

INDANUS FARIED NUGROHO



DIGITAL MARKETING SPECIALIST

Purwadhika Start-up and Coding School
The Ohio University Program
University of Brawijaya

Mobile : +6281329039591
E-Mail : faried.nugroho@gmail.com



TOP SKILLS

Social Media
Marketing
Specialist

Digital Marketing
Specialist

Search Engine
Optimization

Search Engine
Marketing

Work History

Company : Purwadhika Start-up and Coding School (Digital Marketing Specialist)

Year : May 2020 - Aug 2020

Role : Student

Job Description : Learning about SEO On Page, SEO Off Page, SEO Audit, SEM, Google Analytics, Paid Ads, E-mail Marketing, Social Media Ads, Campaign, Social Media Marketing, Google Ads (GDN, SEM, Yotube, Shopping), Campaign Paid Ads, Content (Video, Infographic & Podcast), Social Media Analytics

Company : Cape Costal Nursery (South Dennis, MA - 2018)

Role : Paid Internship (Apr 2018 – Oct 2018)

Job Description : Taking care of plants. Making plants more attractive (landscape design). Managing various of plants by forklift, skid-steer loader machine, and big truck. Customer service, delivering plants to costumers and promote products (plants). Nursery management (labeling plants, loading - unloading plants, taking care of green house, soil mixing).

Company : Mandiri Jaya Flora (Bogor, West Java)

Year : Jan 2017 - Feb 2017

Job Role : Internship

Job Description : I did so many things about floricultural activities in the ranch about 6 Ha more, such as I was planting various ornamental plants in the greenhouses and open land area. I was also maintaining the plants area. In addition, I was learning how to make good planting media form cocopeat in balance proportions. I was also watering and fertilizing the plants that adjusted by company procedures.

PORTFOLIO



Ayo-Makan.com

May - August 2020





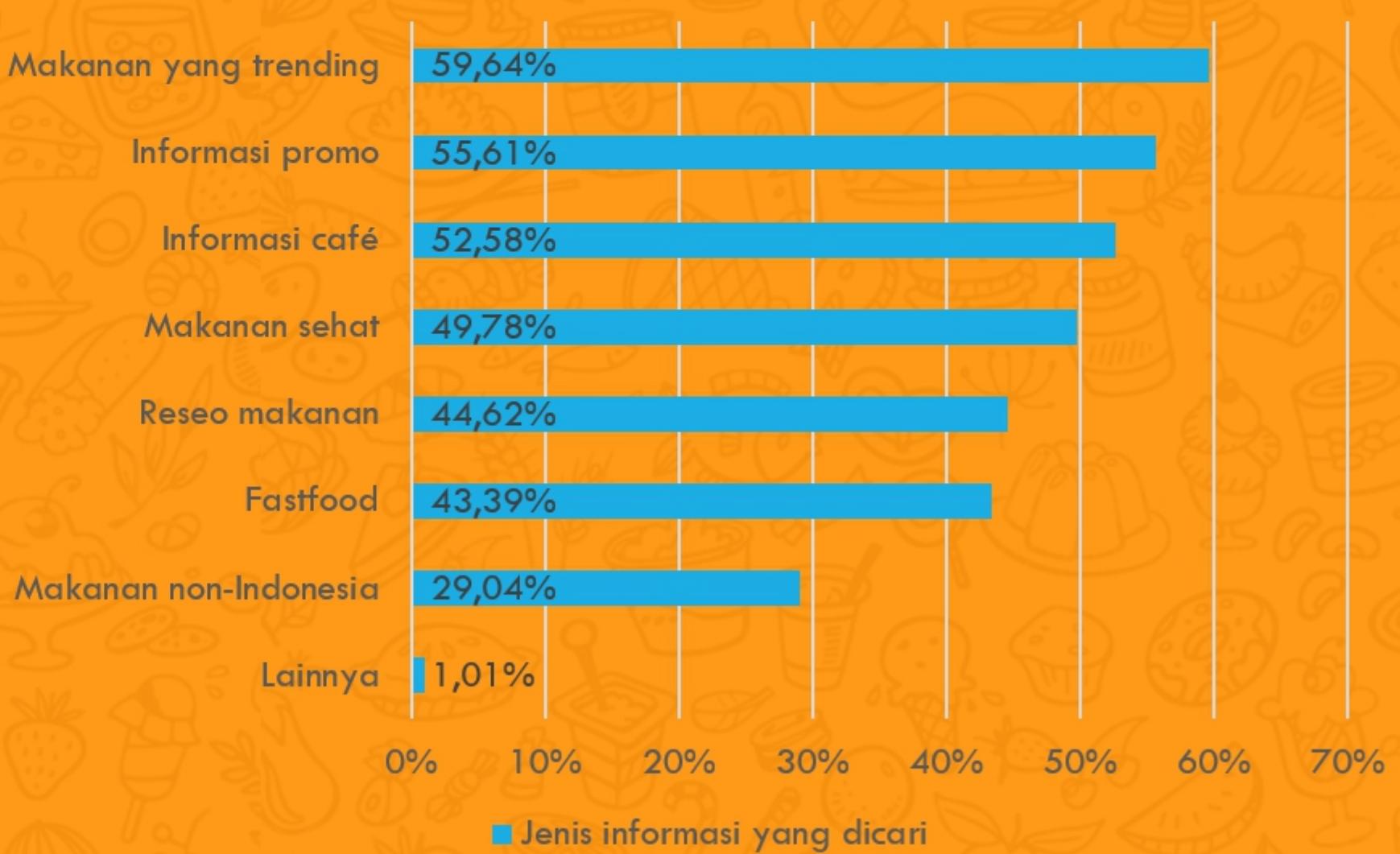
Portal media informasi yang membahas konten seputar kuliner dari resep, tips, review, makanan terkini dan juga berita-berita yang hangat lainnya.

AM bertujuan untuk membangun sebuah komunitas yang dapat saling berbagi informasi dan membangun relasi antar pengguna media sosial yang memiliki ketertarikan yang sama.

Menurut riset yang dilakukan oleh Tирто (2018), sebanyak 87.02% masyarakat Indonesia menggunakan media sosial untuk mencari informasi tentang makanan.

Why Ayo Makan?

Jenis informasi yang dicari





Ayo Makan

SWOT

Strength

- Media informasi kuliner yang lengkap (infotainment, tips, resep dll)
- Sebagian besar konten berbahasa Indonesia

Weakness

- Admin AM belum maksimal dalam pengelolaan website dan sosial media
- Admin AM tidak memiliki background yang food-related.

Opportunity

- Tidak banyak media online membahas resep yang detail (informasi nutrisi).
- Informasi kuliner yang mencakup kuliner mancanegara

Threat

- Bad reviews or comments
- Kompetitor yang fokus terhadap 1 content line misalnya hanya berfokus pada resep



