

9,1%



**jelajah indie komunikasi
(JiKom)**

Brings Idea for Better Changes



**jelajah indie komunikasi
(JiKom)**

Brings Idea for Better Changes



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

APA ITU MEDIA SOSIAL





**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

PENGGUNA MEDIA SOSIAL & SMARTPHONE DI INDONESIA

**Bebmen
.com**

Data Statistik 2014

Internet, Sosial Media & Mobile di Indonesia

Total Populasi

251,160,124



Urban 51%

Rural 49%

Pengguna Internet

38,191,873



15 %

Penetrasi Pengguna Internet

Pengguna Facebook

62,000,000



25 %

Penetrasi Pengguna Facebook

Pengguna Mobile

-/+ 30.000.000



14 %

Penetrasi Pengguna Mobile



(JIKom)

Brings Idea for Better Changes

INDIKATOR PENGGUNA INTERNET & SOSMED

INDIKATOR PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA

Rata-rata Waktu yang menggunakan internet setiap harinya melalui PC atau Laptop



**5 Jam
30 Menit**

Persentase pengguna internet melalui Mobile/Smartphone



14 %

Rata-rata Waktu yang menggunakan internet setiap harinya melalui Mobile/Smartphone



**2 Jam
30 Menit**

INDIKATOR PENGGUNA SOCMED DI INDONESIA

Persentase jumlah Pengguna Media Sosial berdasarkan total populasi



15%

Rata-rata Waktu yang dihabiskan user dalam Mengakses Media Sosial setiap harinya



2J 54M
2 Jam 54 Menit

Persentase pengguna Media Sosial melalui mobile atau smartphone



74%

Persentase pengguna Mobile yang menggunakan Layanan Lokasi



32%



tukarinfo.com



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

LANDSKAP SOSIAL MEDIA





**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

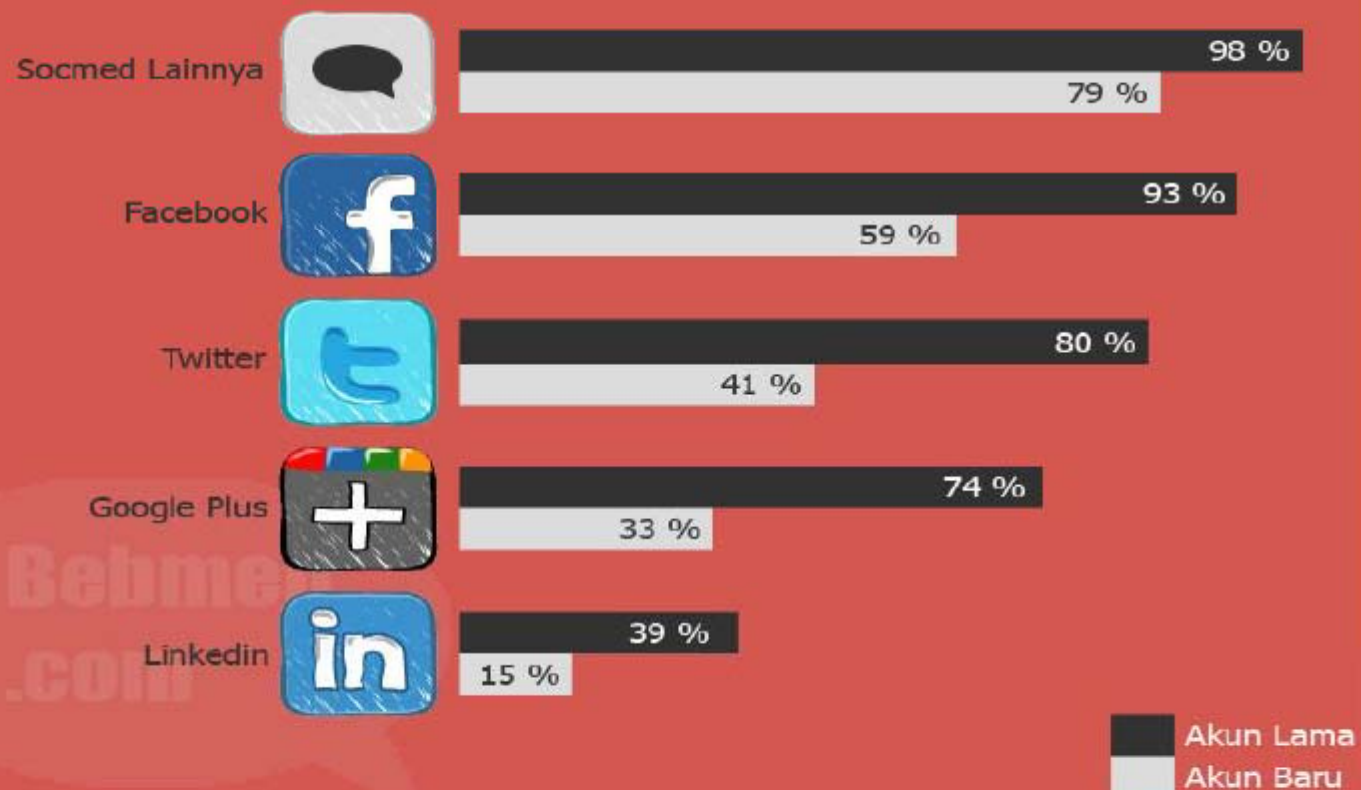
Brings Idea for Better Changes

MANA YANG SERING DIGUNAKAN?





Statistik Pengguna Socmed di Indonesia





**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Facebook dan Twitter



Facebook adalah jejaring sosial yang fiturnya lebih lengkap dari jejaring sosial lainnya. Berisi kolom apa yang ingin disampaikan, upload foto bisa lebih dari satu, notes. Dan pergerakannya lebih lambat.

Jejaring sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter, yang dikenal dengan sebutan kicauan (tweet). Twitter didirikan pada





**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Jenis Facebook Fan Page

anPages Facebook :
Jenis FB yang
diperuntukan bagi
beberapa perusahaan,
organisasi, lembaga,
pemilik usaha,
bahkan artis sebagai
sarana untuk
beriklan,
berpromosi, atau
berkampanye.

The screenshot shows a web browser window with multiple tabs. The active tab is 'Yayasan Kehati'. The address bar shows the URL 'https://www.facebook.com/yayasankehati'. The browser's address bar and search bar are visible. The Facebook page header shows the name 'Yayasan Kehati' and navigation links like 'Home', 'About', 'Photos', 'Reviews', and 'Likes'. The page cover features a large orange '20' with a sun icon and the text 'Tahun' (Years). The page name 'Yayasan Kehati' is displayed in green, followed by 'Non-Governmental Organization (NGO)'. Below the name, there are buttons for 'Liked', 'Following', and 'Message'. The page has 0,403 likes and 0 visits. The timeline shows a post from 'Yayasan Kehati' dated 2 hours ago, with the text 'Save the Earth. We Have Nowhere Else To Go! There's No Planet B. Happy weekend sahabat...'. The right sidebar includes a 'Recent' section with dates from 2014 to 2012, a 'Sponsored' section for Samsung smartphones, and a 'Friends' section with names like Koran Solopos, Julian Grossando, Iman Taufiq, and Marlis Lala.



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Jenis Facebook Group

Grup Facebook: Forum bagi sekumpulan orang/komunitas yang memiliki kesamaan minat atau hobi. Sistemnya keanggotaan. Admin dan anggota bisa memposting status dan foto. Karena semua anggota bisa mengupdate status dan mengupload foto guna membangun disukusi.

The screenshot shows a Facebook group interface. At the top, there's a search bar and navigation links. The group name is 'Berkawan akrab dengan bencana'. Below the name, there's a cover photo showing a group of people. The left sidebar lists various group features like News Feed, Messages, Events, Photos, and Social Media Campaigns. The main content area shows a post by 'Anjar Jawamara' shared on June 19 at 9:40am, featuring a photo of a person in a natural setting. The right sidebar contains group statistics (1,268 members), an 'Open Group' status, a description about Indonesia's vulnerability to disasters, and a list of suggested groups like 'KORAN "TAGANA"' and 'Galeri Foto Jurnalistik Antara'.



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Twitter

Berkawan akrab dengan b... x Twitter x New Tab x

Twitter, Inc. [US] <https://twitter.com>

Apps Search google.com - Search Search Barang HOT, Harga ... Travelers Social Net... Krakatau - Gemilang... Social media Works... Bagaimana Cara Me... RED TOUR dipersem...

