



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

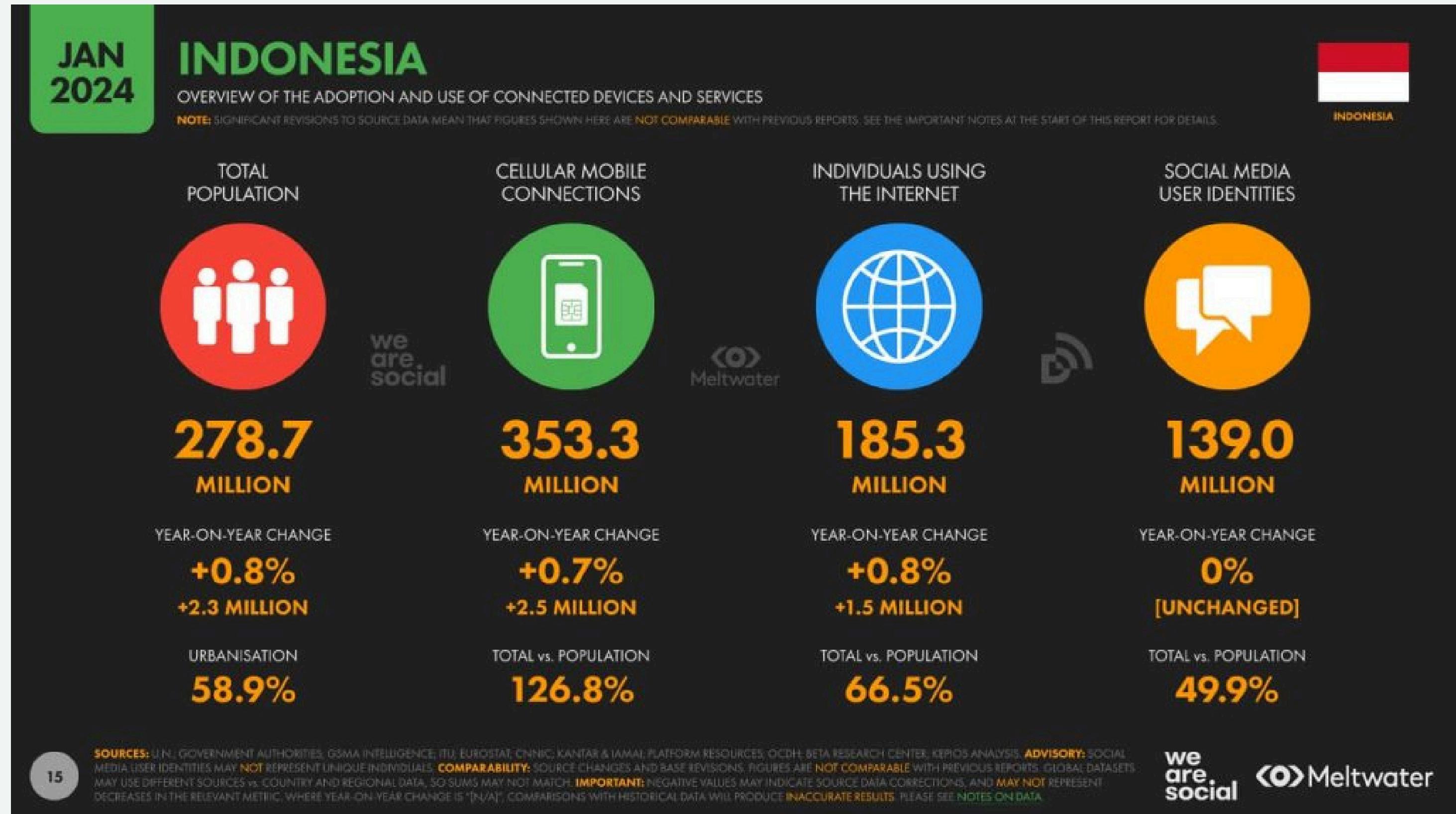
Sedjuk
BAKMI & KOPI

dōTERRA®
Wellness Advocate

BANDUNG
BEAUTY
2023 FEMALE DAILY

and many more...