Target Audience

Pria & Wanita

18 - 35 Tahun



Interest

- Kesehatan
- Diet
- Promo Diskon
- Pecinta Kuliner



- Pelajar
- Pekerja
- Warga Urban

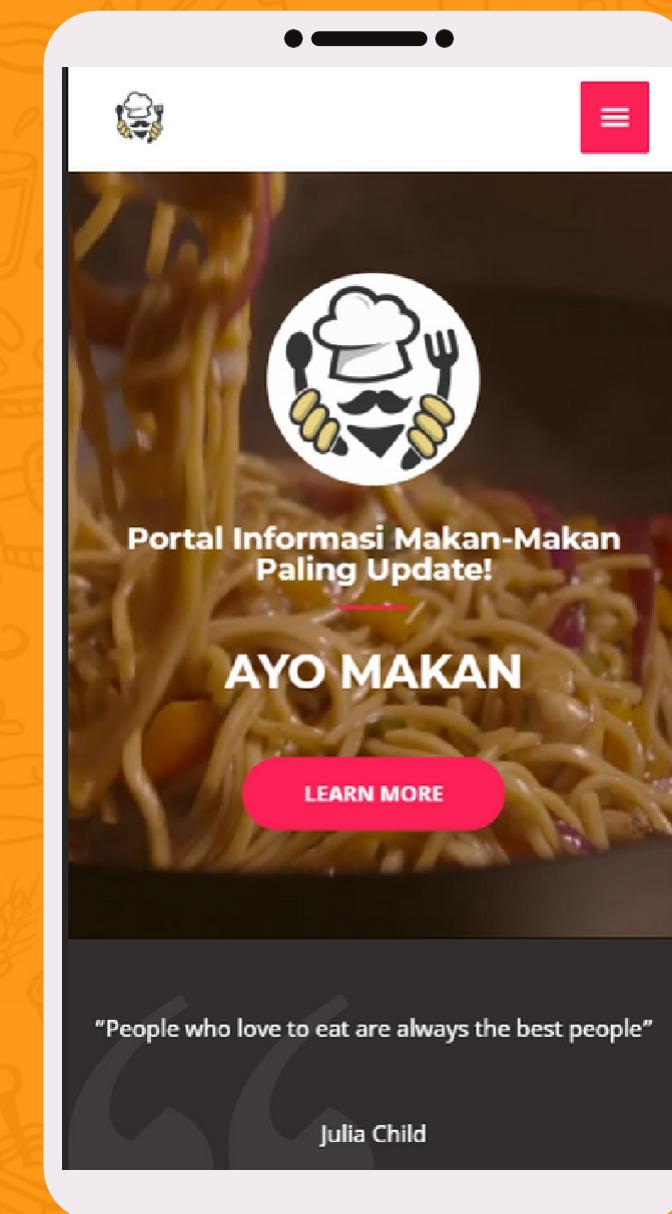
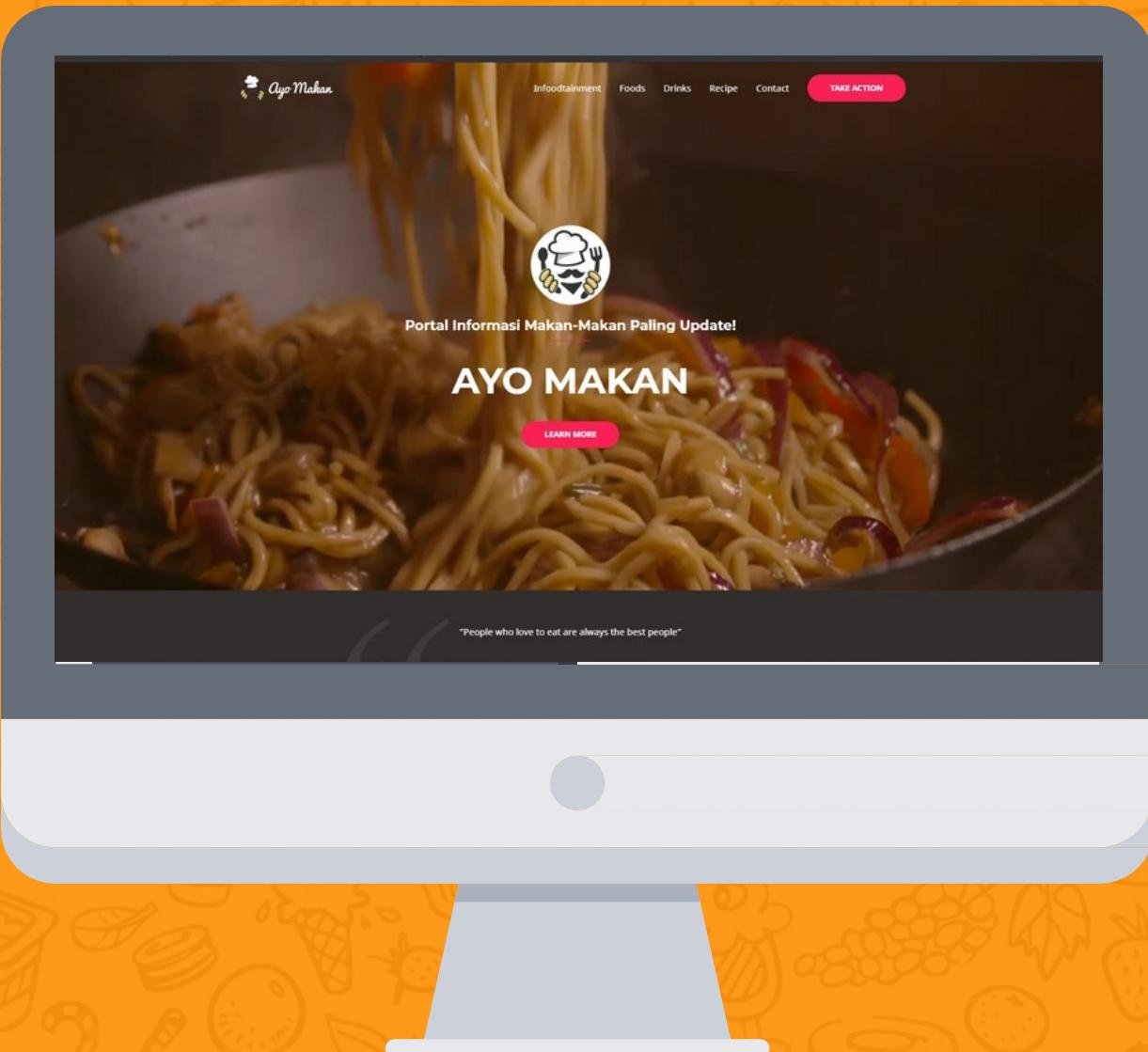


Website Report

Site Map

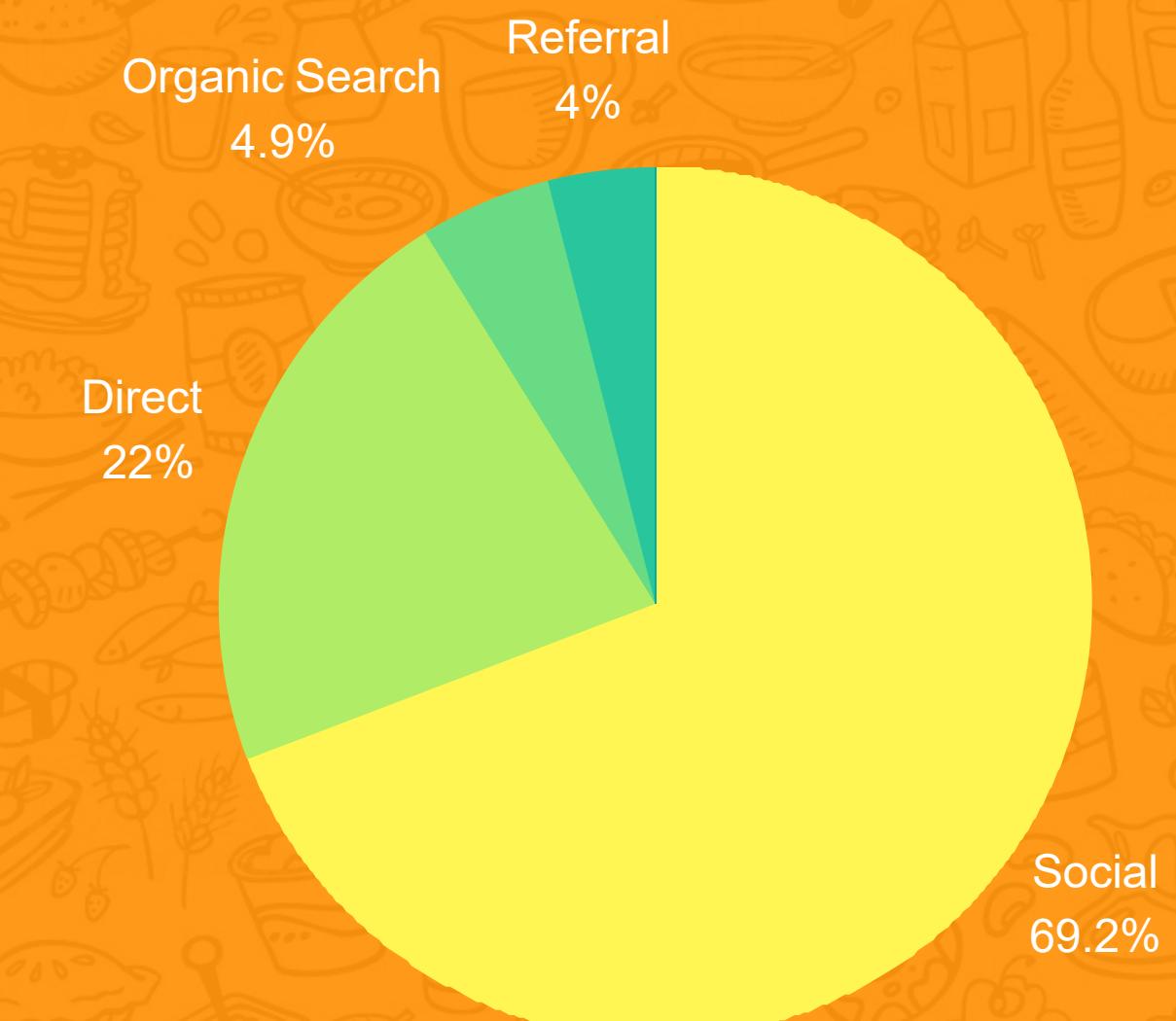


Homepage



Acquisition

Pengunjung utama Ayo Makan mayoritas berasal dari social media dengan jumlah 227 (69.2%). Facebook menyumbang 162 kunjungan, diikuti Twitter (42), Instagram (21) dan Wordpress (2).



Acquisition

Penggunaan ads menyebabkan tingginya kunjungan yang berasal dari Facebook.

Sedangkan untuk Twitter, author menyisipkan link web di tweet yang sedang viral sehingga kunjungan pada web meningkat pada saat itu.



A screenshot of a Twitter thread from the user @madedev. The first tweet is a reply to @VeritasArdentur, sharing a link to ayo-makan.com with the caption: "Jadi inget temen kuliah, orgnya emang agak nerd gitu. Tiap sekelas sama dia rasanya males buat ketemu, soalnya bau badannya gokil. Setelah beberapa bulan, dia share di depan kelas soal researchnya bagaimana respon org sekitar kalo dia ga mandi dalam berbagai rentang waktu. Gokil." The tweet has 308 retweets and 807 likes. The second tweet is a reply to @madedev and @VeritasArdentur, saying: "Mumpung rame, jin share tugas web aku ya, silahkan mampir atau komen, harap maklum baru belajar buat artikel sama websitenya, jadi masih sepi 🙏". It includes a link to ayo-makan.com.