Home Notifications # Discover Me Search

Yayasan KEHATI @KEHATI
TWEETS 6,471 FOLLOWING 409 FOLLOWERS 3,763
Compose new Tweet...

Trends - Change
#Nomo2Jujur
#antikorupsi_salamDUAjari
#VeryLoveIndonesiaYes
#TwitterJadul
#StopVKS
Semoga Ramadhan
LDR'an

Tweets

The Jakarta Post @jakpost · 8s
Festival exposes visitors to new teas bit.ly/1jKruRw
Expand Reply Retweet Favorite More

ridwan kamil @ridwankamil · 12s
sdh dr jam 4 subuh teh. skg sdg koordinasi di luar lokasi RT @tiahsetia:
@ridwankamil bapak ke lokasi mau jam brp ?
View conversation Reply Retweet Favorite More

Republika Online @republikaonline · 17s
Cara Terbaik Menyambut Ramadhan (1) republika.co.id/r/n7nnn8
Expand Reply Retweet Favorite More

TRIBUNnews.com @tribunnews · 22s
Ahok: Menpora Jangan Ngomong Sembarangan - Tribun Jakarta
tribunnews.com/metropolitan/2... via @tribunnews
Expand Reply Retweet Favorite More

Tiza Mafira @TizaMafira · 23s
Puts. Puts! #hate #typos
Expand Reply Retweet Favorite More

Who to follow · Refresh · View all

efekrumahkaca @efekruma...
Followed by Sobi si Sobot Bu.
Follow

HLS @HeruLS
Followed by Devi R. Ayu an...
Follow

CHAIRIL SYAH @Mgs_CHAIRIL
Follow

Popular accounts · Find friends

World Cup 2014

Tue 04:00 PM GMT
Italy Uruguay
View match



Twitter

- Mikro blogging, 140 karakter, sederhana dan mudah mengirimkannya
- Fleksibel, karena semua smartphone saat ini telah menyediakan aplikasinya
- Hot news, karena update tweet kita langsung masuk ke seluruh pemakai twitter
- Tanpa batas, karena bisa melihat tweet orang lain tanpa harus berteman
- Interaktif
- Terukur



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

INSTAGRAM

- Kampanye promosi kreatif karena menonjolkan visual
- Digunakan lebih dari 200 juta pengguna aktif setiap bulan
- Rata-rata posting 60 juta foto per hari
- Efektif karena bentuknya visual (90% informasi yang dikirim lewat konten visual diproses 60 ribu kali lebih cepat dari teks)
- Auto share ke Facebook, Twitter, Flickr dan Tumblr
- Interaktif terutama kepada user melalui comment





**jajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

INSTAGRAM





**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

YOUTUBE

- didirikan pada Februari 2005, YouTube memungkinkan miliaran orang menemukan, menonton dan berbagi video.
- Iklan gratis
- Membagi tutorial, kampanye dll
- Share ke FB, twitter dll
- bulan Mei tahun 2006 YouTube memiliki pangsa pasar sebesar 43 persen. Pada 9 Oktober 2006 diumumkan bahwa YouTube telah dibeli Google dengan harga US\$ 1,65 miliar.





jelajah indie komunikasi
(JIKom)

Brings Idea for Better Changes



YouTube

Search

Create Account or Sign In

Subscriptions History Upload

Categories

- Autos & Vehicles
- Comedy
- Education
- YouTube EDU
- Entertainment
- Film & Animation
- Gaming
- Howto & Style
- Music
- News & Politics
- Nonprofits & Activism
- People & Blogs
- Pets & Animals
- Science & Technology
- Sports
- Travel & Events
- Comedians
- Directors
- Gurus
- Musicians
- Non-Profit
- Partners
- Politicians
- Reporters
- Sponsors
- Shows
- Movies
- Contests
- Events

YouTube EDU

Search YouTube EDU

Videos Channels

In: All Channels Directory Most Subscribed Most Viewed When: This Month

Channel	Videos	Views
Northwestern	259	259 Views
UC Berkeley	459	459 Views
Stanford University	777	777 Views
AppMedia	40	40 Views
UC Television	3,382	3,382 Views
University of Illinois	156	156 Views
Carnegie Mellon	155	155 Views
Harvard	47	47 Views
MIT	140	140 Views
UCLA	647	647 Views
Washington State	90	90 Views
ECU	95	95 Views
UCLA	967	967 Views
Baruch	301	301 Views
Cal Poly	27	27 Views
Yale University	291	291 Views
Oregon State	100	100 Views
Kean	34	34 Views
OK State	171	171 Views
University of Texas	124	124 Views
Leeds Beckett	290	290 Views
FIU	194	194 Views
UC Berkeley	6,209	6,209 Views

YouTube

Search

World's free classroom at khanacademy.org

KHANACADEMY

The Khan Academy

Subscribe Uploads Playlists

www.Youtube.com/KhanAcademy

YouTube

Search

Video Lucu Brimob Gorontalo Briptu Norman Kamaru

TheSickBack 5 videos

Subscribe

jpnn.com



**jelaah indie komunikasi
(JiKom)**
Brings Idea for Better Changes

Manakah Sosial Media Pilihan dan Favoritmu?





**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Jam Orang Membuka Sosmed

- Pkl 06.00 : Membuka hanya lihat update tanpa berkeinginan berkomentar dan merespon
- Pkl 07:00-08.00 : Orang ada di jalan bus dan kereta pasti tengah melihat sosmed dan aktif update
- Pkl 11.00 – 13.00 : Orang makan siang dan ada waktu senggang sedikit.
- Pkl 16.00-19.00 : Peak Time
- Pkl 20.00-22.00 : Harus lihat acara yang lagi trend di tv, bola, debat capres.

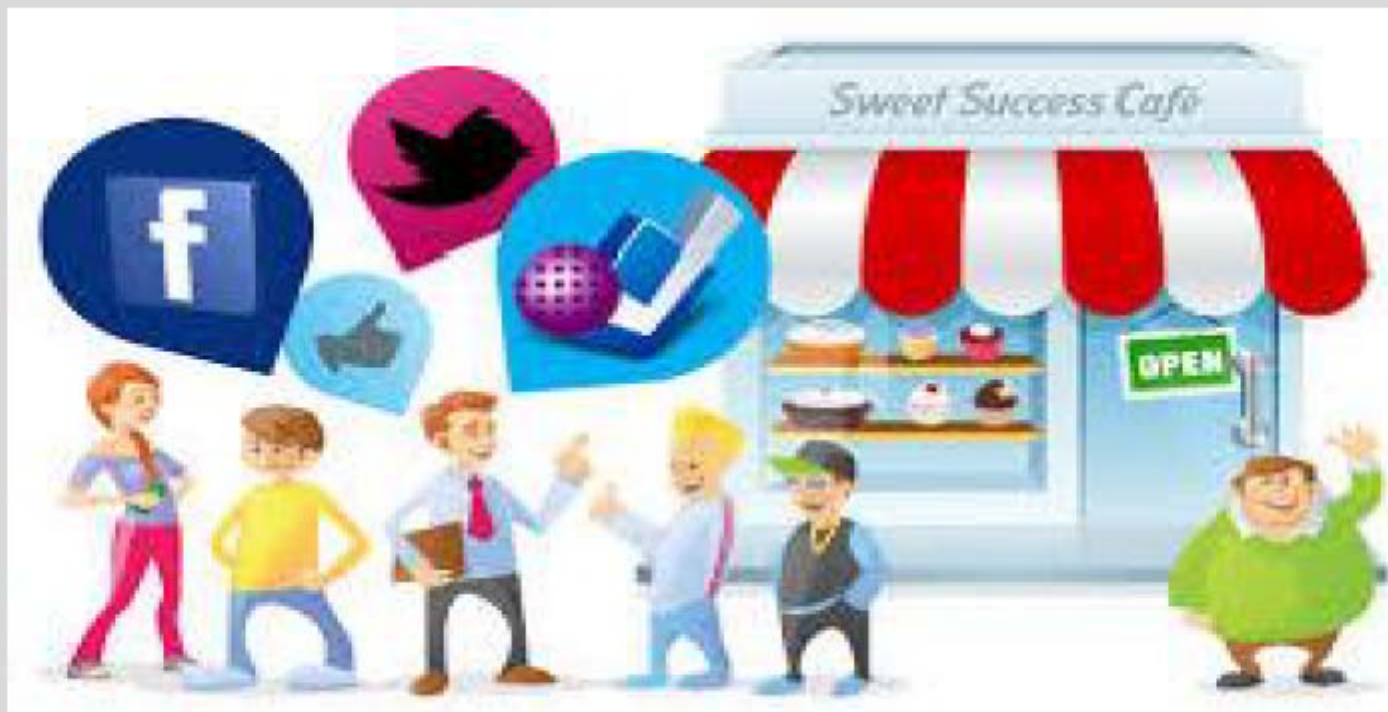


tukarinfo.com



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**
Brings Idea for Better Changes

