



SOSIAL MEDIA MARKETING

PENGERTIAN SSM ✨

Social Media Marketing adalah proses mempromosikan produk, layanan, atau brand melalui platform media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, dan LinkedIn. Tujuannya adalah membangun hubungan dengan audiens, meningkatkan kesadaran merek, serta mendorong interaksi hingga menghasilkan penjualan. SMM memanfaatkan kekuatan komunitas online dan komunikasi dua arah untuk memperkuat kehadiran bisnis.



TUJUAN UTAMA SSM



**MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS**



**MEMBANGUN BRAND
ENGAGEMENT**



**MENINGKATKAN TRAFFIC KE
WEBSITE**

TUJUAN UTAMA SSM



**MENGHASILKAN LEADS &
KONVERSI**



**MENINGKATKAN
LOYALITAS
PELANGGAN**



**MEMPERBAIKI REPUTASI &
KEPERCAYAAN PUBLIK**

TUJUAN UTAMA SSM



**MEMPERLUAS JANGKAUAN
PASAR**



**MENDAPATKAN INSIGHT DAN
FEEDBACK PELANGGAN**



**MEMANFAATKAN VIRAL
MARKETING**

PLATFORM MEDIA SOSIAL & PROPORSI PENGUNAAN

Instagram populer untuk visual branding. Cocok untuk bisnis yang fokus pada estetika, seperti fashion, makanan, travel, hingga UMKM. Konten yang efektif antara lain foto, reels, carousel, influencer marketing, dan storytelling. Audiensnya didominasi oleh usia 16–34 tahun.

INSTAGRAM
15,94%

FACEBOOK
21,58%

TIKTOK
35,17%

Facebook masih kuat karena memiliki basis pengguna usia lebih dewasa dan fitur komunitas yang solid. Cocok untuk bisnis yang menargetkan usia 30 tahun ke atas, pemasaran lokal, serta promosi melalui grup komunitas, fanpage, dan marketplace. Facebook Ads juga sangat efektif karena targetingsnya luas.

TikTok menjadi platform paling populer karena kontennya berbasis video pendek yang cepat, mudah dikonsumsi, dan sangat dioptimalkan oleh algoritma. Cocok untuk brand yang ingin menjangkau audiens muda, meningkatkan brand awareness, dan membuat konten yang viral melalui tren, challenge, serta musik.



METRIK UTAMA DALAM SSM

Reach (Jangkauan)

Jumlah orang unik yang melihat konten Anda. Metrik ini menunjukkan seberapa luas penyebaran konten dan seberapa efektif distribusinya.

1

Engagement

Total interaksi pengguna seperti like, komentar, share, dan save. Digunakan untuk mengukur seberapa menarik dan relevan konten bagi audiens.

2

Conversion Rate

Persentase audiens yang melakukan tindakan tertentu (misalnya membeli produk, mendaftar, mengisi form). Metrik ini menunjukkan efektivitas kampanye dalam menghasilkan hasil nyata.

3

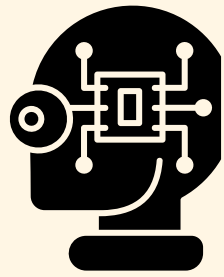
CTR (Click-Through Rate)

Persentase orang yang mengklik link dalam konten atau iklan. Digunakan untuk mengukur daya tarik konten dan efektivitas call-to-action.

4

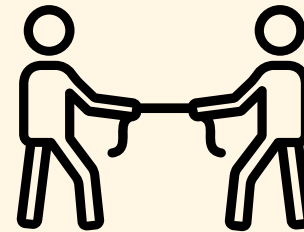


TANTANGAN UTAMA DALAM SSM



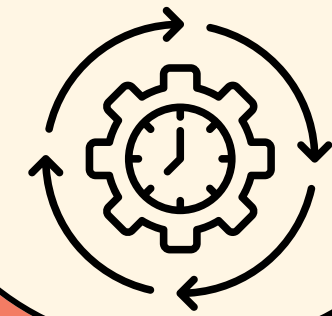
Perubahan Algoritma

Platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook sering mengubah algoritma sehingga visibilitas konten turun dan strategi harus terus disesuaikan.



Persaingan yang Semakin Ketat

Brand yang menggunakan media sosial semakin banyak, sehingga konten harus lebih kreatif dan relevan agar tidak kalah dari kompetitor.



Konsistensi Konten

Banyak bisnis sulit menjaga jadwal posting yang teratur karena keterbatasan waktu, tenaga, atau ide konten.

TANTANGAN UTAMA DALAM SSM



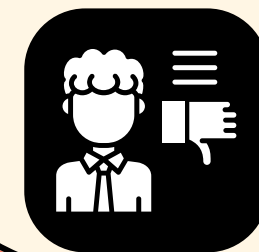
Konten Cepat Usang

Tren berubah sangat cepat. Konten mudah ketinggalan zaman jika tidak mengikuti perkembangan terbaru.



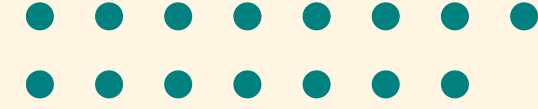
Menjaga Engagement Audiens

Sulit mempertahankan interaksi yang stabil karena audiens mudah bosan dan cepat berpindah ke tren baru.

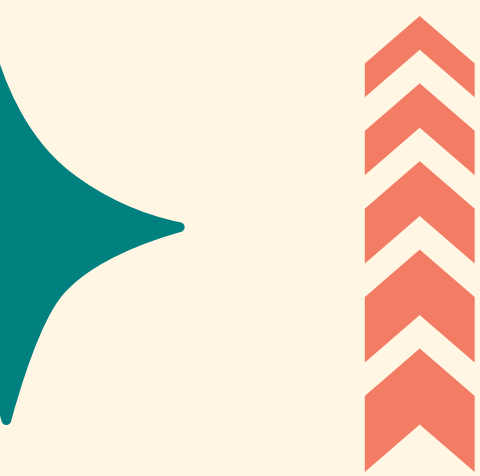


Krisis Reputasi & Komentar Negatif

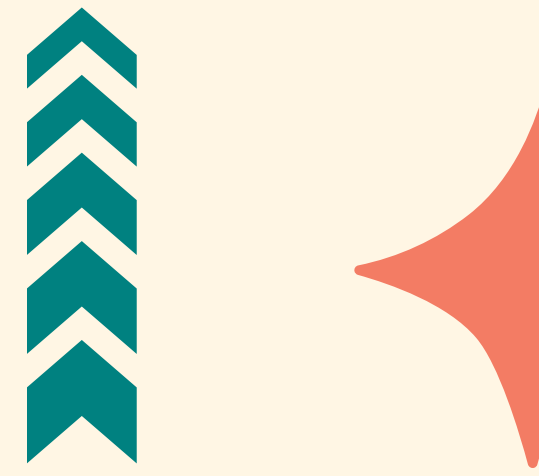
Komentar buruk, hoax, atau kesalahpahaman dapat menyebar dengan cepat dan merusak citra brand.



KESIMPULAN



Social Media Marketing (SMM) adalah strategi pemasaran melalui media sosial untuk meningkatkan brand, menarik audiens, dan mendorong penjualan. Dengan konten yang relevan, konsisten, dan didukung analisis data, bisnis dapat membangun hubungan kuat dengan pelanggan meski menghadapi tantangan seperti perubahan algoritma dan persaingan tinggi.





TERIMA

KASIH