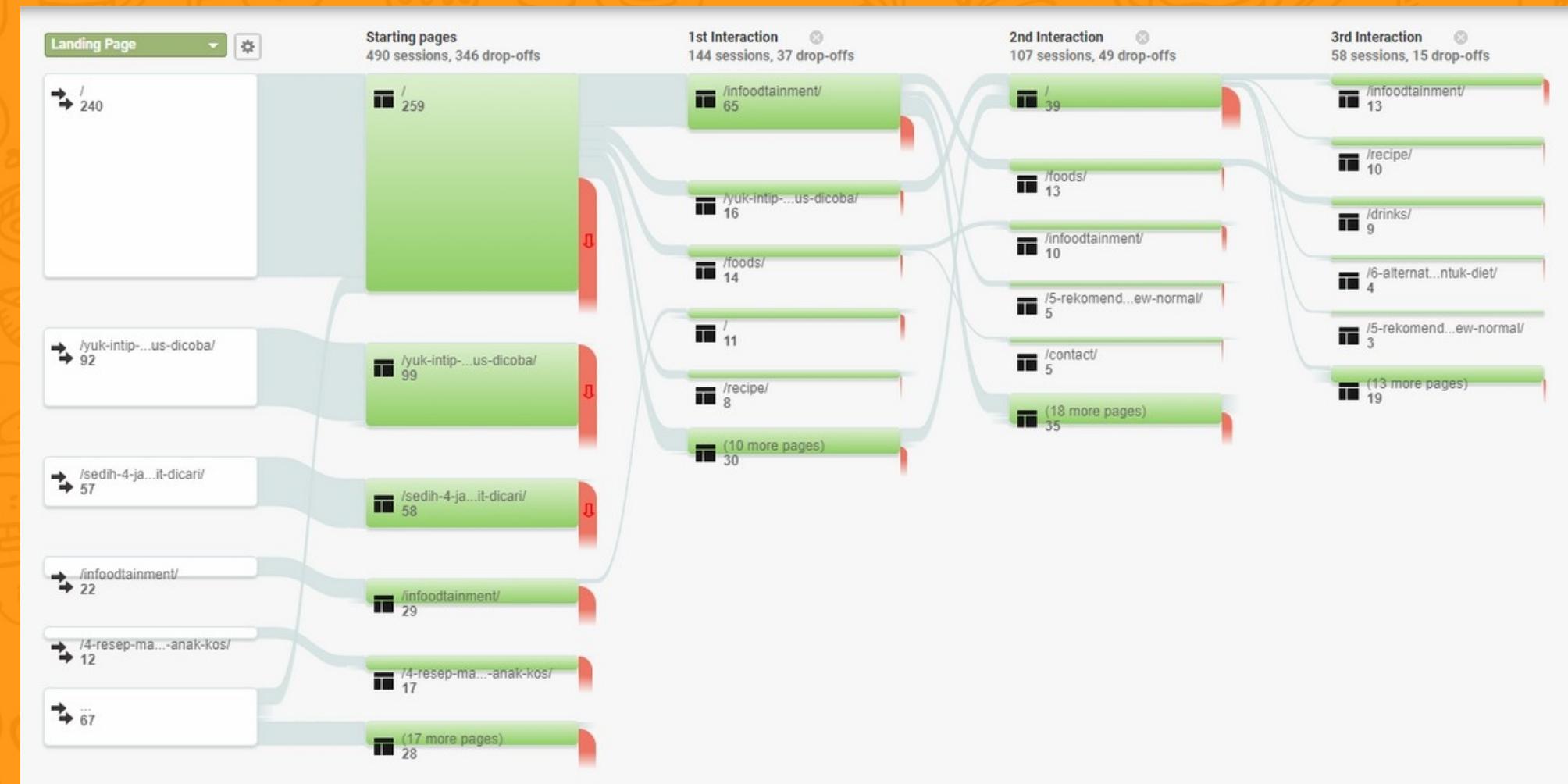
Referral



Source <small>?</small>	Acquisition			Behavior			Conversions		
	Users <small>?</small> ↓	New Users <small>?</small>	Sessions <small>?</small>	Bounce Rate <small>?</small>	Pages / Session <small>?</small>	Avg. Session Duration <small>?</small>	Goal Conversion Rate <small>?</small>	Goal Completions <small>?</small>	Goal Value <small>?</small>
	13 % of Total: 4.04% (322)	12 % of Total: 3.73% (322)	15 % of Total: 3.06% (490)	86.67% Avg for View: 65.31% (32.71%)	1.13 Avg for View: 2.07 (-45.13%)	00:00:56 Avg for View: 00:01:20 (-30.54%)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)	\$0.00 % of Total: 0.00% (\$0.00)
1. baidu.com	5 (38.46%)	5 (41.67%)	5 (33.33%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
2. yandex.ru	2 (15.38%)	2 (16.67%)	2 (13.33%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
3. andrewancheta.com	1 (7.69%)	1 (8.33%)	1 (6.67%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
4. blog.darmawisataindonesia.co.id	1 (7.69%)	1 (8.33%)	1 (6.67%)	0.00%	2.00	00:00:22	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
5. dreams-works.net	1 (7.69%)	1 (8.33%)	1 (6.67%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
6. ironcoating.com	1 (7.69%)	1 (8.33%)	1 (6.67%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
7. kaskus.co.id	1 (7.69%)	0 (0.00%)	3 (20.00%)	66.67%	1.33	00:04:31	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
8. yjwxc.net	1 (7.69%)	1 (8.33%)	1 (6.67%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)

Referral memperlihatkan situs yang merekomendasikan pengunjung untuk mengklik / mengunjungi suatu website.

Behaviour Flow



Behaviour Flow memvisualisasikan jalur yang dilalui pengunjung dari satu halaman ke halaman lainnya. Laporan ini dapat membantu menemukan konten apa yang membuat pengunjung betah di situs kita.

Web Overview



Ayo Makan



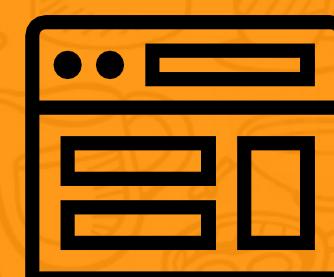
Total Users

3 2 2



Sessions

4 9 0



Page Views

1 0 1 2



Avg. Session Duration

00:01:20



Bounce Rate

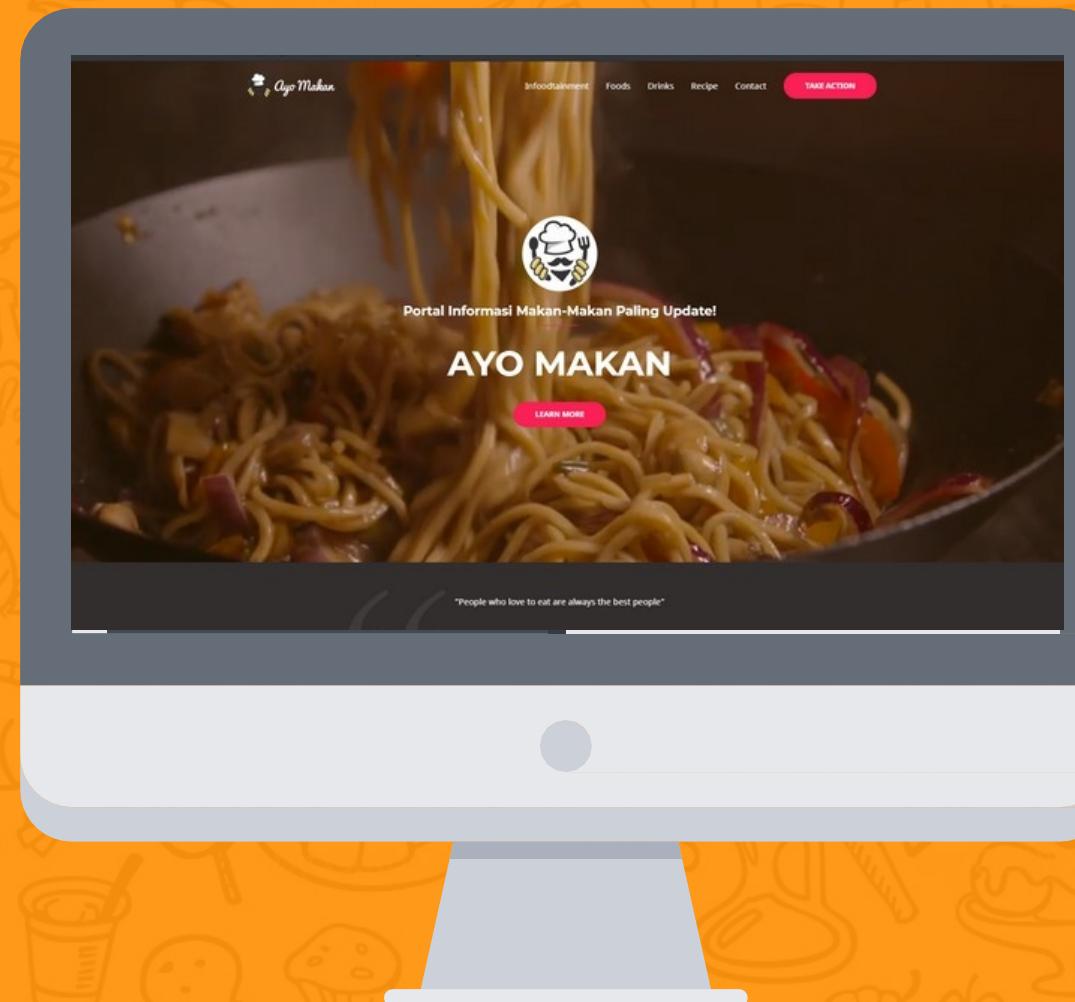
65.31%



Page/ Session

2.07

Page Speed



Page Speed Insight
69



Page Speed Insight
23

SEO Score

by SEOptimer.com



Ayo Makan

SEO Results



Your SEO is very good!

Congratulations, your page is well optimized for SEO performance. SEO optimization is important to ensure you can maximize ranking potential and drive traffic to your website from search engines. You can continue to build on your strong position through further application of SEO strategies like content generation and link building.