SEBELUM MEMULAI KAMPANYE





**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

MEMILIH PESAN KUNCI







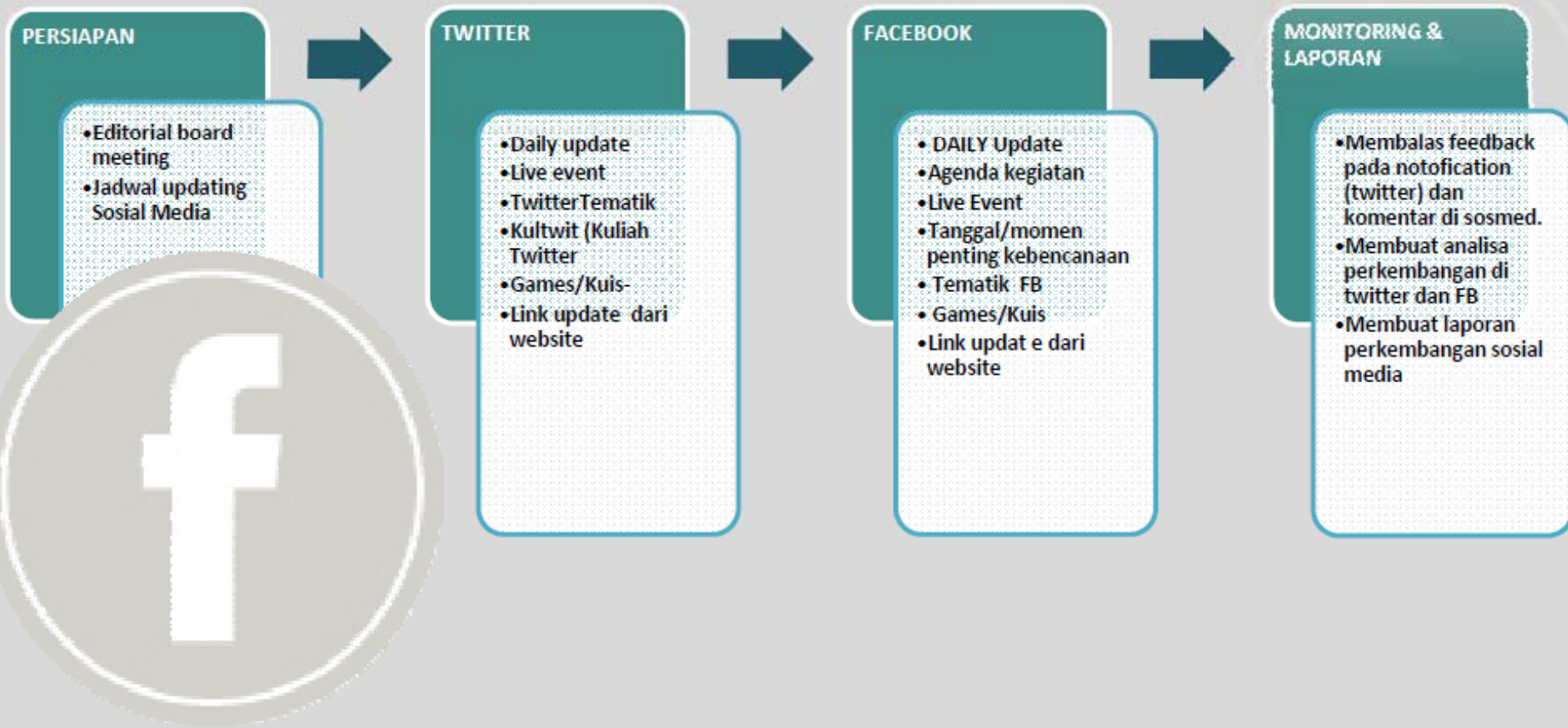
- Tentukan strategi media yang akan digunakan (sarana komunikasi, promosi alternatif, dll)
- Siapa yang akan mengelola sosial media
- Kapan kita melakukan update sosial media
- Dimana saja kita mengupdate sosial media (pilihan sosial media : FB, Twitter, Instagram, Google +, LinkeDin dll)
- Menaknismenya seperti apa
- Temanya apa saja
- Sasarannya siapa saja



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Konsep Pengelolaan Sosial Media





**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

MENGUKUR SUKSES DI MEDIA SOSIAL



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

ANALISA TWITTER

- Jumlah Mention/RT
- Jumlah follower aktif dalam kurun waktu tertentu
- Jumlah retweet terbanyak tiap tweet
- Rangking twitter
- Prediksi follower dalam kurun waktu tertentu
- Top users mentions akun kita
- Jumlah tweet dalam kurun waktu tertentu
- Lokasi dan keberadaan follower



Contoh Website untuk Analisa Twitter

- **TwitterCounter.com** untuk mengetahui tentang peningkatan jumlah follower, memprediksi jumlah follower yang akan datang, untuk mengetahui peringkat twitter.
- **TweetStats.com** untuk mengetahui rata-rata tweet tiap hari, mengetahui siapa saja orang yang paling sering nge-mentions dan di-mentions, data disajikan juga dalam bentuk grafik.
- **Archivist.Visitmix.com** memiliki analisis Tweet vs ReTweet.
- **MentionMapApp** menyajikan aktifitas tweet kepada orang-orang dalam bentuk animasi jejaring yang menarik
- **Tweet.Grader.com** untuk mengecek pertemanan
- **Twitonomy** mengetahui lokasi follower
- **TwitAHolic.com, TwitterStats.net, Twistori.com, Trendistic.Indextank.com** dll



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Contoh

- Twitonomy
- Cukup login alamat twitter
- Dapat mendownload grafik dan chart dalam bentuk PDF atau EXCEL dengan mengupgrade akun menjadi premium (berbayar sekitar \$20)

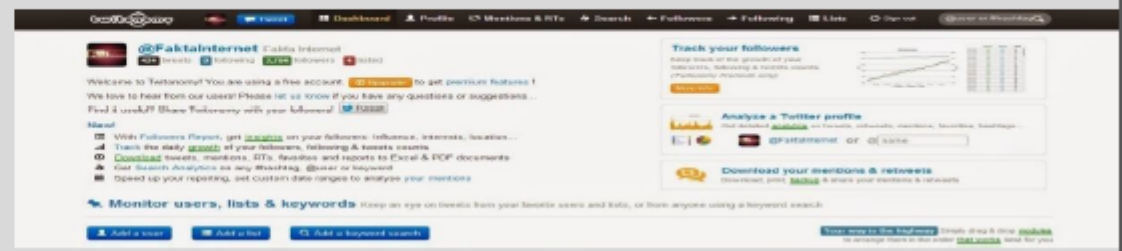


Twitter #analytics and much more...

- ✓ Get detailed and visual **analytics** on anyone's tweets, retweets, replies, mentions, hashtags...
- ✓ Browse, search, filter and get **insights** on the people you follow and those who follow you
- ✓ **Backup/export** tweets, retweets, mentions and reports to Excel & PDF in just one click
- ✓ Monitor your interactions with other **Twitter** users: **mentions**, retweets, favorites...
- ✓ Get and export **Search Analytics** on any keywords, #hashtags, URL or @users
- ✓ Get insights on and **download** any user's **retweeted & favorited tweets**
- ✓ Browse, search, filter, sort and batch add/remove people to your **lists**
- ✓ **Monitor** tweets from your favorite users, lists and **keyword searches**
- ✓ Get actionable insights on your followers with **Followers Report**
- ✓ Find out easily those you follow but **don't follow you back**
- ✓ **Download** your followers and following lists to Excel
- ✓ Get the list of the **followers** you don't follow back
- ✓ **Track clicks** on the links in your tweets
- ✓ Track your **follower growth** over time
- ✓ And much more...

Get started, try Twitonomy now!

