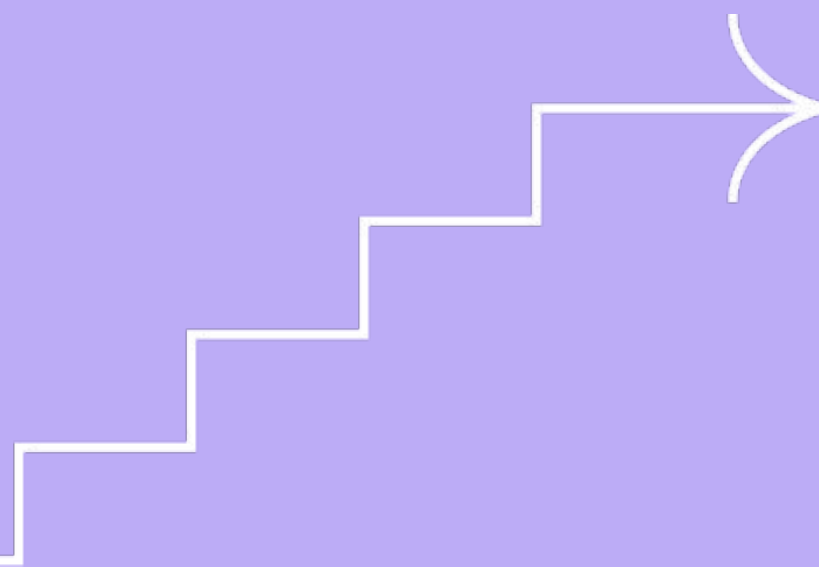


Strategi Kreatif dalam Kampanye Digital



Riset, strategi digital & creative campaign
MSIB 6 - 2024



#Review Time

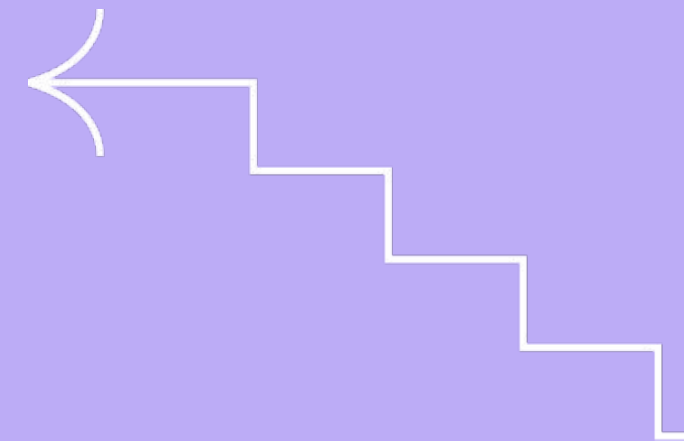
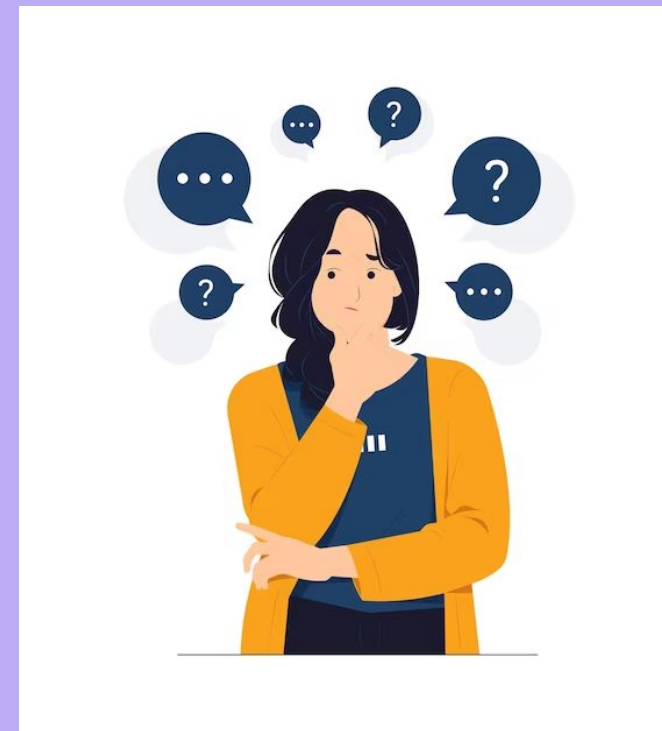
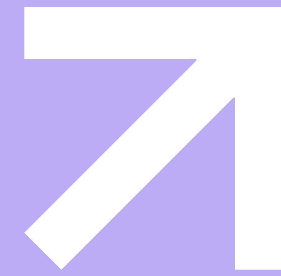
Berdasarkan hasil pembelajaran sebelumnya,

Apakah yang dimaksud dari

Digital Campaign / Kampanye Digital ?