Twitter Report

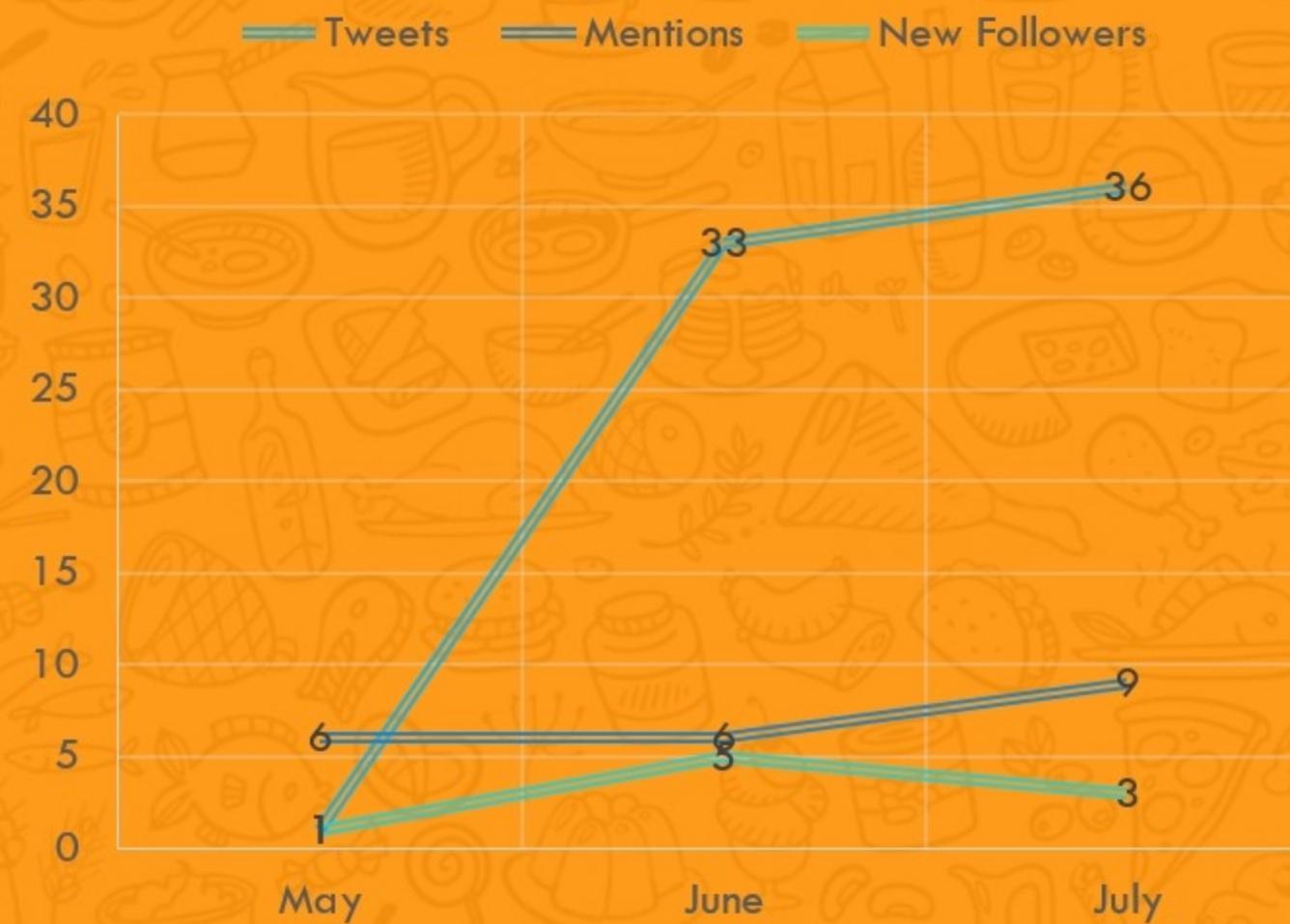
Twitter Ayo Makan

Konten @ayomakan_com di Twitter itu sendiri bertujuan untuk menjadi media online tentang kuliner yang lebih fun, namun tetap mengedukasi dan menginspirasi. Dengan beberapa details yang sedikit berbeda dengan konten di media sosial lainnya seperti penggunaan tata bahasa dan konten yang disajikan lebih relate dengan trending topic saat ini.



The screenshot shows the Twitter profile of @Ayomakan_com. The profile picture is a cartoon chef with a mustache holding a fork and knife. The bio reads "Saving Your Bite At A Time". It shows the user is from Indonesia, joined in May 2020, and has 7 following and 9 followers. The pinned tweet is a reply to @Ayomakan_com from July 7, 2020, saying "Hyung, lihat deh cakennya kreatif bangettt! 😍". Below the pinned tweet are four images of creative food art, including a Pikachu-shaped cake and a landscape made of food.

Twitter Progress



9 Followers

24.7k Impressions (dalam 2.5 bulan)

Engagement Rate: 13.6%



Ayo Makan

Impressions



Profile Visits



Twitter Posts



NO	POST	IMPRESSIONS	ENGAGEMENT	ER	AUTHOR
1	Hari kenaikan Yesus Kristus	96	4	4.2%	Made
2	Fakta makanan yang menarik	101	4	4%	Faried
3	Kuliner “Afterlife”	2330	362	15.5%	Made
4	Team bubur diaduk atau ga diaduk?	479	83	17.3	Heickal
5	Cake kreatif	792	213	26.9%	Heickal
6	Fakta kopi luwak	409	34	8.3%	Faried
7	Bahaya anggur di dalam microwave	368	66	17.9%	Made

Twitter Posts



NO	POST	IMPRESSIONS	ENGAGEMENT	ER	AUTHOR
8	Berduka cita Mpok Omas	611	12	2%	Made
9	Selingkuh - Udang selingkuh	142	11	7.7%	Heickal
10	#AreYouNaughty	10429	343	3.3%	Faried
11	Mie ayam bikin #mabok	1628	180	11.1%	Faried
12	Alpaca meat – dinner nicsap	619	172	27.8%	Made
13	Ayam bakar dan sayur bening	130	39	30%	Faried

Top Impression

Konten ini mendapatkan impression yang tinggi karena menggunakan hashtag #AreYouNaughty yang banyak digunakan oleh kpopers berkaitan dengan lagu Irene & Seulgi "Red Velvet".



Impressions	10,432
times people saw this Tweet on Twitter	
Total engagements	344
times people interacted with this Tweet	
Media engagements	331
number of clicks on your media counted across videos, vines, gifs, and images	
Detail expands	4
times people viewed the details about this Tweet	
Profile clicks	4
number of clicks on your name, @handle, or profile photo	
Likes	3
times people liked this Tweet	
Retweets	1
times people retweeted this Tweet	
Link clicks	1
clicks on a URL or Card in this Tweet	

Top Engagement

Konten "Kuliner Afterlife" ini mendapatkan engagement yang cukup tinggi karena topiknya yang cukup nyeleneh. Penggunaan gambar dalam thread ini menambah daya tarik audience untuk membaca, terlihat media engagement mencapai 188 clicks.



ayo-makan.com
@Ayomakan_com

Berhubung gosip-gosipnya hari ini mau kiamat berdasarkan kalender suku Maya (untuk kedua kalinya), gimana kalo kita bahas kuliner 'unik' khas Indonesia untuk referensi kamu?

Kuliner "Afterlife" a.k.a Sesajen Khas Indonesia. SEBUAH THREAD!

Translate Tweet



Impressions	2,333
times people saw this Tweet on Twitter	
Total engagements	362
times people interacted with this Tweet	
Media engagements	188
number of clicks on your media counted across videos, vines, gifs, and images	
Detail expands	145
times people viewed the details about this Tweet	
Retweets	11
times people retweeted this Tweet	
Profile clicks	8
number of clicks on your name, @handle, or profile photo	
Likes	7
times people liked this Tweet	
Replies	3
replies to this Tweet	

Top Engagement

Ayo Makan juga membuat konten twitter dengan menggunakan fitur voting. Ini bertujuan untuk mengetahui pilihan dari followers AM itu sendiri. Penggunaan fitur voting di 2 tweets ini digunakan di awal tweet thread dan akhir tweet thread.

ayo-makan.com @Ayomakan_com · 23/06/20

Sobat begah! Kamu tim bubur diaduk atau ga diaduk nih? Coba pilih di polling ini.

[A THREAD]

Translate Tweet

Bubur diaduk 76%
Bubur ga diaduk 24%

25 votes · Final results

6.09 AM · 23/06/20 · Twitter for iPhone

View Tweet activity

6 Retweets 2 Likes

Replying to @Ayomakan_com

Sebenarnya mana sih yang lebih superior tim diaduk atau tim ga diaduk yaa?
Sebelum masuk kesitu, minchef ceritain dulu deh dari asal muasalnya..

Add another Tweet

Teganya dinmu teganya teganya...

ayo-makan.com @Ayomakan_com · 28/07/20

Jadi gimana nih sobat begah, menjelang Idul Adha nanti, kalau tiba tiba ada alpaca muncul di depan rumah, kira kira mau kamu apain?

