

Nichi Hana Karlina, S.Sn., M.Ds.

Budiman, S.T.,M.Kom

Aggi Panigoro S, S.E.,M.M



Branding **DALAM ERA DIGITAL**

*Maksimalkan Kehadiran Merek Anda
Melalui Sosial Media Ads*

BRANDING DALAM ERA DIGITAL

Maksimalkan Kehadiran Merek Anda Melalui Sosial Media Ads

Tim Penulis

Nichi Hana Karlina, S.Sn., M.Ds.

Budiman, S.T., M.Kom.

Aggi Panigoro S., S.E., M.M.



BRANDING DALAM ERA DIGITAL

Maksimalkan Kehadiran Merek Anda Melalui Sosial Media Ads

Copyright © 2024 pada penulis.

ISBN: 978-623-99962-5-3

Tim Penulis:

Nichi Hana Karlina, S.Sn., M.Ds.

Budiman, S.T., M.Kom.

Aggi Panigoro S., S.E., M.M.

Diterbitkan pertama kali oleh:

Unibi Press

Anggota IKAPI, Jawa Barat, 2021

Jl. Soekarno Hatta no. 643, Bandung, Jawa Barat 40285

Tlp./SMS/Whatsapp : 0812-222-881-89

unibipress@unibi.ac.id

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ke dalam bentuk apapun, secara elektronik maupun mekanis, termasuk fotocopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit. Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Kata Pengantar

Dalam era digital yang terus berkembang, penting bagi perusahaan dan merek untuk memahami bagaimana memanfaatkan sosial media sebagai alat pemasaran yang efektif. Brand awareness, atau tingkat kesadaran merek, adalah elemen kunci dalam membangun citra merek yang kuat dan memenangkan hati konsumen. Dalam konteks ini, sosial media ads telah menjadi salah satu metode utama untuk mencapai dan meningkatkan brand awareness. Namun, untuk berhasil di dunia yang penuh persaingan ini, diperlukan pemahaman yang kuat tentang strategi yang efektif dan penggunaan alat sosial media dengan bijak.

Tujuan utama buku ini adalah memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana sosial media ads dapat digunakan untuk meningkatkan brand awareness. Buku ini bertujuan untuk memberikan panduan langkah demi langkah kepada para pembaca tentang strategi, taktik, dan praktik terbaik dalam memanfaatkan platform sosial media untuk mencapai tujuan brand awareness mereka. Selain itu, buku ini juga bertujuan untuk:

- Mengilhami perusahaan, pemasar, dan individu untuk mengoptimalkan penggunaan sosial media ads dalam upaya meningkatkan brand awareness mereka.
- Memberikan studi kasus dan contoh-contoh sukses dari berbagai merek yang telah berhasil menggunakan sosial media ads untuk tujuan brand awareness.
- Menjelaskan pentingnya pengukuran keberhasilan dan analisis data dalam kampanye sosial media ads.

Buku ini akan membahas berbagai aspek yang berkaitan dengan peningkatan brand awareness melalui sosial media ads, termasuk :

- Konsep dasar brand awareness dan mengapa hal itu penting dalam konteks pemasaran.
- Peran sosial media dalam peningkatan brand awareness.
- Strategi dan taktik yang dapat digunakan dalam kampanye sosial media ads.
- Studi kasus nyata dari merek yang telah mencapai keberhasilan dalam meningkatkan brand awareness mereka.
- Evaluasi dan pengukuran keberhasilan kampanye sosial media ads.
- Rekomendasi praktis dan tips untuk memaksimalkan hasil dari penggunaan sosial media ads.

Penulis berharap agar buku "Branding dalam Era Digital" ini dapat menjadi panduan berharga bagi semua pembaca dalam mengeksplorasi sosial media ads dalam meningkatkan brand awarness.

Bandung, 8 Januari 2024

Penulis

Table of CONTENTS

01	Memahami Brand Awareness	1
	• Definisi Brand Awareness	1
	• Mengapa Brand Awareness Penting?	2
	• Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Awareness	3
	• Manfaat Brand Awareness	5
02	Sosial Media dalam Brand Awareness	10
	• Peran Sosial Media dalam Peningkatan Brand Awareness	10
	• Memperkuat Brand Awareness di Instagram	11
	• Analytics Dan Insight Dalam Brand Awareness	12
	• Metrics untuk Brand Awareness	13
03	Sosial Media Ads dalam Peningkatan Brand Awareness	21
	• Jenis-Jenis Sosial Media Ads	21
	• Perencanaan Kampanye Sosial Media Ads	22
	• Brand Awareness Dan User Experience (Ux)	23
	• Penggunaan Teknologi Dalam Brand Awareness	23
04	Studi Kasus Keberhasilan Brand Awareness melalui Sosial Media Ads	24
	• Kampanye "Share a Coke" : Coca-Cola	24
	• Kampanye "Dove Real Beauty Sketches"	25
	• Penerapan Brand Awareness content untuk feeds di instagram Business	26
05	Evaluasi dan Pengukuran Keberhasilan	29
	• Pengukuran Keberhasilan Kampanye Sosial Media Ads	30
06	Kesimpulan dan Rekomendasi	31
	• Tantangan dan Peluang	31
	• Penerapan Prinsip-Prinsip Brand Awareness	32
	• Rekomendasi untuk Meningkatkan Brand Awareness melalui Sosial Media Ads	33

Table of **CONTENTS**

07	Lampiran	35
	• Panduan Instagram Ads: Cara Pasang dan Biayanya	35
	• Video Ads	46
	Daftar Pustaka	51