► Sign in

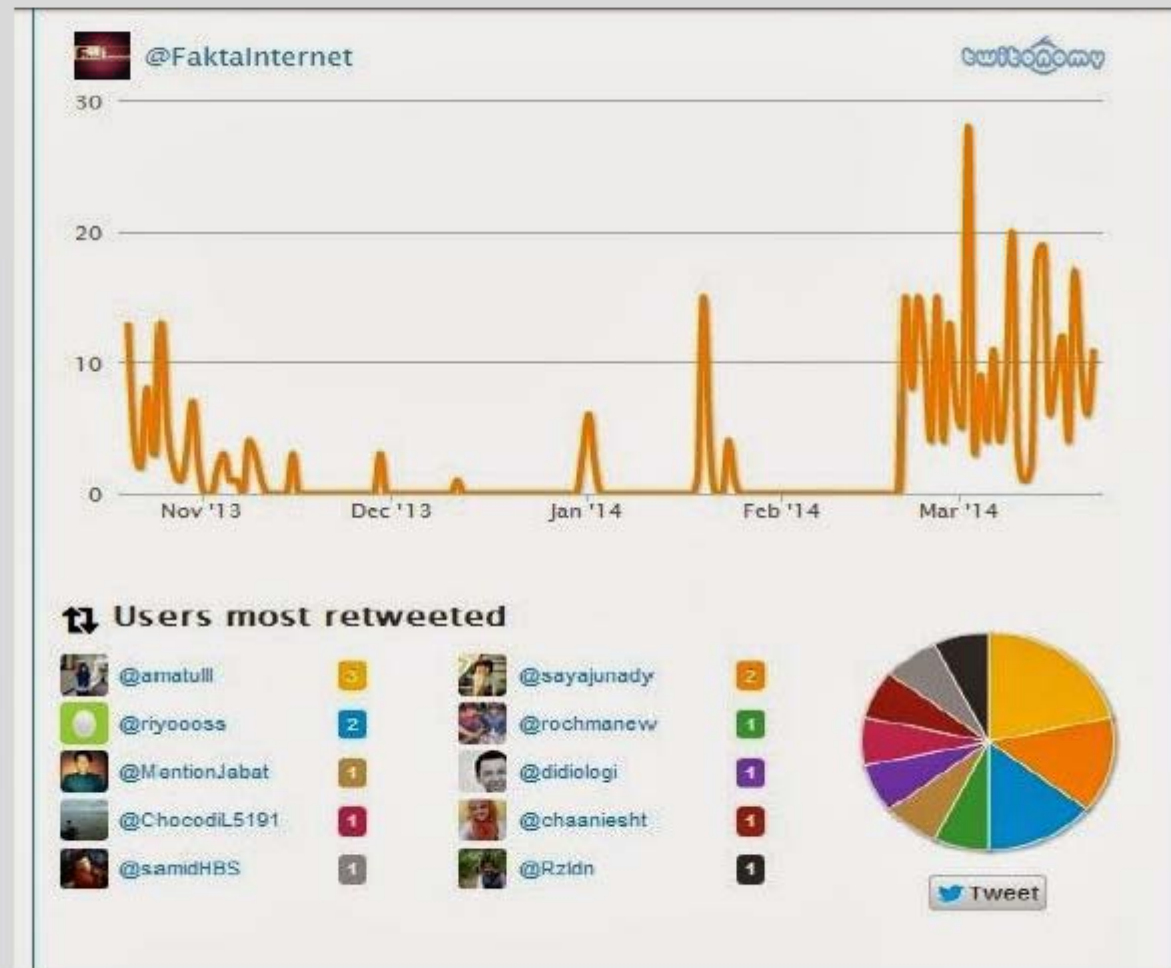




**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Twitonomy





**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Capaian Follower Twitter

**Sept
2012
800-an
follower
twitter**

Yayasan KEHATI
@KEHATI

TWEETS	FOLLOWING	FOLLOWERS
5,198	1,321	3,400

2013-2014

Yayasan KEHATI
@KEHATI

TWEETS	FOLLOWING	FOLLOWERS
7,403	461	4,065

Sept 2014

MARI MENJADI BAGIAN KEHATIWARD VIII JANUARI 2015

Yayasan KEHATI
@KEHATI

TWEETS	FOLLOWING	FOLLOWER
9,474	577	4,590

Trends - Change

- #CharlieHebdo
- #RAISAJatuhHati
- #KepoOnNoters
- #JeSuisCharlie
- #TanyaTentangKamu
- Udah Ada Yang Bilang Kangen
- Vid
- Fa
- LA
- Ho

**Okt 2014-
Jan 2015**



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Gambaran Umum Interaksi Twitter

Latest Results

Past 1 Hour

0

Past 1 Day

131

Past 7 Days

232

Past 13 Days

620

Past 30 Days

938

All Time

Specific Range

8%
strength

0:0
sentiment

66%
passion

4%
reach

1 hours avg. per mention

last mention 4 hours ago

2 unique authors

0 retweets



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Follower dan Influencer

Berikut adalah follower Kehati yang juga ditandai sebagai influencer bagi follower mereka, tiap kali mention dan me-RT-kan Twitter Kehati.

Keberadaan mereka ini cukup berpengaruh dalam menambah follower-nya Kehati.

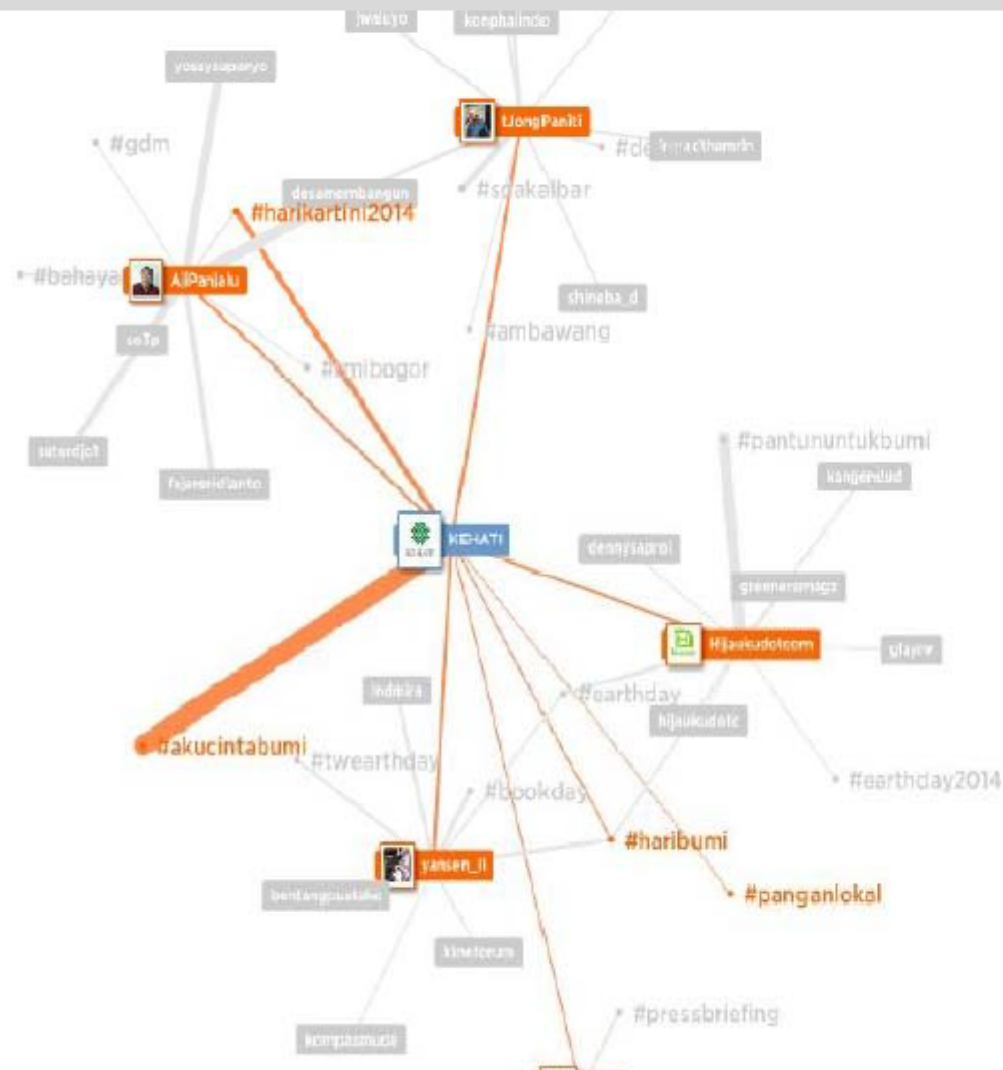
	Bondan Winarno @pakbondan On My Honor I Will Do My Best Cel... 1 Tweet - 3 hr ago	436,85 FOLLOWER
	The Body Shop Indo @thebo... Welcome to the OFFICIAL Twitter o... 1 Tweet - 4 Retweets - 10 hr ago	93,99 FOLLOWER
	Hijauku.com @hijaukudotcom Portal Hijau Pertama di Indonesia ... 1 Tweet - 4 hr ago	66,00 FOLLOWER
	GREENERATION @greenerati... a sustainable organization that hel... 1 Tweet - 10 hr ago	43,26 FOLLOWER
	DietKantongPlastik @iddkp Gerakan nasional yang mengajak ... 1 Tweet - 2 hr ago	6,68 FOLLOWER
	Suzy Hutomo @suzyhut Mother of 2 homeschoolers. CEO ... 1 Tweet - 3 hr ago	6,26 FOLLOWER