Riset, strategi digital & creative campaign
MSIB 6 - 2024



#GetToKnow

Definisi Digital kampanye Digital kampanye atau dapat disebut E-Kampanye sendiri adalah sebuah kegiatan kampanye yang dibangun dengan menggunakan fasilitas Sistem teknologi informasi untuk pencapaian pesan kepada khalayak luas secara massal.

Source By : [Wikipedia.com](https://id.wikipedia.org)

#Bedah Campaign



#Bedah Campaign



1. Apa Persamaan dari ke 2 Video Campaign Diatas ?

2. Sebutkan Value Menarik Apa saja dari kedua Campaign diatas

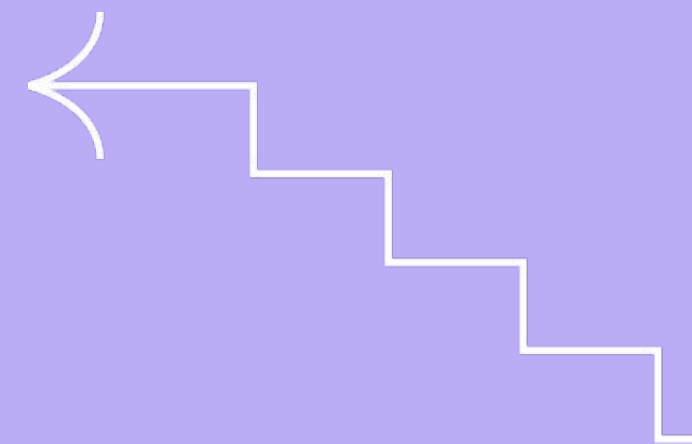
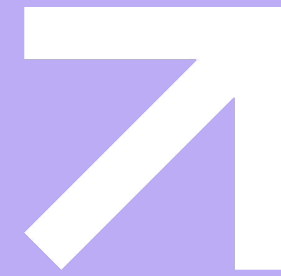
Quiz Time !!!!!!!!!!!!!!!

Memahami Audiens

Kreativitas dimulai dengan pemahaman mendalam tentang audiens target. Mengidentifikasi preferensi, perilaku online, dan kebutuhan audiens dapat membantu dalam menciptakan konten yang relevan dan menarik.



Riset, strategi digital & creative campaign
MSIB 6 - 2024



“MARKETING IS NO
LONGER ABOUT THE
STUFF THAT YOU
MAKE, BUT ABOUT THE
STORIES YOU TELL.”

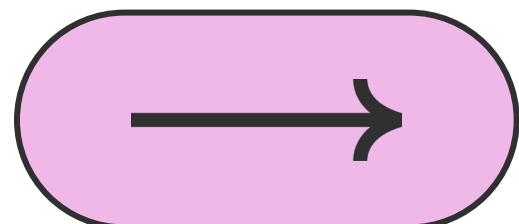
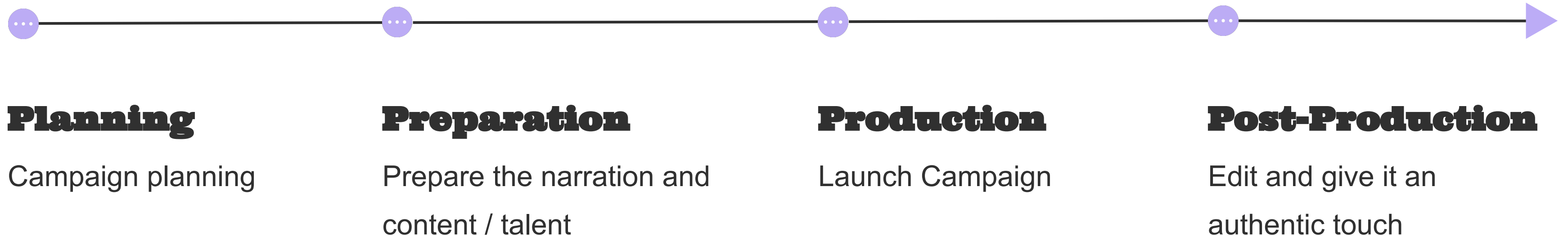
SETH GODIN



Riset, strategi digital & creative campaign
MSIB 6 - 2024


Good Storytelling

Kampanye digital yang sukses seringkali melibatkan narasi yang kuat. Cerita atau story telling adalah cara efektif untuk membuat hubungan emosional dengan audiens. Pemilihan narasi yang menarik dapat meningkatkan daya tarik kampanye.