Translate Tweet

PANGGANG, GORENG, SATE!!! 36%
Jadi Boneka di Rumah 64%

14 votes · Final results

11.00 PM · 28/07/20 · Twitter Web App

View Tweet activity

4 Retweets 4 Likes

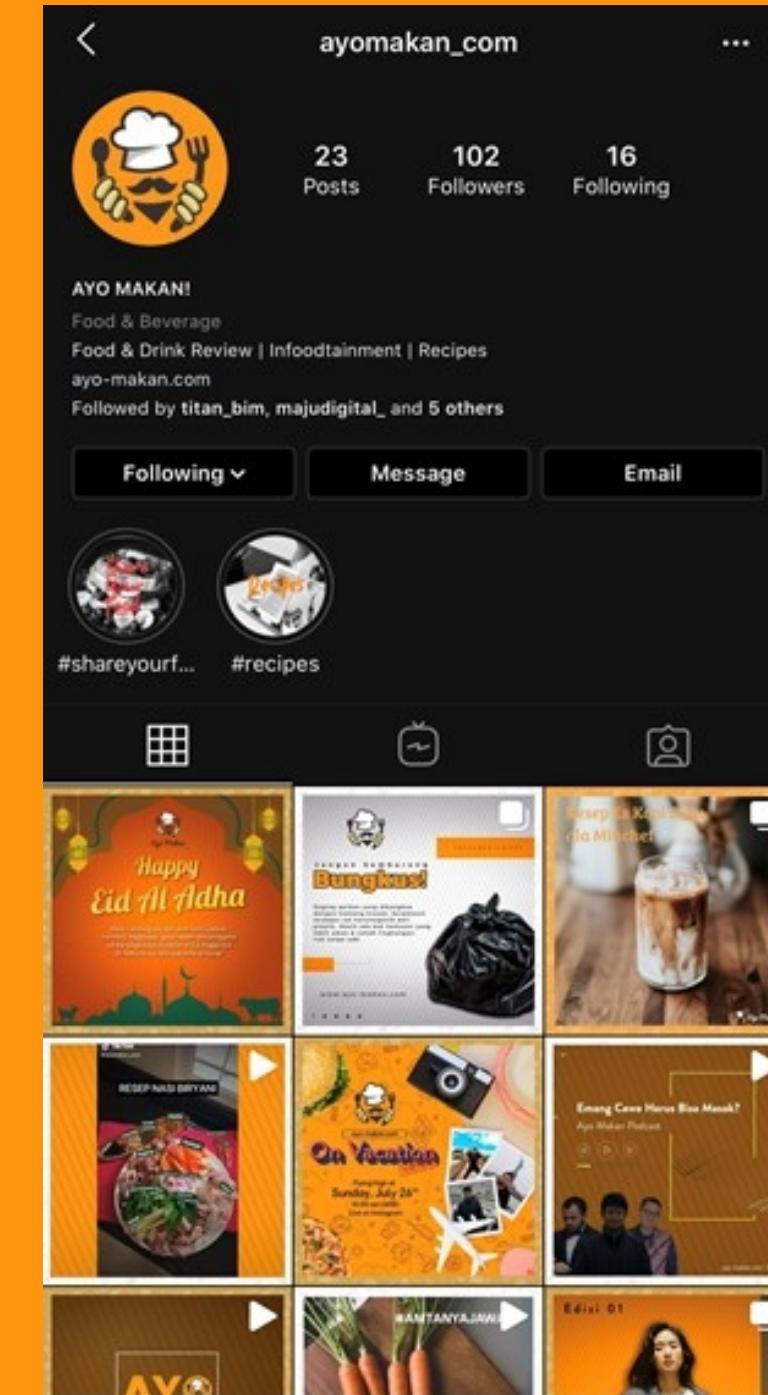




Instagram Report

Instagram Ayo Makan

Konten @ayomakan_com di Instagram itu sendiri bertujuan untuk menjadi media online yang berfokus dalam berbagi informasi yang berhubungan dengan kuliner. Konten berisi seputar informasi, tips, fun games, hari penting, endorsement dan giveaway



Ayo Makan Insight

102

Followers

29.17%

Engagement
Rate

23.4%

Like Rate

6.3%

Comment
Rate



The screenshot shows the Instagram profile for 'ayomakan_com'. It has 23 posts, 102 followers, and 16 following. The bio reads: 'AYO MAKAN! Food & Beverage Food & Drink Review | Infoentertainment | Recipes ayo-makan.com'. The engagement section compares the account to similar ones, showing an A+ engagement rate of 29.17% (higher than average), 23.4 average likes (higher than average), 6.3 average comments (higher than average), and other metrics like like spread and like-to-comment ratio.

Metric	Value	Comparison
Engagement rate	29.17%	A+
Average likes	23.4	Higher than average (89.9)
Average comments	6.3	Higher than average (4.8)
Like spread	B	
Like to comment ratio	B	
Engagement rate distribution	B	



Ayo Makan

Versus...

me.reset

19 Posts 53 Followers 5 Following

RESET
Blogger
Temukan caramu berubah, berkembang, dan bahagia disini.
Reset, helps you rediscover yourself.
me-reset.com
Followed by andinrahmana, titan_bim and 4 others
[See Translation](#)

[Collaborations](#) [Made with](#) [Contact](#)

Engagement
Engagement stats compared to similar accounts. Indicators for fake engagement are shown here.

Metric	Value	Comparison
Engagement rate	49.21%	Similar accounts have 49.68% engagement on average
Average likes	16.8	Similar accounts get 104 likes on average
Average comments	9.3	Similar accounts get 6.1 comments on average

Maju Digital

80 Followers

majudigital_

21 Posts 80 Followers 13 Following

Maju Digital
Personal Blog
• Digital Marketing tips
• Self Development tips
• Business tips
💡 Our New Podcast!!
majudigital.link.to/digitalks
Followed by andinrahmana, me.reset and 3 others

Engagement
Engagement stats compared to similar accounts. Indicators for fake engagement are shown here.

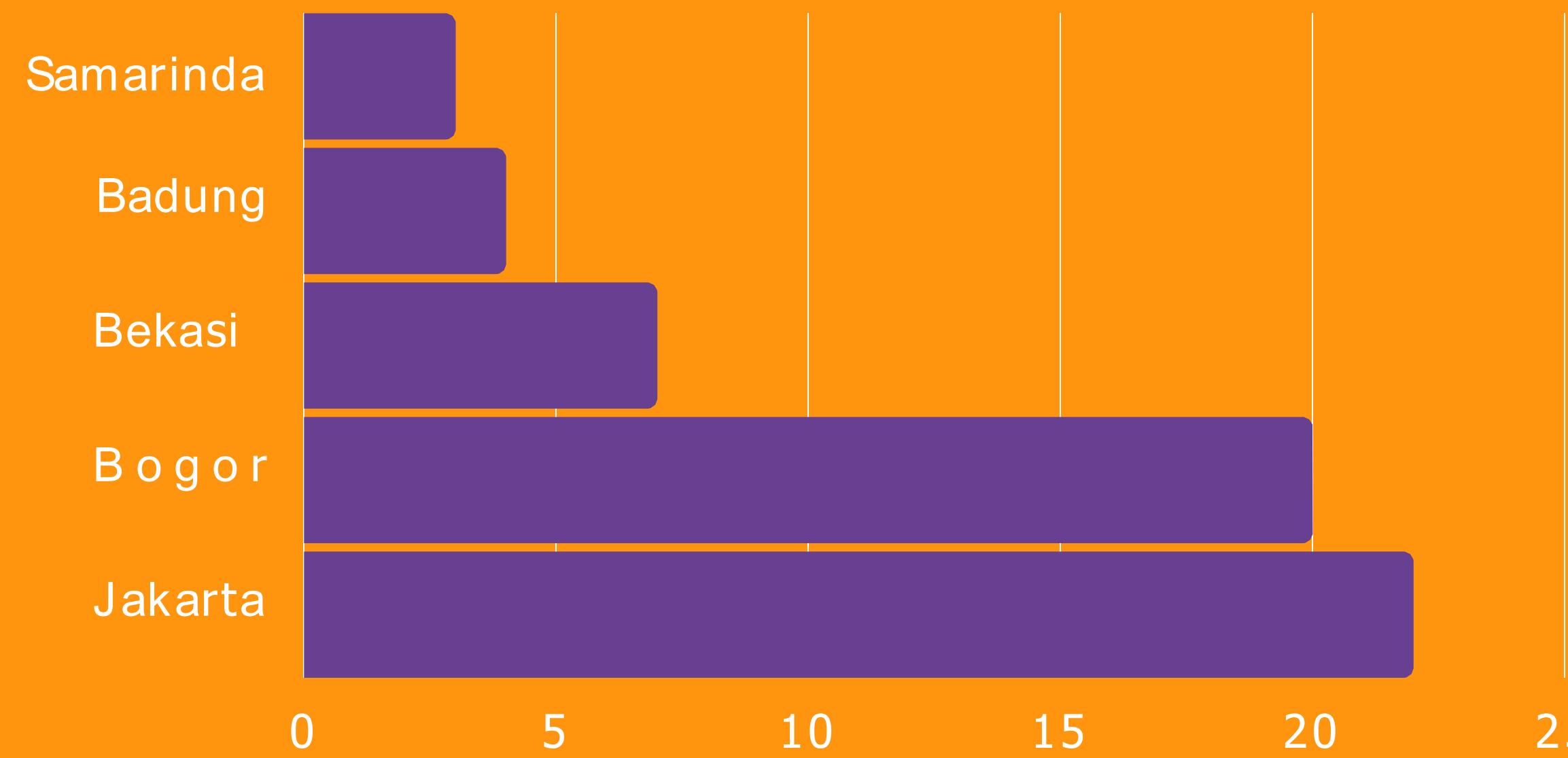
Metric	Value	Comparison
Engagement rate	29.27%	Similar accounts have 37.42% engagement on average
Average likes	21.2	Similar accounts get 78.4 likes on average
Average comments	2.3	Similar accounts get 2 comments on average