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Gambaran Umum Jejaring Mention



Setiap kali twitter akan menghasilkan reply dan RT- yang berakibat pada beberapa kali reply. Sehingga penyebaran informasinya semakin luas. Terutama jika di reply dan dimention para follower yang juga influencer



jelajah indie komunikasi
(JIKom)

Brings Idea for Better Changes

Analisa untuk twitter Walhi Nasional

WALHI
@walhinasional

WALHI was established on 15th Oct 1980 in response to the injustice in the use and access of natural resources and basic essentials that support livelihoods
Indonesia - walhi.or.id

16,853 TWEETS	148 FOLLOWING	16,357 FOLLOWERS	111 LISTED
------------------	------------------	---------------------	---------------

Following

Followed by Melky Nahar, Jelajah Indie Kom, Usman Hamid and more.

1. Kampanye publik dengan jaringannya cukup gencar dan publikasi medianya juga luas.
2. Hampir semua aktivisnya baik nasional dan regional juga aktif di sosial media & rajin me-reply, RT, dan mention- (it's part of campaign)
3. Selalu ada report kegiatan regional melalui sosial media



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

ANALISA UNTUK TWITTER WWF INDONESIA

WWF-Indonesia
@WWF_ID

WWF-Indonesia adalah organisasi konservasi independen terbesar di Indonesia dan telah memulai kegiatannya sejak 1962.

Indonesia · wwf.or.id

14,651 TWEETS 514 FOLLOWING 141,321 FOLLOWERS 436 LISTED

Following

Followed by [Change.org Indone](#), [chikrini](#), [hutan](#) and more.

1. Selalu ada kampanye publik yang menyertakan komunitas yang aktif
2. Publikasi media lebih luas.
3. Kampanye disertakan dengan data riset yang kuat.
4. Semua staf aktif mendukung kampanye di sosial media



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Rata-rata penambahan Follower Kehati

In the past week your @KEHATI account:

Got **41** New Followers

[Who are the new fans?](#)

Had **7** Unfollows

[Who showed poor judgement?](#)

Tweeted **86** times - We recommend you tweet at least once a day, for example

[Tweet Your Stats](#)

You are following a total of 455 accounts and:

243 of them are not following you back

[Who Are They?](#)

5 of them have been inactive in the last 2 months

[See the inactive](#)

In the past week your @KEHATI account:

Got **31** New Followers

[Who are the new fans?](#)

Had **2** Unfollows

[Who showed poor judgement?](#)

Tweeted **65** times - We recommend you tweet at least once a day, for example

[Tweet Your Stats](#)

You are following a total of 453 accounts and:

242 of them are not following you back

[Who Are They?](#)

3 of them have been inactive in the last 2 months

[See the inactive](#)



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

FACEBOOK



Cover Photo

Change Cover

Yayasan Kehati
6,285 likes · 41 talking about this

Non-Governmental Organization (NGO)
Biodiversity, People and Partners

About

Photos

Likes

6,285

4 bulan lalu

See Your Ad Here

20
994-2014) Tahun

Yayasan Kehati likes
Yayasan Kehati.

Like

Promote Page

Recent

2014

2013

2012

Founded

g oleh :
Yayasan Kehati
Non-Governmental

Timeline

About

★★★★★

7,237 likes
39 visits

Reach People Nearby
Get people near Jakarta to like your Page

Promote Page

Present



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Fan Page Kehati

Showing data from **01/01/2015 - 01/07/2015**

Page Likes



7,237 Total Page Likes

▲ 0.6% from last week

Page Likes

42

New Page Likes

▲ 35.5%

— This week
— Last week

01/01 01/02 01/03 01/04 01/05 01/06 01/07

Post Reach



3,618 Total Reach

▲ 205.8% from last week

2,752

Post Reach

▲ 143.8%

— This week
— Last week

01/01 01/02 01/03 01/04 01/05 01/06 01/07

Engagement

447 People Engaged

▲ 190.3% from last week

311

Likes

46

Comments

20

Shares

571

Post Clicks



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Profil Fans-nya KEHATI di FB

Overview Likes Reach Visits Posts **People**

Your Fans People Reached People Engaged Check-ins

The people who like your Page

Women

31%

Your Fans

46%

All Facebook

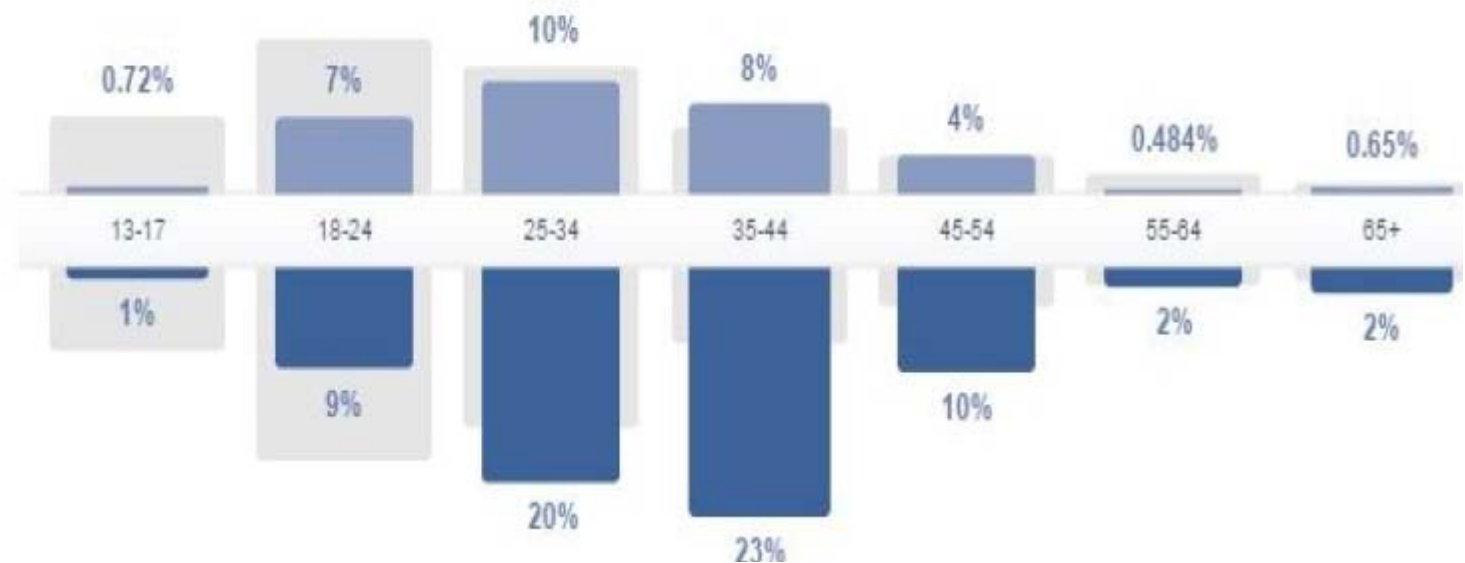
Men

67%

Your Fans

54%

All Facebook





**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Profil Fans KEHATI di FB

Overview Likes Reach Visits Posts **People**

23%

Country	Your Fans	City	Your Fans	Language	Your Fans
Indonesia	6,983	Jakarta, Jakarta Raya, Ind...	1,883	Indonesian	4,603
Malaysia	30	Yogyakarta, Indonesia	461	English (US)	2,039
United States of America	28	Bogor, Jawa Barat, Indon...	402	English (UK)	489
Australia	25	Bandung, Jawa Barat, Ind...	318	Javanese	18
Germany	16	Medan, Sumatera Utara, I...	257	French (France)	15
Japan	12	Surabaya, Jawa Timur, In...	131	Malay	7
Thailand	11	Malang, Jawa Timur, Indo...	114	Spanish	7
United Kingdom	9	Makassar, Sulawesi Selat...	105	Japanese	6
India	9	Semarang, Jawa Tengah, ...	98	Portuguese (Brazil)	6
Italy	6	Tangerang, Jawa Barat, I...	93	Spanish (Spain)	5

