungkin lebih banyak dilakukan dengan metode-metode konvensional, mulai dari menawarkan barang dari pintu ke pintu, memasang iklan baris di surat-surat kabar, atau dengan mendirikan berbagai baliho serta papan reklame. Namun, dengan kehadiran Facebook dan Instagram, serta manfaat yang ditawarkannya, kegiatan pemasaran pun kini cenderung difokuskan pada kedua platform tersebut.



Mengapa Memilih Facebook dan Instagram?

Setiap perubahan tentu selalu diawali dengan alasan serta latar belakang. Populernya kegiatan pemasaran yang dilakukan secara digital dengan memasang iklan di Facebook dan Instagram pun, tanpa terkecuali, didasari pada berbeda alasan yang tak dapat dipenuhi oleh kegiatan pemasaran secara konvensional.

1. Cakupan Audiens yang Lebih Luas

Berdasarkan laporan yang dibuat oleh kerja sama antara We Are Social dan Hootsuite di awal tahun 2021, Digital 2021: The Latest Insights into the 'State of Digital', kita mengetahui bahwa kini lebih banyak orang yang menghabiskan waktunya untuk berselancar di internet.

WAKTU HARIAN YANG DIHABISKAN DENGAN MEDIA

JUMLAH WAKTU RATA-RATA SETIAP HARI YANG DIHABISKAN PENGGUNA INTERNET **BERUSIA 16 HINGGA 64 TAHUN** DENGAN BERBAGAI **JENIS MEDIA DAN PERANGKAT**

Waktu yang dihabiskan menggunakan **internet** (semua perangkat)



6J 54M

Waktu yang dihabiskan **menonton televisi** (siangan dan streaming)



2J 24M

Waktu yang dihabiskan menggunakan **media sosial**



2J 25M

Waktu yang dihabiskan membaca **media massa** (online dan cetak)



2J 02M

Waktu yang dihabiskan mendengarkan layanan **streaming musik**



1J 31M

Waktu yang dihabiskan mendengarkan siaran **radio**



1J 00M

Waktu yang dihabiskan mendengarkan **podcast**



0J 54M

Waktu yang dihabiskan memainkan **video game dan konsol**



1J 12M

Bukan berarti kini menonton televisi atau mendengarkan radio sudah menjadi aktivitas yang usang; berdasarkan laporan tersebut, setiap harinya orang masih menonton televisi rata-rata selama tiga jam dua puluh empat menit dan mendengarkan radio selama satu jam. Namun, waktu tersebut tak sepenuhnya dihabiskan secara konvensional, tetapi juga mencakup waktu yang dihabiskan untuk menikmati layanan *streaming* dengan rasio iklan yang lebih kecil.

Bicara tentang bisnis dan pemasaran, tentu data ini menunjukkan bahwa media konvensional sudah tidak efektif dalam menjangkau lebih banyak orang, khususnya jika pasar yang ditargetkan berada pada segmen usia muda. Sebaliknya, penggunaan media sosial terus meningkat, memberikan peluang yang lebih besar bagi iklan untuk dinikmati oleh audiens target.



2. Beban Biaya yang Lebih Terjangkau

Tanpa adanya Facebook dan Instagram, mengiklankan produk serta jasa yang ditawarkan mungkin hanya akan menjadi angan-angan belaka bagi sebagian besar pemilik usaha, khususnya yang bergerak di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah. Jauh berbeda dengan biaya beriklan di Facebook dan Instagram yang dapat ditekan sejauh mungkin.



Bagaimana tidak? Biaya yang dibutuhkan untuk beriklan di media konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar bukanlah sesuatu yang bisa dipenuhi oleh setiap pemilik usaha.

“ Dengan pengguna aktif yang saat ini sudah mencapai separuh populasi dunia, kegiatan pemasaran melalui Facebook dan Instagram jelas lebih bisa diandalkan bagi pemilik usaha yang ingin terus memasarkan bisnisnya. Dibanding harus mengeluarkan biaya hingga puluhan juta untuk sekali beriklan, biaya ratusan ribu dengan cakupan audiens yang tak kalah jelas lebih menggiurkan.

”