Me-Reset ID

53 Followers

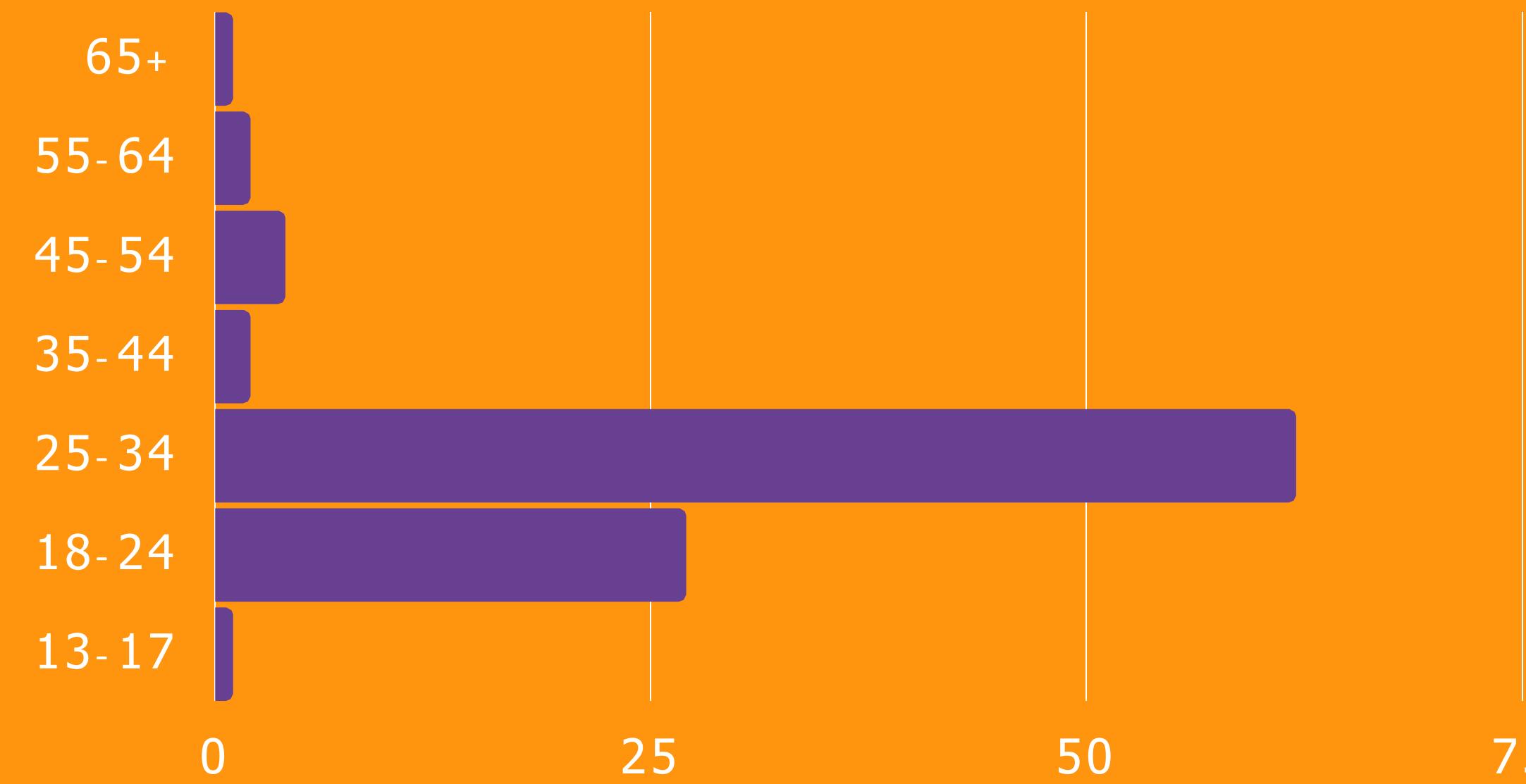


Top 5 Followers Location (%)





Age Range Of Followers



Behaviour Followers

- Paling banyak actif di hari Selasa dan Sabtu dengan rata-rata 39 - 40 users /3 jam
- Sering aktif di jam 6PM – 12AM

Wanita
45%



Instagram Posts



NO	TYPE	POST	REACH	IMPRESSION	ENGAGEMENT	CONTENT PILLAR	AUTHOR
1	Video	Ayo Makan intro	172	230	168	Information	Made
2	Carousel	AM Magazine - Recipe	148	202	29	Education	Heickal
3	Photo	Limit konsumsi sodium	144	195	52	Education	Faried
4	Photo	Kenaikan Yesus Kristus	103	138	40	Information	Made
5	Photo	Ied Mubarak	122	152	33	Information	Made
6	Carousel	Buah yang dikonsumsi setelah lebaran	136	188	42	Education	Faried
7	Video	Hari lahir pancasila	129	193	66	Information	Made

Instagram Posts



NO	TYPE	POST	REACH	IMPRESSION	ENGAGEMENT	CONTENT PILLAR	AUTHOR
8	Carousel	Rekomendasi kopi susu	634	729	147	Information	Made
9	Carousel + Video	Iklan jadul generasi 90an	344	430	67	Interaction	Heickal
10	Carousel	Jajanan tradisional Indonesia	101	170	73	Information	Faried
11	Video	Ulang tahun DKI Jakarta	253	345	183	Interaction	Made
12	Carousel	Hamil kok mahal	124	177	44	Education	Made
13	Carousel	Tren pola makan dan aktivitas saat new normal	94	144	28	Education	Faried
14	Video	Review okonomiyaki octopus	177	230	65	Information	Made
15	Carousel	TTS Begah	153	208	52	Interaction	Made

Instagram Posts



NO	TYPE	POST	REACH	IMPRESSION	ENGAGEMENT	CONTENT PILLAR	AUTHOR
16	Video	AM Tanya jawab	155	209	25	Interaction	Heickal
17	Video	Podcast Intro	107	143	38	Information	Made
18	Video	Podcast Teaser	126	174	43	Information	Made
19	Photo	IG Live Intro	107	151	38	Information	Made
20	Video	Nasi biryani + Giveaway	163	214	66	Information	Made
21	Carousel	Resep es kopi susu	142	187	40	Education	Heickal
22	Carousel	Bungkus daging qurban	100	138	47	Education	Made
23	Photo	Eid Al Adha	80	110	31	Information	Made