See More



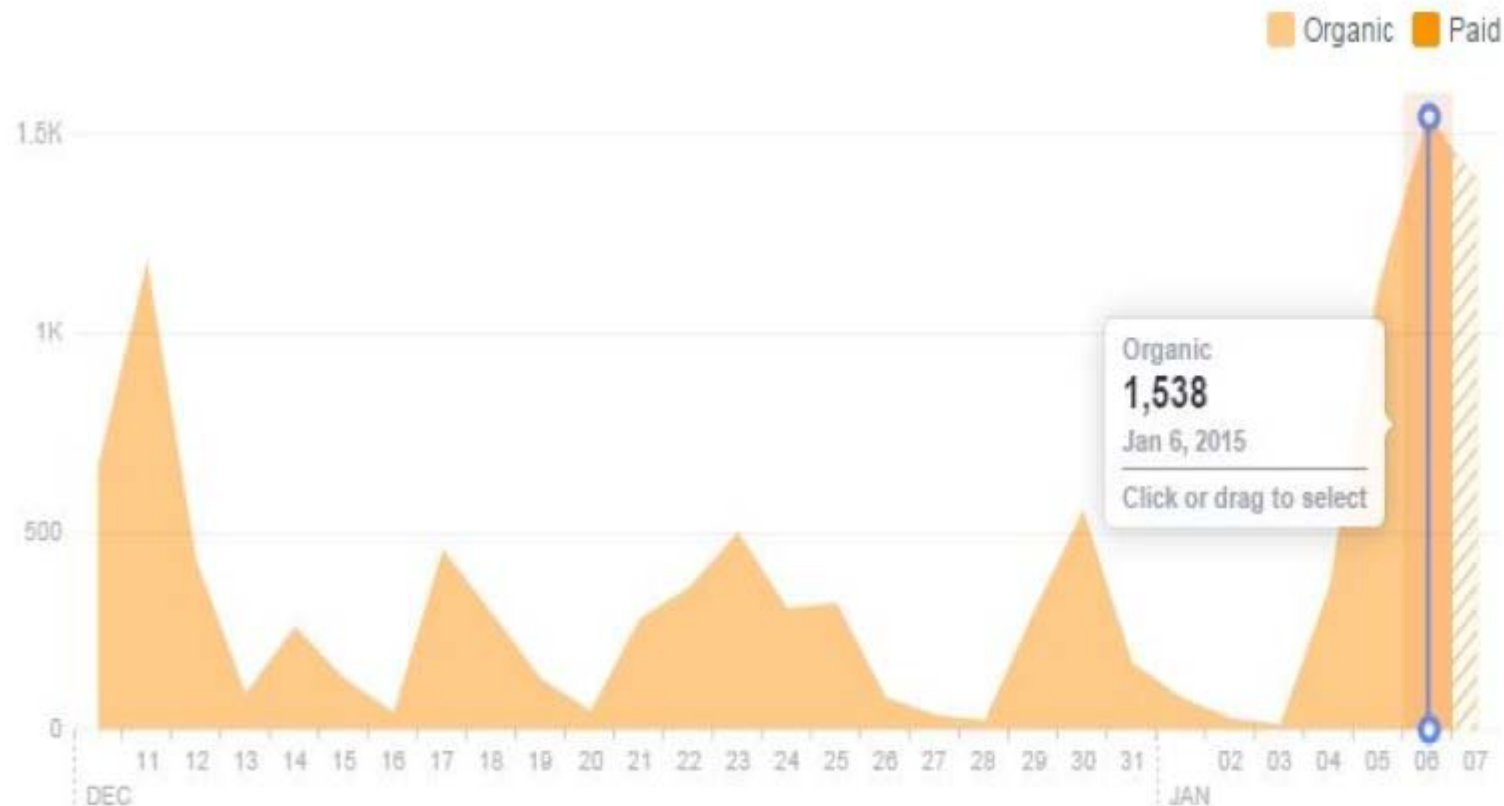
**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

POST REACH Fan Page FB KEHATI

Post Reach

The number of people your post was served to.



BENCHMARK

Compare your average performance over time

Organic

Paid



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

HITS FB KEHATI TERBARU



Yayasan Kehati

December 11, 2014 at 1:07pm · Edited ·

International #MountainDay 2014

Mountain Family Farmers : Feeding people, nurturing the planet.

Center for International Forestry Research (CIFOR) CIFOR-Indonesia
Forest Telapak Forestry Kementerian Pertanian RI Petani Kecil Food and
Agriculture Organization Balebengong.net... See More



1,088 People Reached

54 Likes, Comments & Shares

41
Likes

29
On Post

12
On Shares

0
Comments

0
On Post

0
On Shares

13
Shares

12
On Post

1
On Shares

27 Post Clicks

27
Photo Views

0
Link Clicks

0
Other Clicks ⓘ

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide Post

0 Hide All Posts

0 Report as Spam

0 Unlike Page



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Hits Posting FB Terbaru



Yayasan Kehati

Yesterday at 8:28am · 🌐

Jika rumput tetangga sahabat terlihat lebih hijau itu bukan sulap, dan bukan terbentuk indah begitu saja. Berhenti memandangi. Berhenti membandingkan. Berhenti mengeluh. Mulailah merawat rumput sahabat sendiri.



677 people reached

[Boost Post](#)

677 People Reached

58 Likes, Comments & Shares

54

Likes

42

On Post

12

On Shares

1

Comments

1

On Post

0

On Shares

3

Shares

2

On Post

1

On Shares

4 Post Clicks

4

Photo Views

0

Link Clicks

0

Other Clicks ⓘ

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide Post

0 Hide All Posts

0 Report as Spam

0 Unlike Page



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Hits FB Terbaru



Yayasan Kehati

December 30, 2014 at 12:32pm · 🌐

Kita memiliki bumi yang cantik.
Bumi bukan hanya rumah bagi kita, manusia.
Tetapi, juga rumah bagi makhluk hidup lainnya (flora dan fauna).
Perilaku kita selama satu tahun berdampak langsung kepada kecantikan bumi dan kelangsungan hidup makhluk hidup lainnya di tahun-tahun berikutnya.
Untuk membuat bumi tetap baik dan cantik, cukup dengan setiap masing-masing kita memulainya dari diri sendiri dengan bergaya hidup hijau....
[See More](#)



Gunung Agung, Bali @balivolcano.com



977 People Reached

85 Likes, Comments & Shares

80 Likes	46 On Post	34 On Shares
0 Comments	0 On Post	0 On Shares
5 Shares	3 On Post	2 On Shares

25 Post Clicks

25 Photo Views	0 Link Clicks	0 Other Clicks ⓘ
--------------------------	-------------------------	----------------------------

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide Post	0 Hide All Posts
0 Report as Spam	0 Unlike Page



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Hits FB Kehati



Yayasan Kehati

August 7 · 🌐

Sinar mentari pagi yang baik untuk kesehatan kulit dan tulang kita dibawah jam sepuluh pagi.

Manfaat vitamin D yang terkandung dalam sinar mentari pagi baik untuk kesehatan kulit dan kandungan kalsiumnya baik untuk tulang.

Selamat menikmati mentari pagi sebelum beraktifitas di dalam ruangan, sahabat!