1. Planning

Tahapan ini melibatkan serangkaian langkah strategis yang dirancang untuk memastikan bahwa kampanye Anda terstruktur dengan baik dan dapat mencapai tujuan yang ditetapkan.

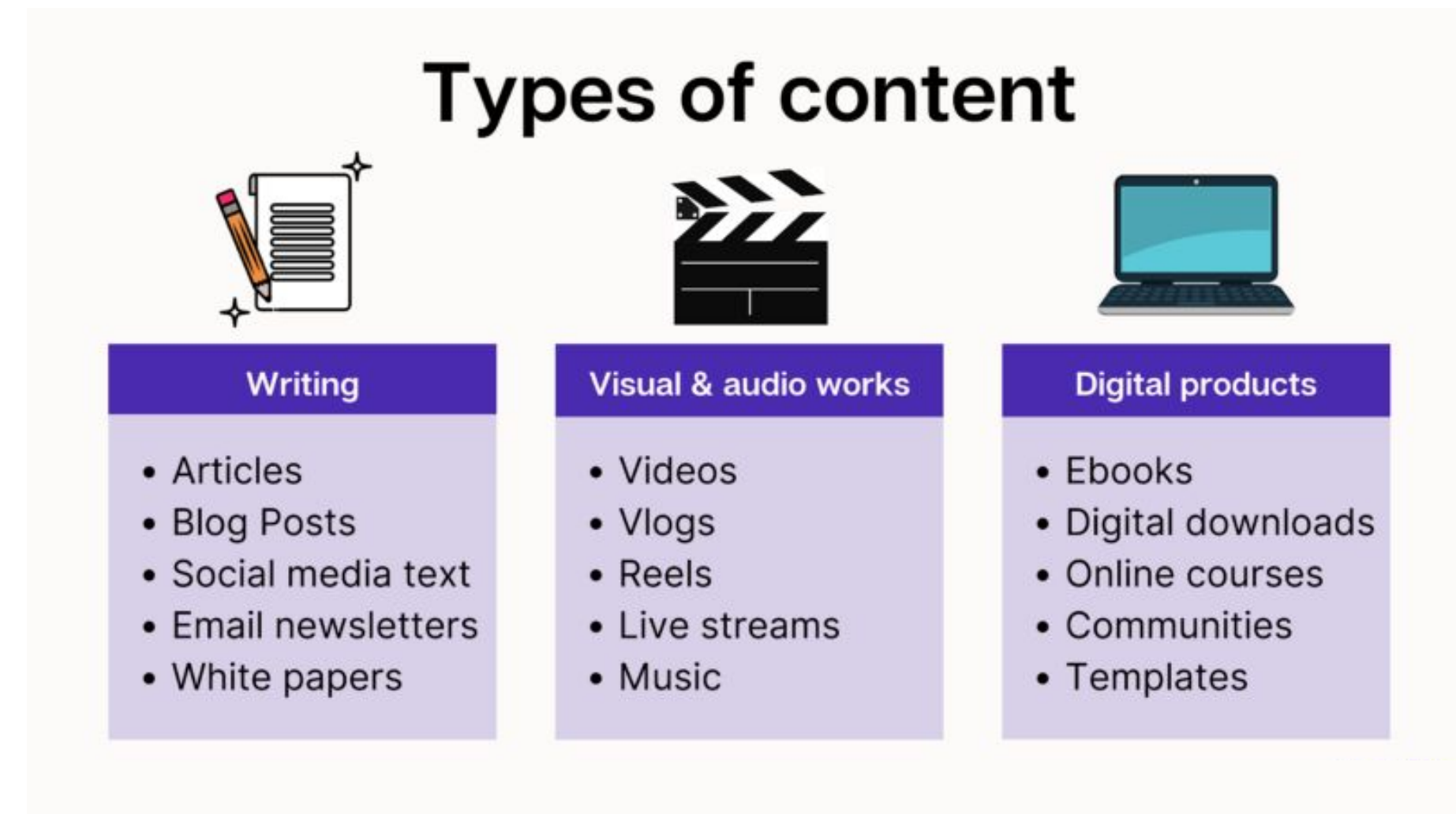
 Riset, strategi digital & creative campaign
MSIB 6 - 2024

Common Social Media Marketing Goals



2. Preparation

Tahapan preparation atau persiapan dalam perencanaan kampanye pada media sosial adalah langkah krusial yang menentukan seberapa lancar dan efektif pelaksanaan kampanye Anda. Ini adalah fase di mana Anda mengatur dan mempersiapkan semua komponen yang diperlukan untuk menjalankan kampanye.



