

GAYA KOMUNIKASI GEN Z & TEKNIK BERKOMUNIKASI MELALUI MEDIA SOSIAL

Nesha Yaumil



COLLABORATIONS BRANDS

THE LANGHAM
JAKARTA


CROWNE PLAZA®
HOTELS & RESORTS


THE RITZ-CARLTON

dusun bambu
Family Leisure Park

MAKE
OVER


osteria

SCARLETT

문-치킨
MOON
CHICKEN


ST. REGIS
HOTELS & RESORTS


KORAL

C&F

Grab

UNI
QLO

AGED
BUTCHERED
STEAKHOUSE

FLY BALI

THE
cave
BY chefryanclift

RUTH'S
CHRIS
STEAK HOUSE

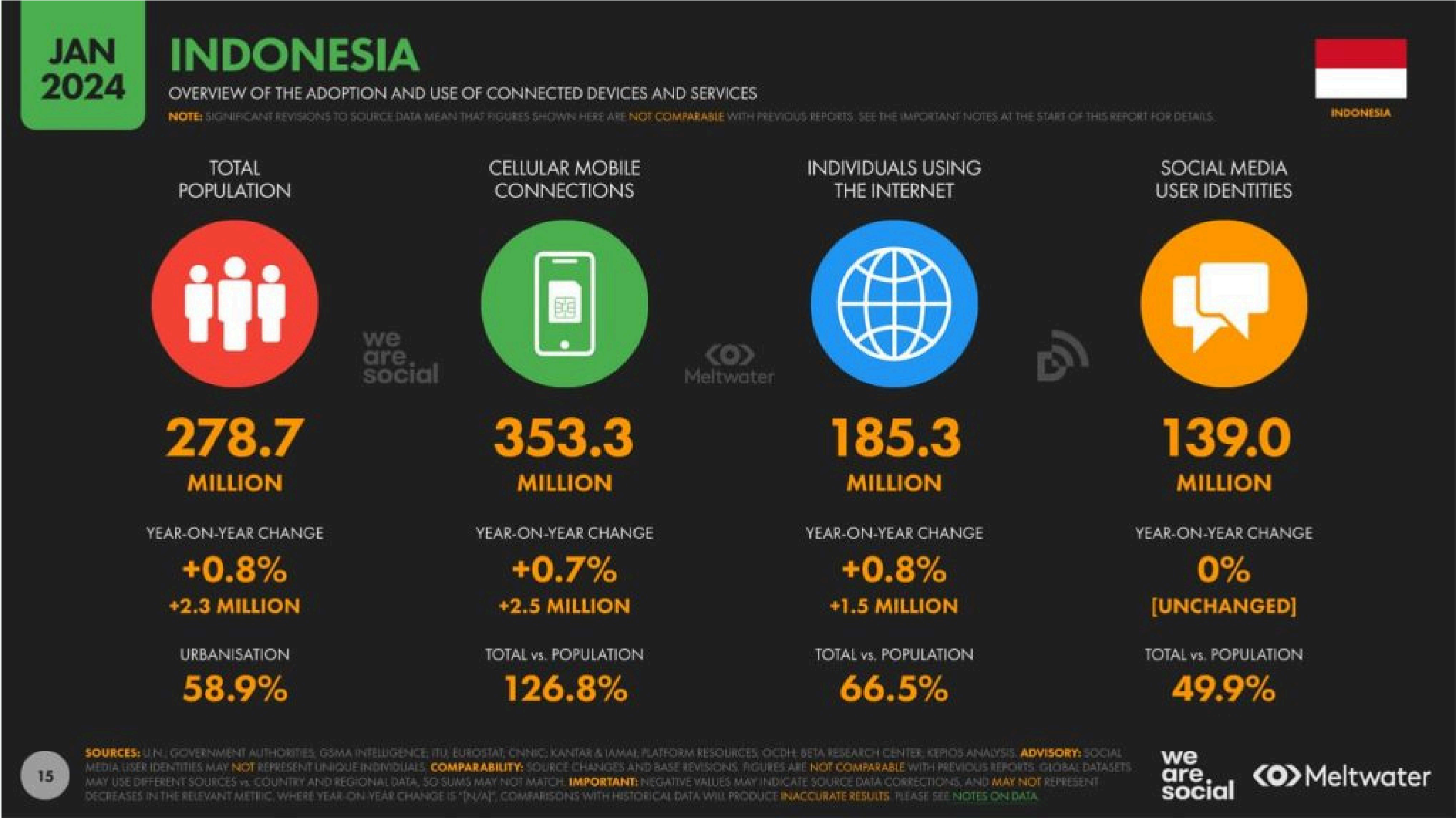

Sedjuk
BAKMI & KOPI

dōTERRA®
Wellness Advocate

BANDUNG
BEAUTY
2023 FEMALE DAILY

and many more...