893 People Reached

77 Likes, Comments & Shares

69
Likes

49
On Post

20
On Shares

4
Comments

3
On Post

1
On Shares

4
Shares

3
On Post

1
On Shares

21 Post Clicks

18
Photo Views

0
Link Clicks

3
Other Clicks ⓘ

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide Post

0 Hide All Posts

0 Report as Spam

0 Unlike Page



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

Hits FB Kehati



Yayasan Kehati

August 15 at 3:24pm · 🌐

Buat kalian yang cinta Indonesia dan #Cintapangananlokal Indonesia, dan ingin menambah pemahaman, pengetahuan juga kepedulian, yuk ikuti Kuliah Umum dari Dr Vandana Shiva tentang, "Kemerdekaan Benih." Diadakan pada 18 Agustus 2014, di Balai Sidang Universitas Indonesia. Pukul 09.30-12.00 WIB. Gratiss! Benih Merdeka, kita juga harus lebih merdeka. Mari Merdeka! 😊



1,639 People Reached

122 Likes, Comments & Shares

86

Likes

54

On Post

32

On Shares

17

Comments

3

On Post

14

On Shares

19

Shares

19

On Post

0

On Shares

133 Post Clicks

85

Photo Views

0

Link Clicks

48

Other Clicks ⓘ

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide Post

0 Hide All Posts

0 Report as Spam

0 Unlike Page



**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

TERIMA KASIH

Etika Dan Hal – Hal Yang Sebaiknya Tidak Dilakukan di Media Sosial



#1

**tetap patuhi etika umum
sebagai orang Indonesia.**

#2

**Jangan menjelek-jelekan orang atau
pihak lain (termasuk kota, brand atau
kampanye lain).**



#3

**Jangan berlebihan
dalam menyebarkan fakta
untuk menghindari
kesan mendramatisir sesuatu.**

#4

**Hati-hati menyebarkan informasi
yang bisa jadi HOAX.**



#5

Hindari menghina atau menjelek-jelekan orang atau pihak lain. Bila ada keluhan usahakan menggunakan bahasa bersayap atau tidak menyebut langsung orang/pihak lain.

#6

Hargai karya cipta orang lain (jangan copy-paste tanpa izin).



#7

Perhatikan sifat informasi yang disampaikan, jangan sampai menyampaikan informasi yang bersifat rahasia.

#8

Bila terjadi adu argument, hadapi dengan kepala dingin. Jangan terpancing emosi.



#9

**Jangan malu mengakui kesalahan.
Meminta maaf dan berbesar hati mengakui jauh
lebih baik daripada menghindari dan tidak
mengakui kesalahan.**

#10

Hati-hati salah akun!



#11

Media Sosial Bukan Diary!

Batasi membagi seputar kehidupan pribadi, terlebih yang sangat pribadi dan sensitif. Ada beberapa hal yang seharusnya tidak perlu diketahui oleh semua orang; masalah keuangan, bertengkar dengan seseorang, pandangan kita terhadap seseorang dan lain sebagainya.



#12

Hati-hati bila check in place dan mengupdate status sedang dimana kita berada. Tanpa disadari, check in place bisa mengundang orang yang berniat jahat kepada kita. Orang yang berniat jahat akan mengetahui dimana kita berada dan dengan siapa kita berada.



#13

Hindari posting/candaan yang memiliki unsur SARA (Suku, Agama dan Ras) serta pornografi. Selain bisa menyinggung pihak lain juga bisa menimbulkan salah persepsi dan membawa dampak yang buruk.



#14

Jangan Asal Tag!



#15

Bijak dalam mencantumkan informasi pribadi; alamat rumah, nomor telepon, tempat bersekolah, alamat email.



**THINK BEFORE
POSTING**

!



Mansyur Rahim

Manajer Flock Indonesia, Social Media Management

Mobile : 082343934444
Twitter : @lelakibugis
Email : lelakibugis@gmail.com
Web : lelakibugis.net
flockindonesia.com



Membangun Interaksi di Media Sosial





ALUR MEDIA SOSIAL



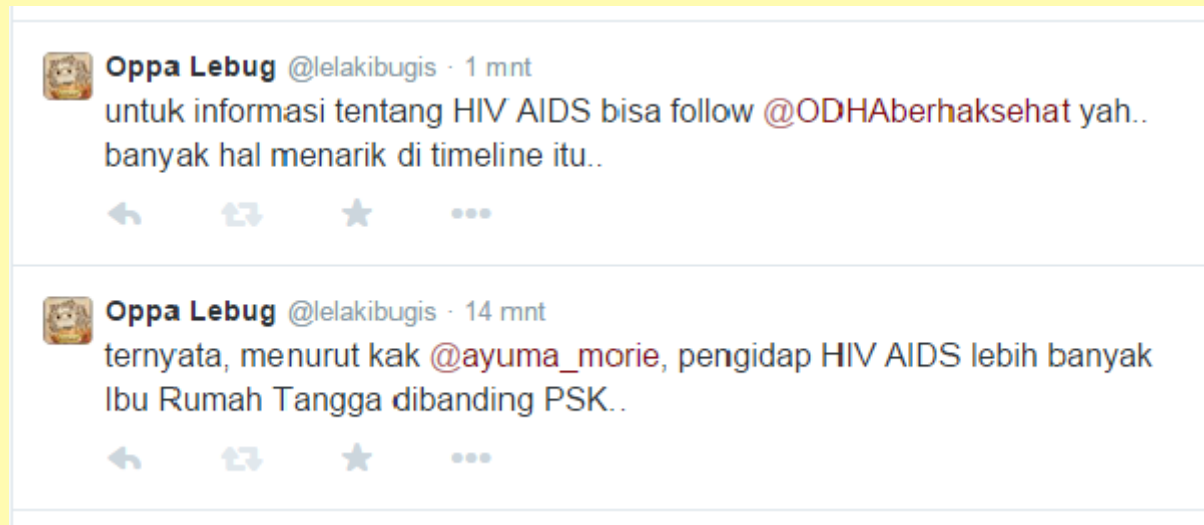
WRITE VALUABLE CONTENT

INFORMATIVE
INTERESTING
RELEVANT

Konten harus memberikan informasi yang berharga dan berguna bagi pembaca

- Jika tujuan utama konten adalah untuk menampilkan lembaga atau sebuah kampanye, informasi yang diberikan harus berkaitan dengan profil lembaga dan kampanye yang sedang digencarkan.
- Jika tujuan sebuah konten adalah untuk mengarahkan trafik ke situs web/fans page kampanye, informasi yang diberikan harus memberitahu pembaca mengapa mereka harus mengunjungi situs ini dan apa yang bisa mereka peroleh.

Fakta, statistik, metafora, meme, analogi dan anekdot lucu adalah cara-cara terbaik untuk menarik perhatian audiens.



Hindari diksi – diksi yang terlalu teknis, sebaiknya gunakan kata-kata dan frase yang mudah dipahami

Tanyakan kepada diri Anda pertanyaan ini: “Jika saya membaca konten online, apakah saya tertarik membacanya secara keseluruhan?” Jika jawabannya tidak, coba cari tahu penyebabnya dan bagaimana Anda dapat mengubahnya.

Konten harus relevan dengan kampanye anda. Selain itu, juga harus relevan dengan audiens. Mengetahui target audiens Anda adalah penting, tetapi memastikan konten sesuai dengan audiens lebih penting.