3. Production

Tahapan production atau produksi dalam perencanaan kampanye pada media sosial adalah fase dimana semua rencana dan persiapan yang telah dibuat diwujudkan menjadi konten nyata yang siap dipublikasikan.



4. Post-Production

Tahap ini melibatkan evaluasi, analisis, dan pengoptimalan berkelanjutan berdasarkan respons dan interaksi dari audiens. Tahap post-production penting untuk mengukur keefektifan kampanye dan membuat penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan performa.



Visually Inspiring Content

Aspek visual dalam kampanye digital sangat penting.

Menggunakan desain yang menarik, grafis berkualitas tinggi, dan elemen visual yang kreatif dapat meningkatkan daya ingat dan pengaruh kampanye.







CC: @hmns.id



Riset, strategi digital & creative campaign
MSIB 6 - 2024

Kolaborasi Konten

Mendorong partisipasi audiens melalui kolaborasi konten dapat memberikan sentuhan kreatif tambahan pada kampanye. Memanfaatkan konten yang dibuat oleh pengguna dapat membuat audiens merasa terlibat dan terhubung dengan merek. Gimmick juga dapat dimanfaatkan dalam suatu kolaborasi.

 <p>THE FIRST EVENT OF VOLIX SPORTS</p> <p>@VOLIX.MEDIA</p>	 <p>@AESPA</p>
 <p>@TIMZONE</p>	 <p>TOKOPEDIA</p> <p>@TOKOPEDIA</p>

Interaktif & Partisipatif

Membangun kampanye yang interaktif dan memungkinkan partisipasi pengguna dapat meningkatkan keterlibatan. Konten yang melibatkan audiens, seperti kuis interaktif, polling, atau kampanye hashtag, dapat menciptakan pengalaman yang lebih mendalam.

Like

NGL

#Rewind2023



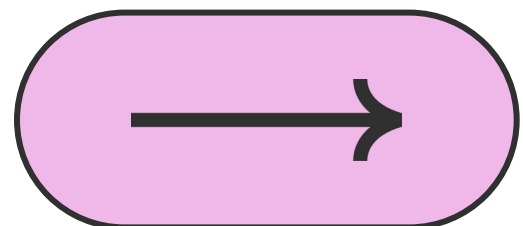
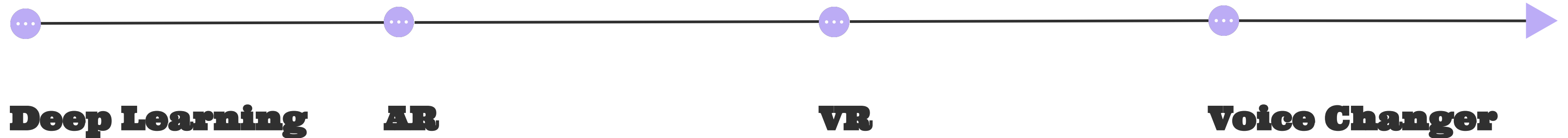
#Trending

Comment

Share

Pemanfaatan Teknologi

Mengintegrasikan teknologi terkini, seperti augmented reality (AR), virtual reality (VR), atau pengenalan suara, dapat memberikan dimensi kreatif baru pada kampanye. Inovasi teknologi menciptakan kesan yang kuat dan membedakan kampanye dari yang lain.

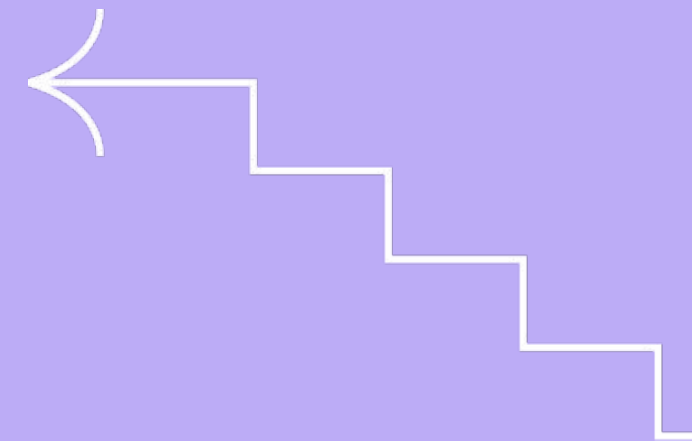
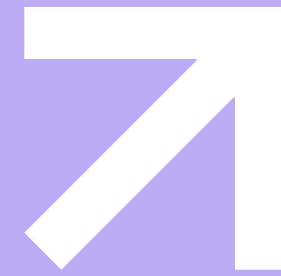


Personalized Content

Menyesuaikan konten berdasarkan perilaku dan preferensi pengguna dapat meningkatkan relevansi kampanye. Strategi personalisasi dapat mencakup penggunaan nama, rekomendasi produk yang disesuaikan, atau pengalaman pengguna yang unik.



