



jelajah indie komunikasi (JIKom)

Brings Idea for Better Changes

MEMULAI KAMPANYE







Tujuan BerKampanye Sosmed untuk non-Profit





Menentukan platform dan pesan

Social Networks via Donuts

Twitter – I'm eating a #donut.

Facebook – I like donuts.

Foursquare – This is where I eat donuts.

Instagram – Vintage photo of my donut.

YouTube – Video of me eating a donut.

LinkedIn – My skills include eating donuts.

Pinterest – Here is a donut recipe.

LastFM – Now listening to “Donuts” by Glam Doll

Google+ - I'm a Google employee who eats donuts.





Types of Content

To start planning your social media content
just **think in thirds.**



Events, Core Updates



Specialty Content



External Content



Target Sasaran





**jelajah indie komunikasi
(JIKom)**

Brings Idea for Better Changes

- Lihat build of community



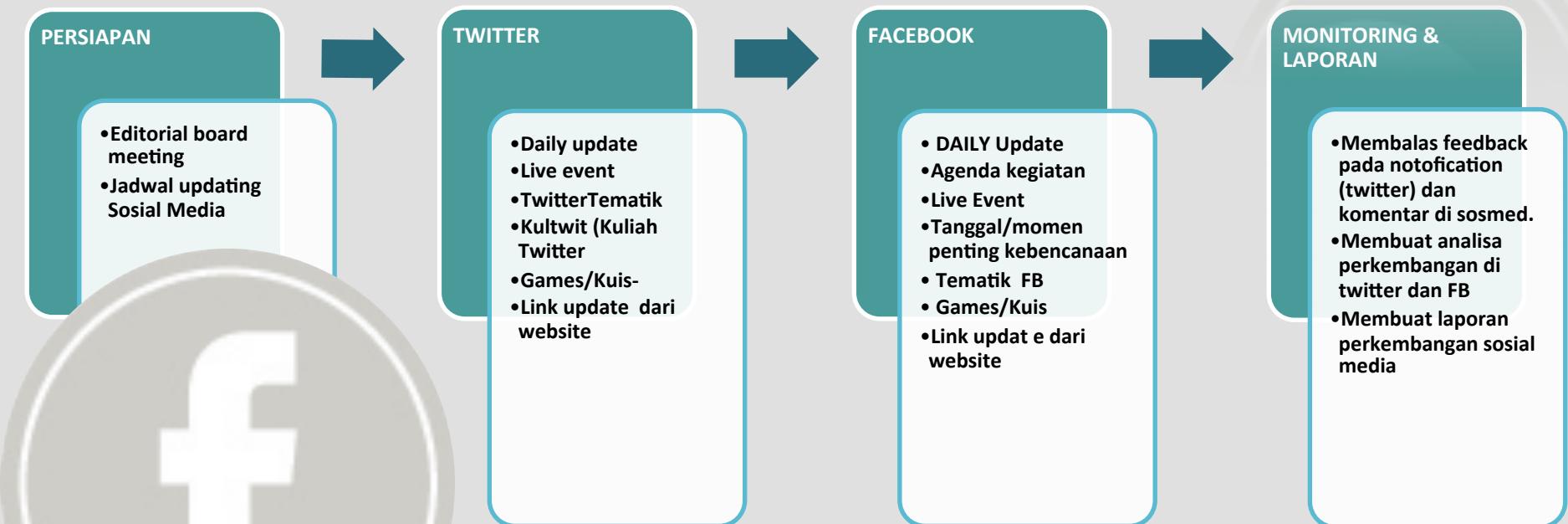
jelajah indie komunikasi
(JIKom)

Brings Idea for Better Changes

- Strategi lengkap di pdf



Konsep Pengelolaan Sosial Media





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.



jelajah indie komunikasi
(JIKom)
Brings Idea for Better Changes

TERIMA KASIH