GUNAKAN TAGAR/HESTEK

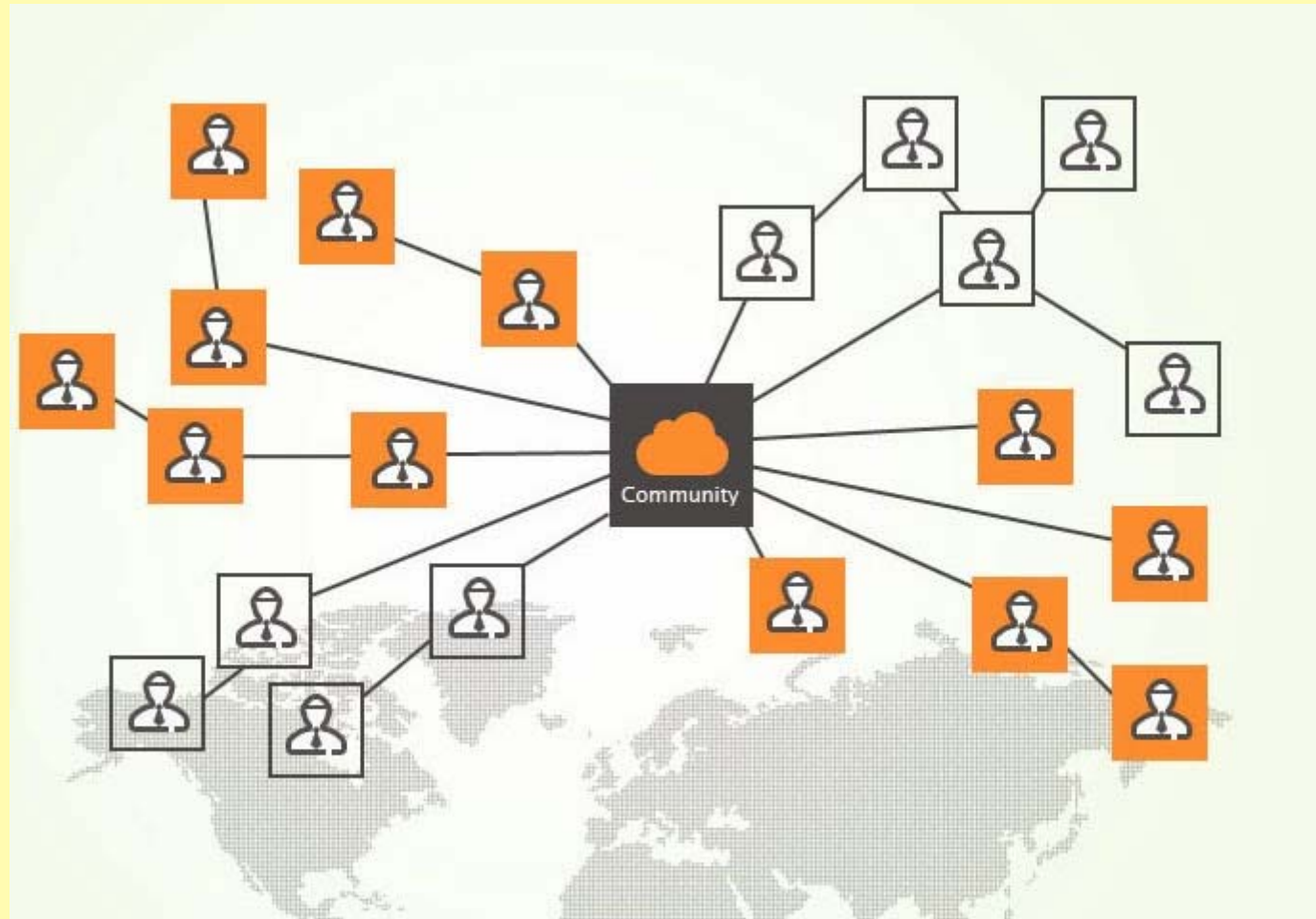


- Pakai Kata Kunci Sebagai Tagar.
- Memudahkan Calon Audiens Menemukan Postingan Kampanye.
- Memudahkan Track Keberhasilan Kampanye

SURVEY / POLLING / TANYA JAWAB



BANGUN JEJARING





Jurnalis, Blogger, Influencer

GATHERING



Mansyur Rahim

Manajer Flock Indonesia, Social Media Management

Mobile : 082343934444
Twitter : @lelakibugis
Email : lelakibugis@gmail.com
Web : lelakibugis.net
flockindonesia.com



BERKAMPANYE DI MEDIA SOSIAL



- ✓ **LANGKAH #1: Menyusun Tujuan dari Kampanye**
- ✓ **LANGKAH #2 : Menentukan ukuran kesuksesan**
- ✓ **LANGKAH #3 : Menentukan Target**
- ✓ **LANGKAH #4 : Memilih social media platform yang tepat**
- ✓ **LANGKAH #5 : Mengumpulkan data**
- ✓ **LANGKAH #6 : Menyusun konten**



- LANGKAH #1
- Sebuah kampanye tentunya harus memiliki tujuan.
- ## Menyusun Tujuan dari Kampanye



S M A R T

- SPECIFIC
- MEASURABLE
- ACHIEVABLE
- REALISTIC
- TIMELY



SPECIFIC

- Apa tujuan kampanye Anda secara dalam lagi



MEASURABLE

- Tujuan dari kampanye anda harus memiliki target terukur.



ACHIEVABLE

- Tujuan dari kampanye Anda harus masuk akal. Tidak Muluk-muluk.



REALISTIC

- Harus realistis.
- Pastikan data lengkap, perangkat memadai dan tim Anda bisa melakukannya.



TIMED

- Buat timeline untuk mencapai target Anda.



LANGKAH #2 :

Menentukan ukuran kesuksesan

- Hal yang terpenting dalam mengembangkan strategi anda adalah bagaimana anda mengukur kesuksesan kampanye ini.



- Tujuan Kampanye :

1. Meningkatkan Jumlah Member
2. Meningkatkan donasi terhadap kampanye

- Cara Mengukurnya :

- Jumlah dari member yang didapatkan dari media sosial
- jumlah donasi yang diterima



LANGKAH #3 :

Menentukan Target Audiens

- Tentukan Audiens yang sesuai dengan Kampanye Anda, dengan begitu Anda dapat dengan mudah menentukan strategi kampanye Anda.



LANGKAH #4 :

Memilih Platform Yang Tepat

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Youtube



LANGKAH #5 :

Mengumpulkan data

- Mengumpulkan data untuk menyusun konten yang sesuai dengan tujuan kampanye.
- Lebih baik lagi dilakukan secara tim, sehingga ada pembagian tugas:
 - Membuat konten
 - Mengupdate media sosial
 - Mencari informasi tambahan
 - Merangkul komunitas dan orang yang berpartisipasi
 - Monitor dan analisa data interaksi
 - Berhubungan dengan internal dan external partners



LANGKAH #6 :

- Dari data yang dikumpulkan, disusunlah konten untuk kampanye media sosial :
 - Script
 - Infografis
 - Visual Grafis
 - Video
 - Dan lainnya



Beberapa Aplikasi Twitter

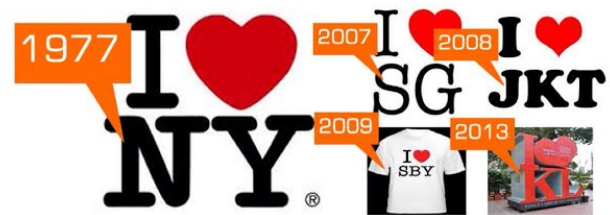
- Tweetdeck
- Sproutsocial
- Hootsuite

#ICEBUCKETCHALLENGE

- **Tantangan Ember Es** (*The Ice Bucket Challenge*, kadang-kadang disebut **ALS Ice Bucket Challenge**), adalah kegiatan berupa menyiram seember air es di kepala seseorang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan penyakit [sklerosis lateral amiotrofik](#) (ALS) dan mendorong sumbangan untuk penelitian penyakit tersebut. Tantangan ini menjadi terkenal di seluruh [media sosial](#) selama pertengahan 2014.^{[1][2]}
- Kegiatan ini menantang peserta yang telah ditunjuk untuk memfilmkan dirinya dengan ember berisi air es dituangkan di kepalanya dan menantang orang lain untuk melakukan hal yang sama. Ketentuan umumnya, orang-orang yang ditunjuk memiliki waktu 24 jam untuk memenuhi tantangan itu atau tidak dengan cara sumbangan amal.^[3]

#logomks

- Sebuah aksi dari teman-teman netizen Makassar sebagai aksi kritik terhadap sistem pemilihan logo city branding Makassar
- Tujuannya memberikan edukasi sistem : Sayembara
- Menunjukkan kualitas desain teman-teman di Makassar yang lebih kaya dan kreatif





Semangat Merah Kami Kini Kembali

Terima kasih atas semua dukungan
yang telah anda berikan

All For One, One For All

#togetherwewstand



airasiaindonesia

Following

4 days ago

Terima kasih atas semua dukungan yang Anda berikan.

Kini, kami siap melanjutkan mimpi Anda.

#togetherwewstand

♥ [ardiantiputeri](#), [erikcahya](#), [htrizandra](#) and 1,000 others like this.



kaka_andrian

Liburan maret bersama @airasiaindonesia . Semoga kedepan makin lebih baik



duddy_bear

Akhirnya.. si merahku @airasiaindonesia balik lagi!!!..



fendifelix

Asyik.. Promo merah lage.. ☺☺



antidermawan

Insyaallah awal maret bersenang senang bersama @mywiddy @ijun78 @denisivo ke Phuket..kami bs kmana mana krn kamuuuuu si meraaaah...big thanks @airasiaindonesia



vivien284_

Tetep setiaaaa sama @airasiaindonesia semangat utk lbh baik kedepan ny yaaaa☺☺



Leave a comment...





**Sayang
Bandung**



“ Pilih mana,
bayar denda
karena nyampah
atau **penjara?** ”

-melody, polwan setempat

**Buang sampah sembarangan mengakibatkan denda hingga
50 juta rupiah. Buanglah sampah pada tempatnya.**

Klien yang telah bekerja sama dengan kami :

Ryan Hidayat

Twitter: @r_hdyt

FB: flockindonesia.com/ryanhyd

Instagram: @r_hdyt

Flock

Email: flockindonesia@gmail.com

<http://flockindonesia.com>

Twitter: @FLOCKIndonesia