Riset, strategi digital & creative campaign
MSIB 6 - 2024



Optimizing Social Media Platforms

Pemilihan dan pengoptimalan platform media sosial yang sesuai dengan karakteristik konten dan audiens dapat memperkuat strategi kreatif.

Misalnya, visual yang dominan mungkin lebih efektif di Instagram, sementara Twitter lebih cocok untuk pesan pendek yang cerdas.



Instagram

Creative



Twitter (X)

Simple



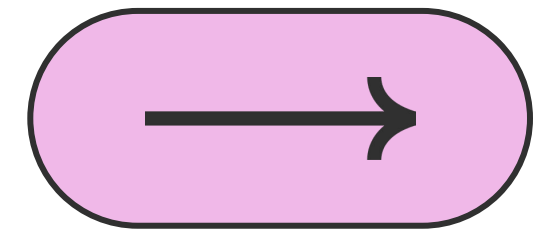
TikTok

Fast-phase

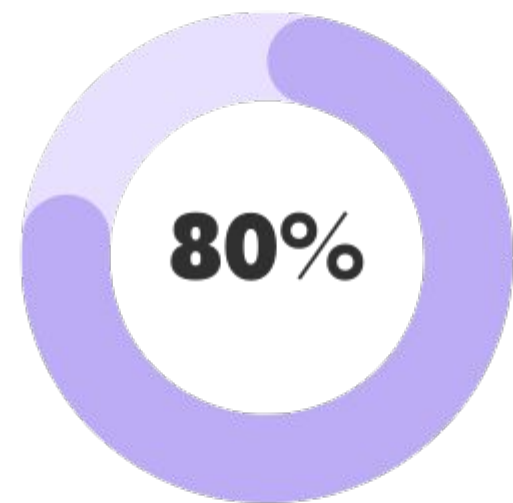


Riset, strategi digital & creative campaign
MSIB 6 - 2024

Measurement and Adaptation

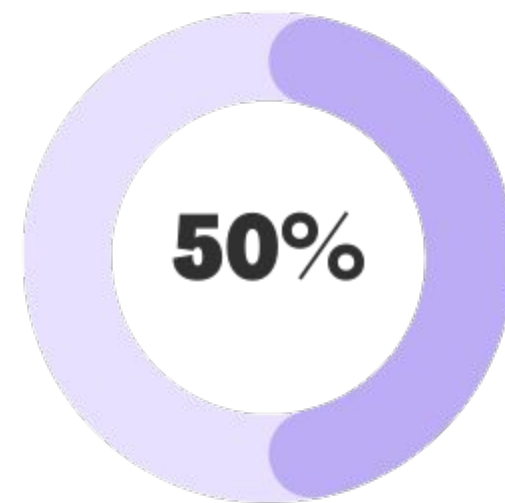


Penting untuk terus memantau kinerja kampanye dan meresponsnya. Mengukur respon audiens dan menganalisis data dapat membantu dalam penyesuaian strategi kreatif agar sesuai dengan perubahan tren dan kebutuhan audiens.



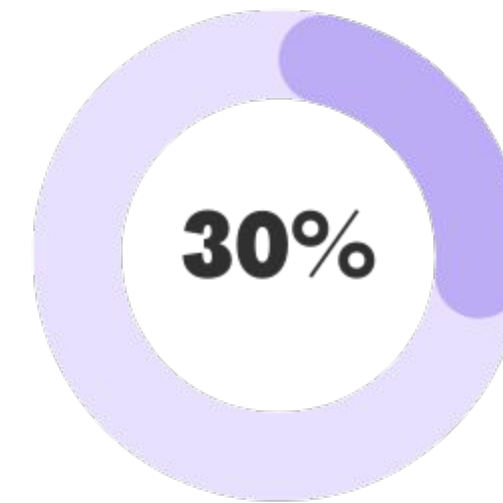
KPI #1

Briefly elaborate
on the KPI.



KPI #2

Briefly elaborate
on the KPI.



KPI #3

Briefly elaborate
on the KPI.

Any Questions So far ?

THANK YOU