Best Engagement

231

Views

253

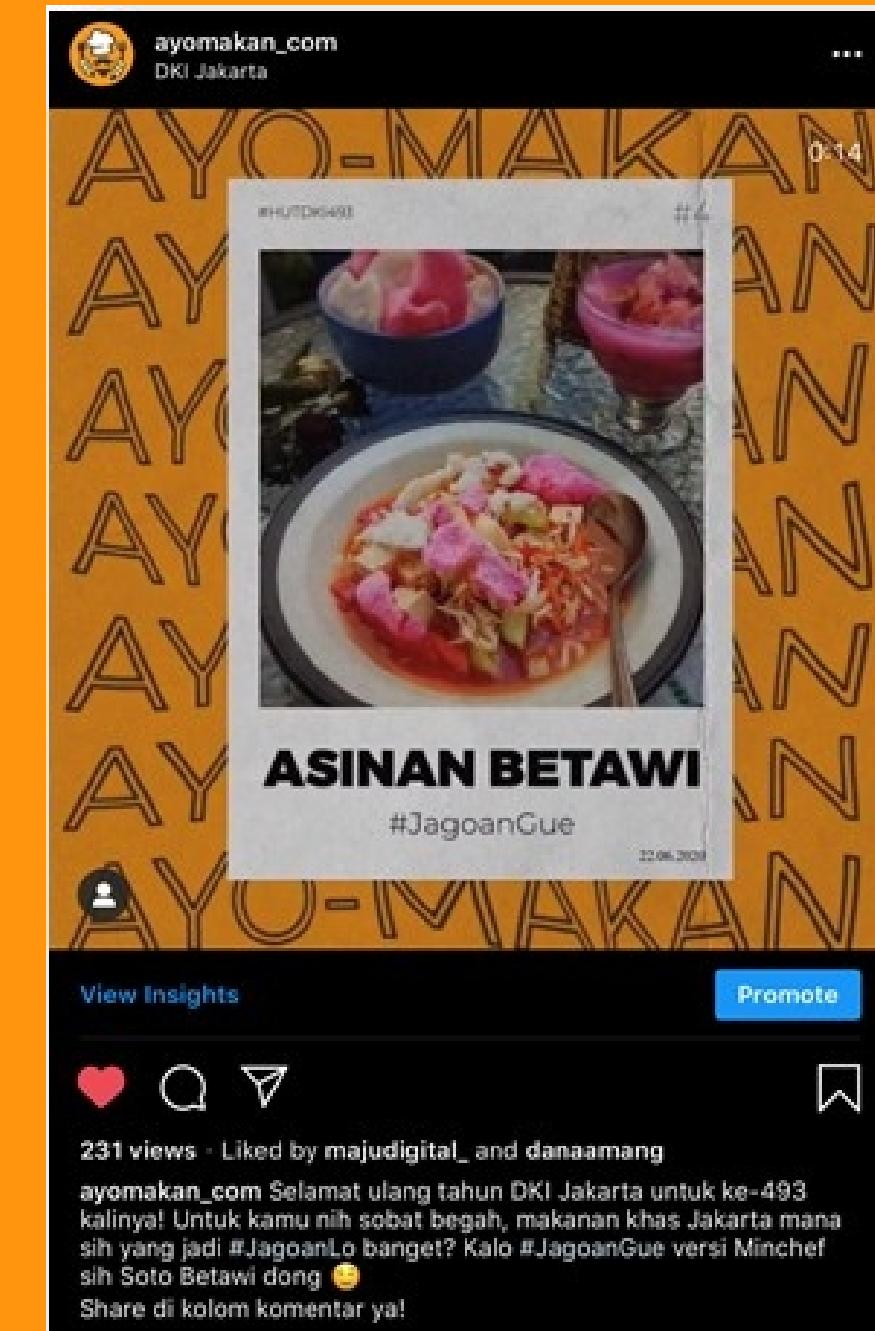
Reach

345

Impression

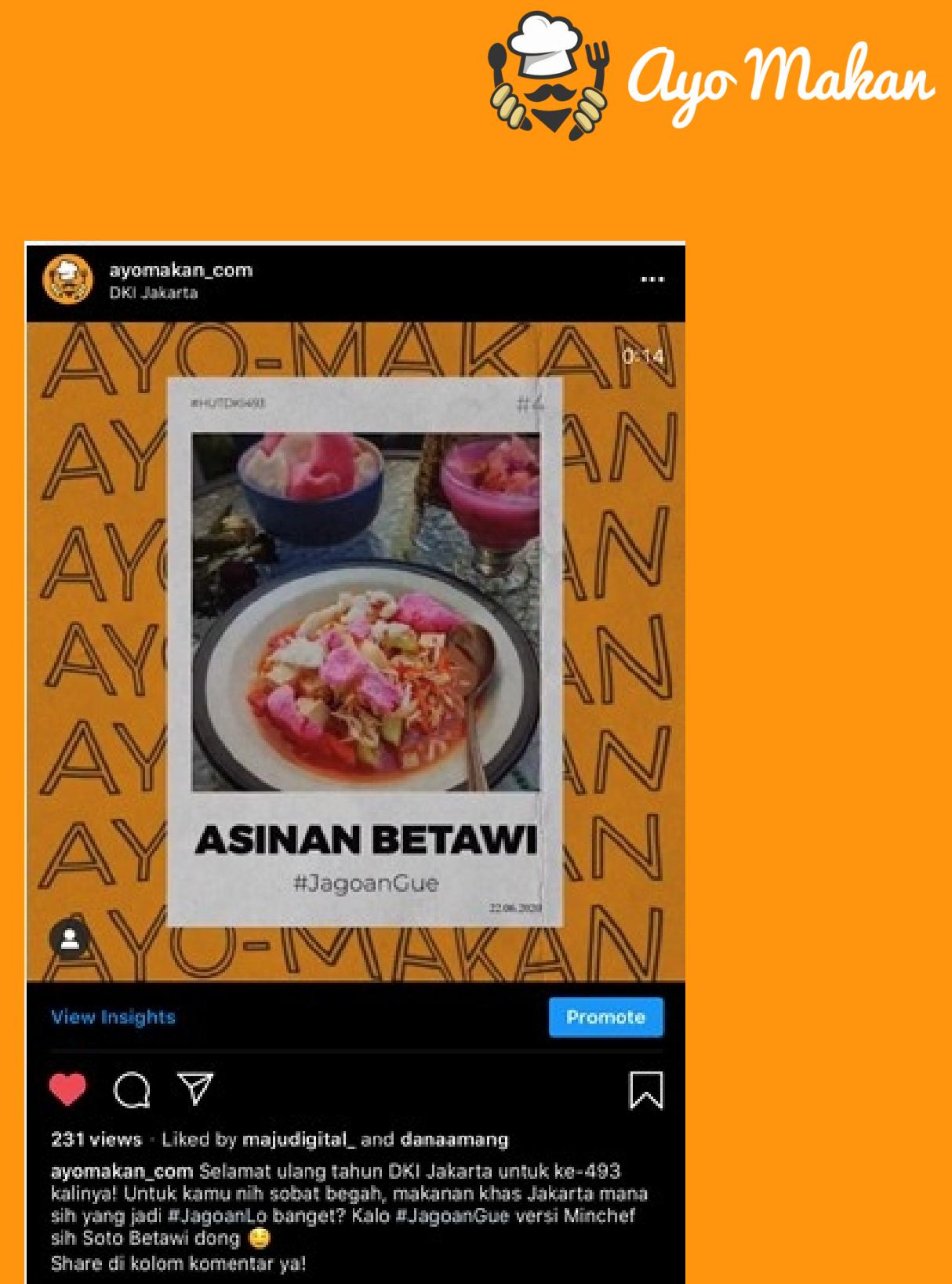
183

Engagement



What Happen Here?

Post dengan engagement paling tinggi di Ayo Makan. Hal ini dapat terjadi karena penggunaan hashtag #HutDKI493 sehingga user non followers juga bisa melihat post ini. Visual & Audio yang *catchy* dipadukan dengan konten pilihan kuliner khas Jakarta cukup ampuh untuk memancing interaksi para audience.



Best Reach & Impression

634
Reach

729
Impression

59
Profile Visit

9
Post Shared



Instagram Live

Ayo Makan on Vacation (Virtual) yang dipandu Made dengan narasumber Heickal & Faried , dibuat dengan tujuan untuk menghibur audience dimasa pandemi dengan berbagi informasi tentang pengalaman berwisata kuliner diluar negeri. Antusias followers juga cukup baik dengan peak view sebesar 23 views dan total viewers sebanyak 30 orang.



Endorsement Product

Ayo Makan juga membuka peluang untuk endorsement product kuliner. Konten untuk endorsement kami sesuaikan dengan produknya. Kali ini ayo makan membuat video resep nasi biryani dan memberikan giveaway produk kepada followers. Konten ini cukup ampuh untuk menarik perhatian followers.