LATAR BELAKANG



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

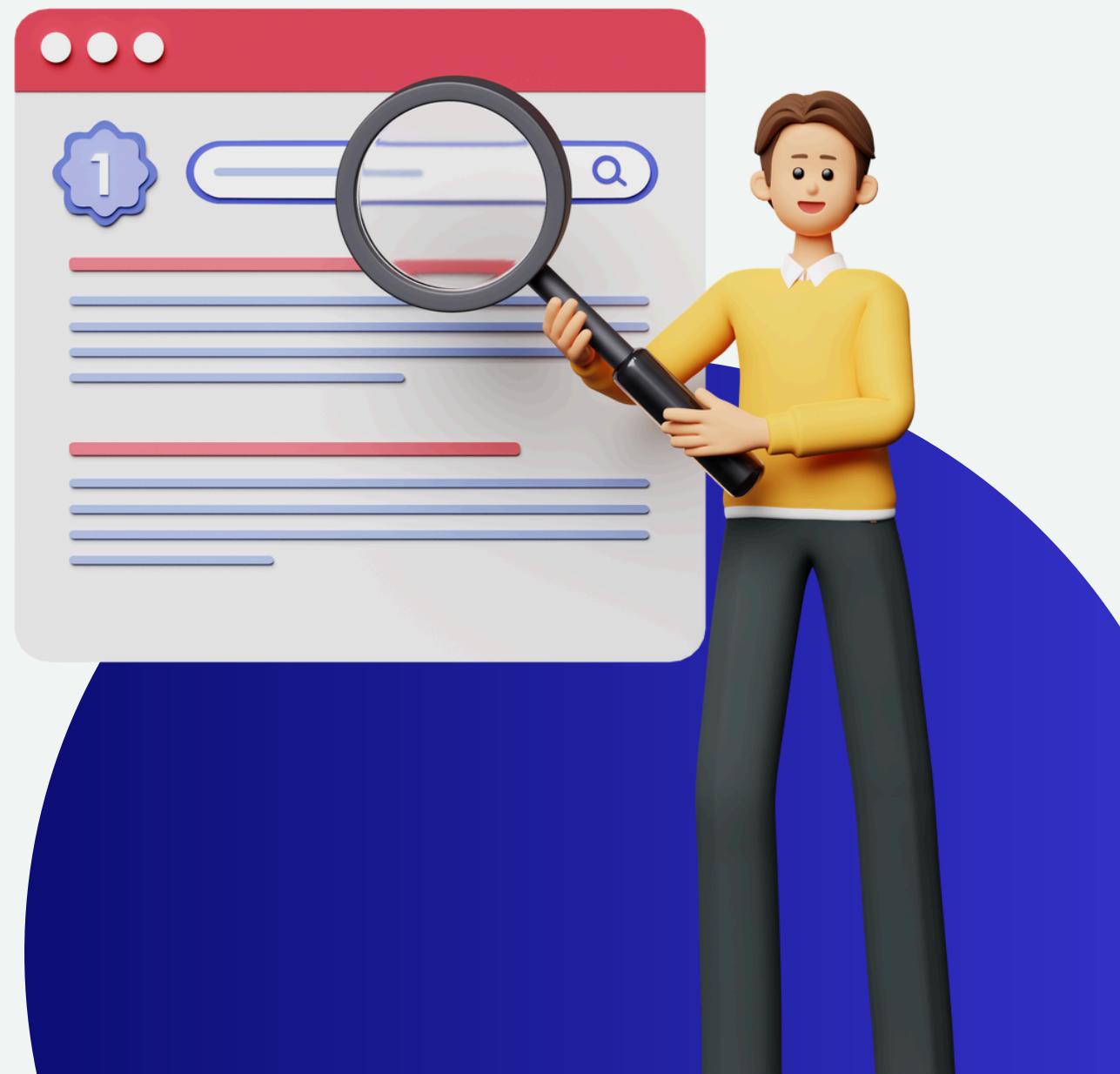
Tujuan

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

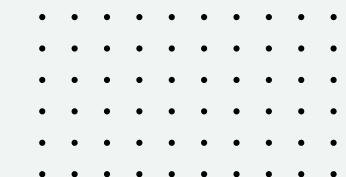
Setelah kita mengenali diri kita dan mengetahui persona/citra yang akan dibangun di social media, maka kita dapat menentukan target audience, yang dapat ditentukan berdasarkan :

- 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 mentukan 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

Content Calendar



- Kalender konten harian, mingguan, dan bulanan.