LATAR BELAKANG



Pengunaan Media Sosial yang paling sering digunakan di Indonesia pada Tahun 2024
Sumber : We Are Social & Hootsuite, 2024

Tujuan

1. Pentingnya strategi komunikasi di platform sosial digital untuk meningkatkan efektivitas komunikasi
2. Identifikasi langkah-langkah praktis untuk merancang dan mengimplementasikan strategi



Pentingnya Komunikasi di Sosial Media dan Peranan Content Creator

1. Memperkuat Komunikasi Pemerintah
2. Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas
3. Edukasi dan Penyebaran Informasi
4. Membangun Citra Positif
5. Meningkatkan Kreativitas dan Inovasi



STRATEGI KOMUNIKASI DI SOSIAL MEDIA





Target Audience

Setelah kita mengenali diri kita dan mengetahui persona/citra yang akan dibangun di social media, maka kita dapat menentukan target audience, yang dapat ditentukan berdasarkan :

- ☑ **Demografi:** Umur, jenis kelamin, lokasi geografis, pekerjaan.
- ☑ **Psikografi:** Minat, nilai-nilai, gaya hidup.
- ☑ **Preferensi Platform:** Platform mana yang paling sering digunakan oleh audiens target (misalnya, Facebook untuk audiens yang lebih tua, Instagram untuk audiens yang lebih muda).

Setelah itu tentukan kategori konten mana :



Fashion



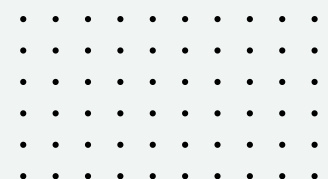
Culinary



Travelling



Education



Build-up Content

Penentuan **Content Pillar**



- Menganalisis tren dan berita baru
- Riset apa yang sedang dicari audience
- Melihat content creator yang satu kategori

Gaya Visual



- Menentukan mock-up design
- Menentukan *color grading* pada sebuah design (image or video based)

Copywriting



- Penyesuaian gaya bahasa yang cocok dengan audience

Content Calendar



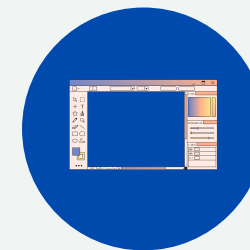
- Kalender konten harian, mingguan, dan bulanan.

Production



- Menyesuaikan kebutuhan produksi berdasarkan jenis konten,

Editing



- Pemilihan, pemotongan, penggabungan konten

Strategi Konten



RELATE DENGAN LINGKUNGAN



HOOK 3 DETIK PERTAMA



COPYWRITING MENARIK



PRIME TIME POSTING



KONSISTEN UPLOAD



INTERAKTIF



Contoh Konten



PLAY

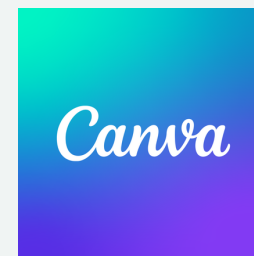
Pembuatan konten ini meliputi :

- ☑ Inforgrafis yang *compact*
- ☑ Trend berdasarkan hasil riset :
 - fashion yang up to date di lingkungan gen Z
 - Penggunaan sound yang relate dengan trend
- ☑ Hook 3 detik yang “clickbait”
- ☑ Output video singkat (<30 detik) yang dapat mencakup isi informasi yang diinginkan client



IMPLEMENTASI

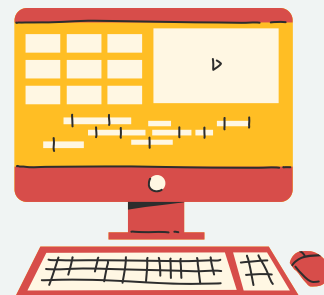
ALAT & TEKNOLOGI



SKILLS



**PUBLIC
SPEAKING**



EDITING



PHOTOGRAPHY



VIDEOGRAPHY



PENGUKURAN DAN EVALUASI

METODE PENGUKURAN PERFORMA SOCIAL MEDIA



ALAT PENGUKURAN :



KESIMPULAN

1 **EKSEKUSI**
KONSISTEN

2 **PERENCANAAN**
MATANG

3 **PAHAM**
AUDIENCE

4 **SELALU**
RELEVAN

5 **AKTUALISASI**
SKILL DIRI

6 **PENGUNAAN**
TEKNOLOGI YANG
TEPAT

7 **MELAKUKAN**
PENGUKURAN
DAN EVALUASI
BERKALA



Terima Kasih

Nesha Yaumil