Gaya Visual



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

Production



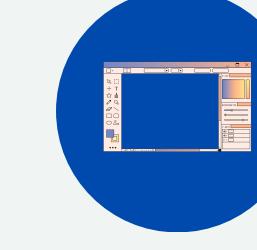
- Menyesuaikan kebutuhan produksi berdasarkan jenis konten,

Copywriting



- Penyesuaian gaya bahasa yang cocok dengan audience

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



VIDEOPHOTOGRAPHY

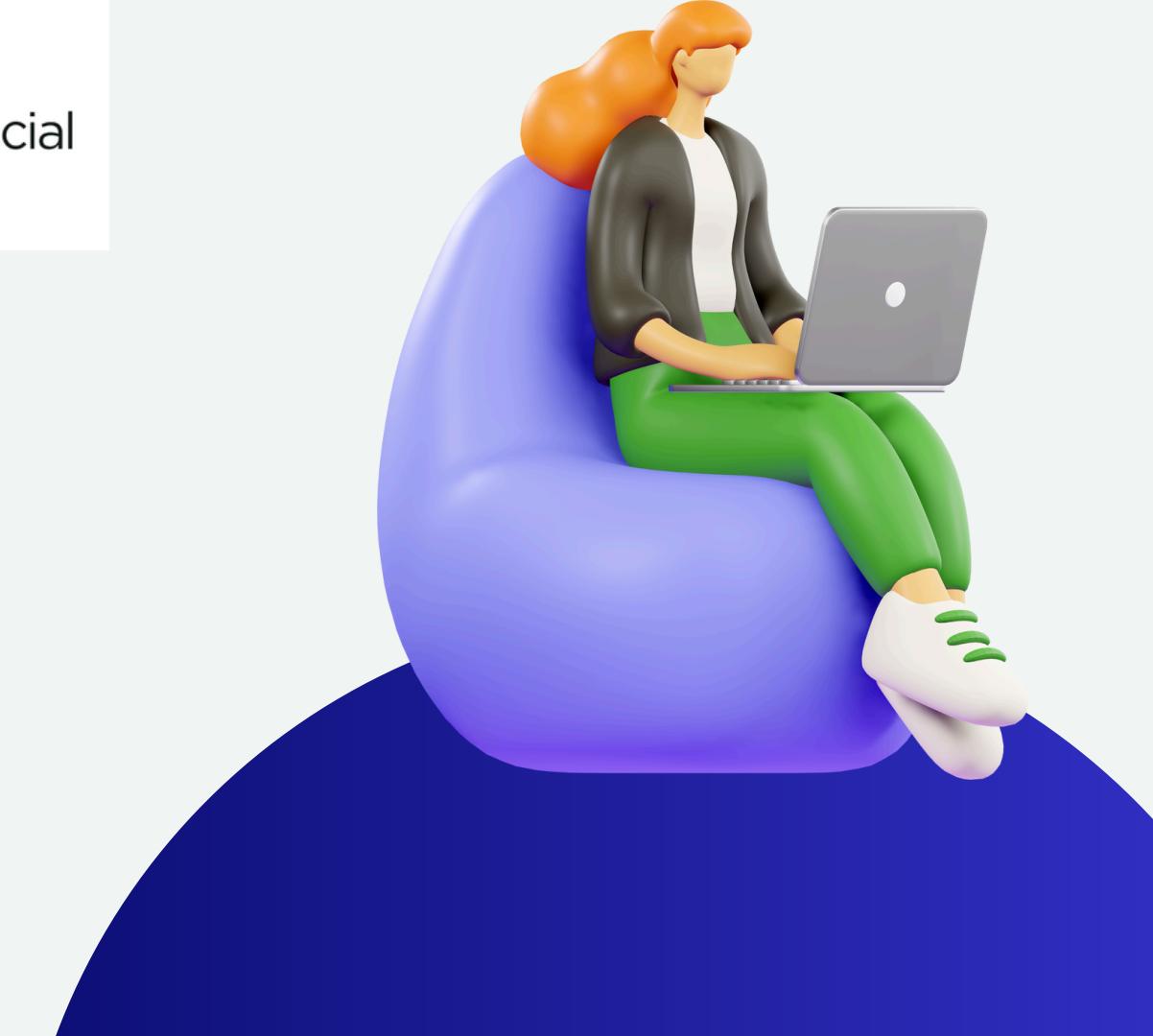


PENGUKURAN DAN EVALUASI

METODE PENGUKURAN PERFORMA SOCIAL MEDIA



ALAT PENGUKURAN :



KESIMPULAN

1 EKSEKUSI
KONSISTEN

2 PERENCANAAN
MATANG

3 PAHAMI
AUDIENCE

4 SELALU
RELEVAN

5 AKTUALISASI
SKILL DIRI

6 PENGGUNAAN
TEKNOLOGI YANG
TEPAT

7 MELAKUKAN
PENGUKURAN
DAN EVALUASI
BERKALA



Terima Kasih

Nesha Yaumil