Facebook Report

Ayo Makan Insight

132

Page Likes

39.155

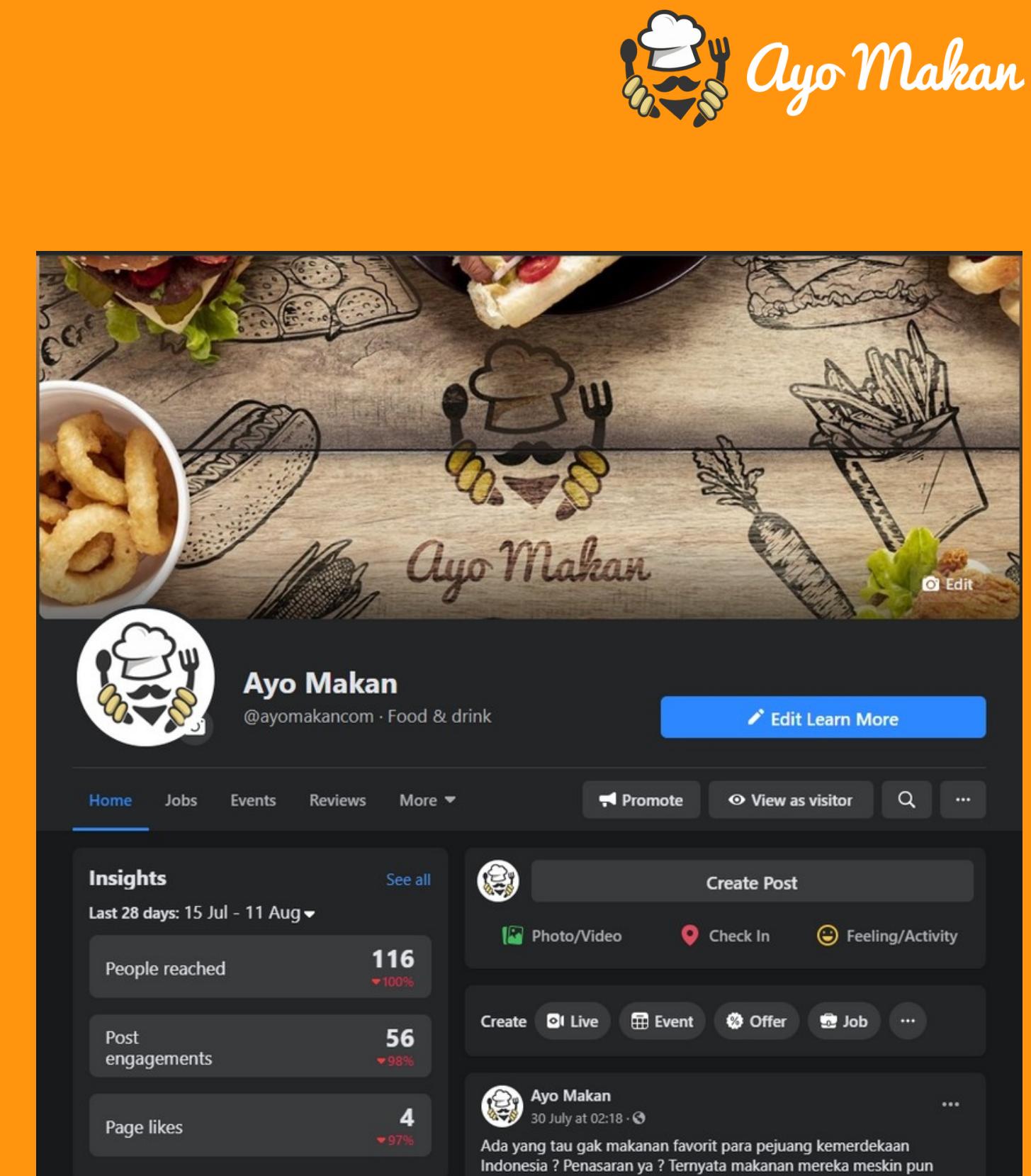
Reach

43.450

Impression

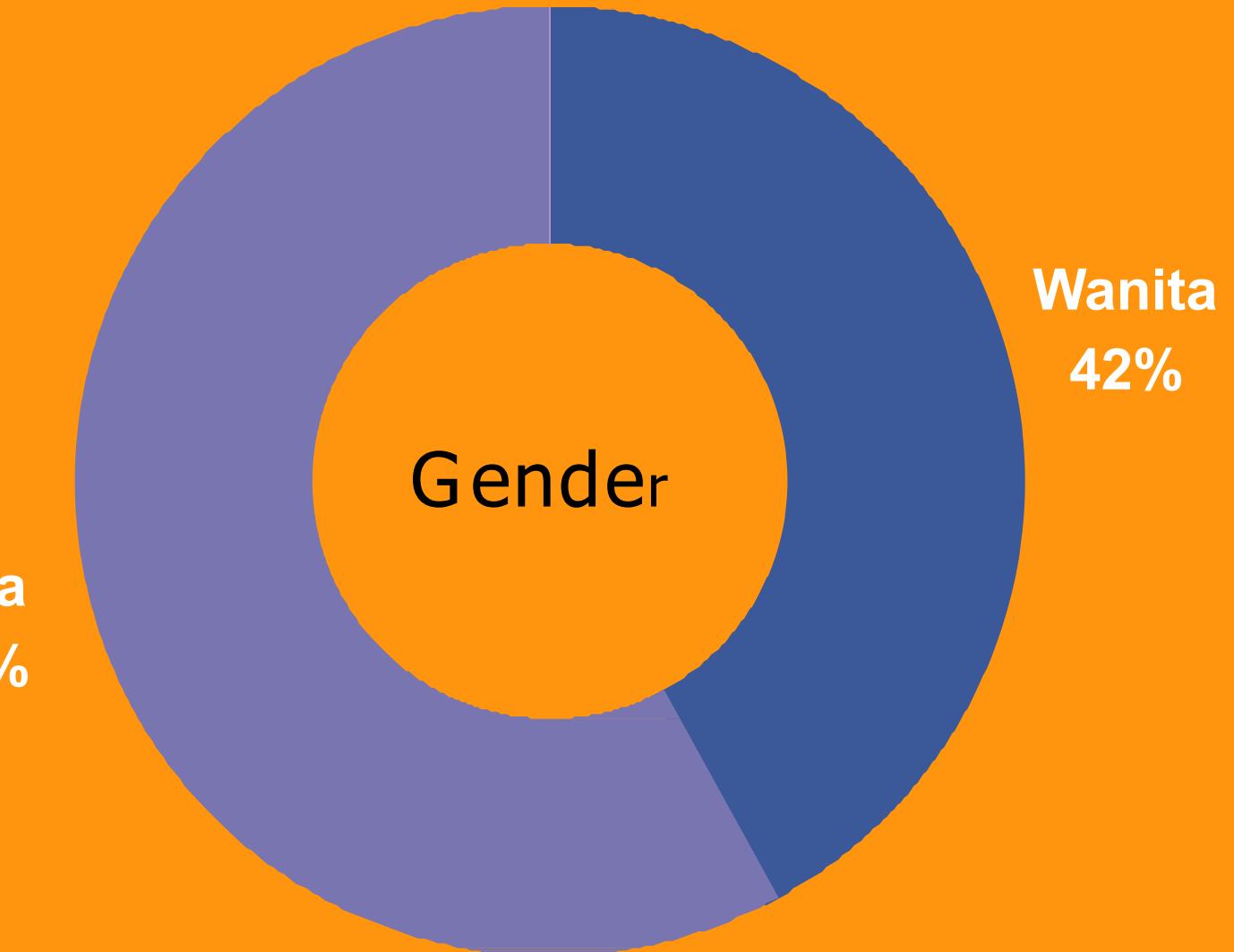
244

Engagement



Facebook Audience

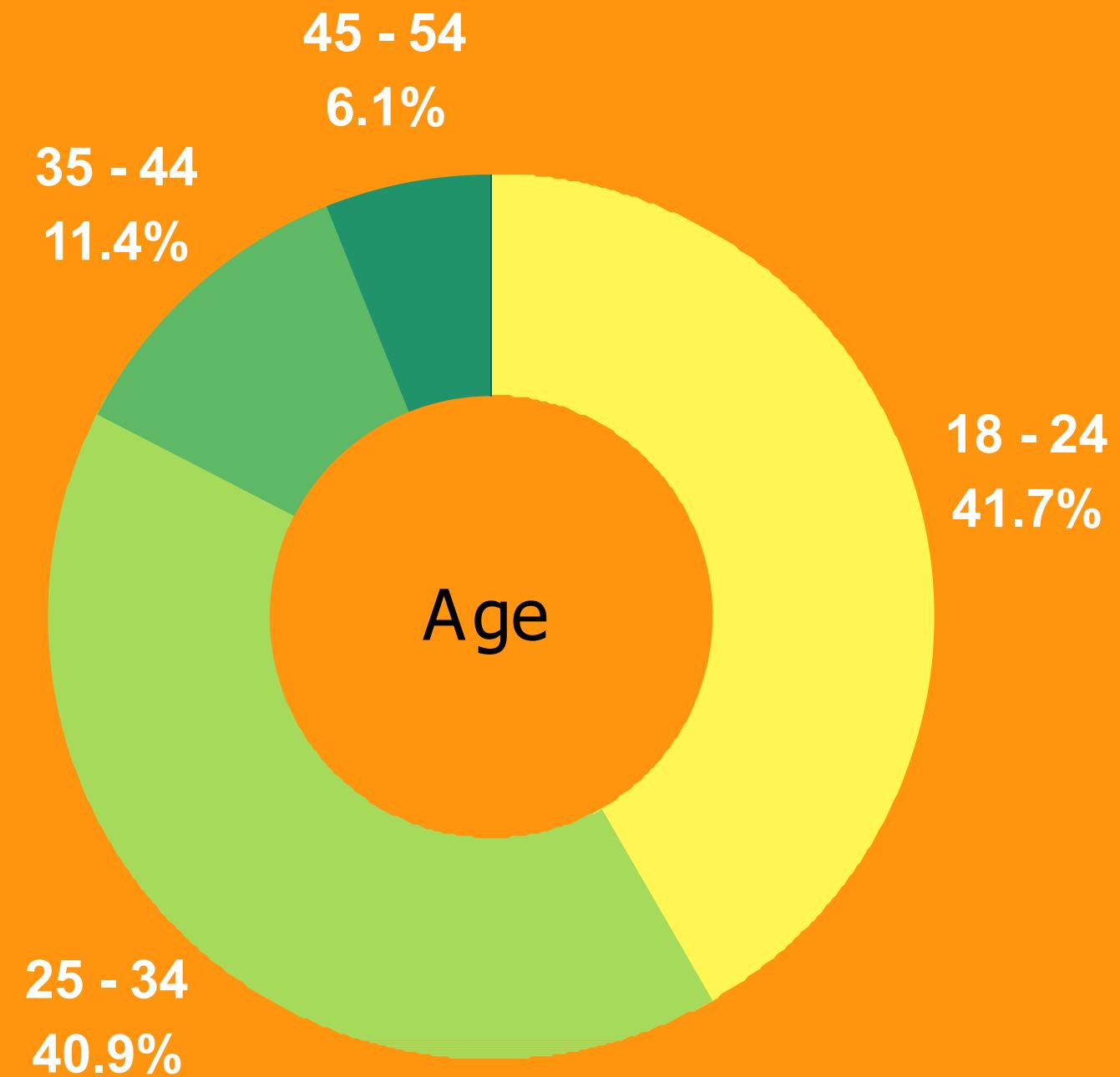
Audience Ayo Makan didominasi oleh Pria dengan jumlah 77 orang (58%) sedangkan Wanita sebesar 55 orang (42%).



Facebook Audience



Audience Ayo Makan didominasi kalangan muda yakni 18 - 24 sebanyak 55 orang (41.7%) dan 25 - 34 sebanyak 54 orang (40.9%). Diikuti 35 - 44 sebanyak 15 orang (11.4%) dan 45 - 54 sebanyak 8 orang (6.1%).



Top Posts Facebook

226
Reach

44
Engagement

36
Clicks

8
Interaction



Top Posts Facebook

184
Reach

42
Engagement

22
Clicks

20
Interaction



What Happen Here?

Post "Ulang Tahun Pak Jokowi" memiliki reach dan engagement yang cukup baik. Hal ini dapat terjadi karena "Tap In the Moment" pada waktu yang tepat serta isi konten yang informatif mengenai makanan favorit pak Jokowi.

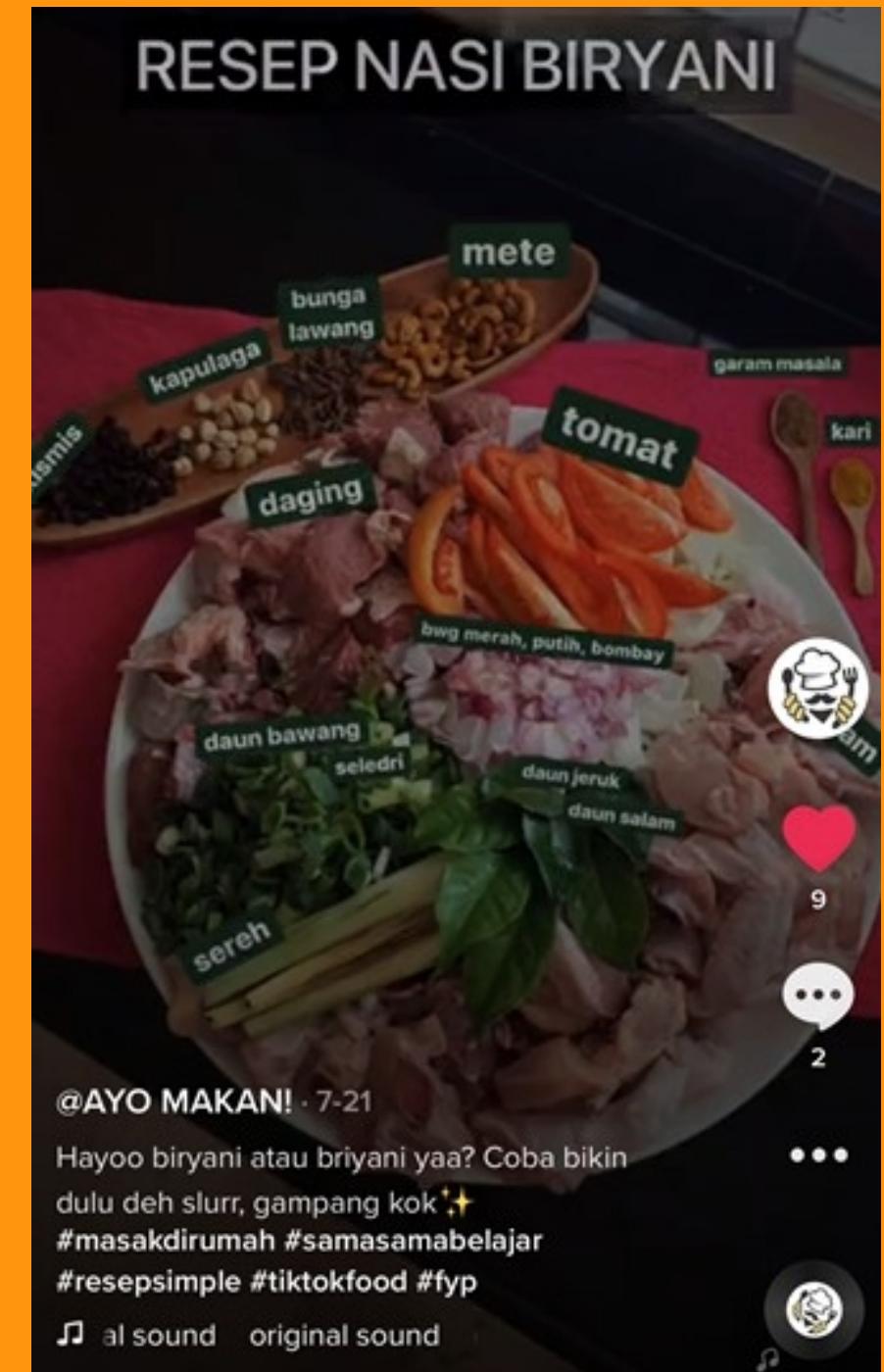




Tiktok Report

Tiktok Ayo Makan

Konten Tiktok Ayo Makan yang pertama adalah video resep nasi biryani. Lagu yang easy listening dan cara membuat yang mudah cukup menarik perhatian audience. Total view mencapai 30 kali dengan ER 260% dan followers like ratio sebesar 55.6%





Spotify Report

Spotify Ayo Makan

Spotify Ayo Makan dibuat dengan tujuan untuk menyajikan konten dengan bahasan yang lebih detil dan up to date dengan trend yang sedang berlangsung. Saat ini podcast Ayo Makan ep. 1 sudah mencapai 30 pemutaran.



Ayo Makan Podcast

Opini tiga lelaki tanggung tentang isu-isu seputar kuliner yang lagi hot di media sosial.

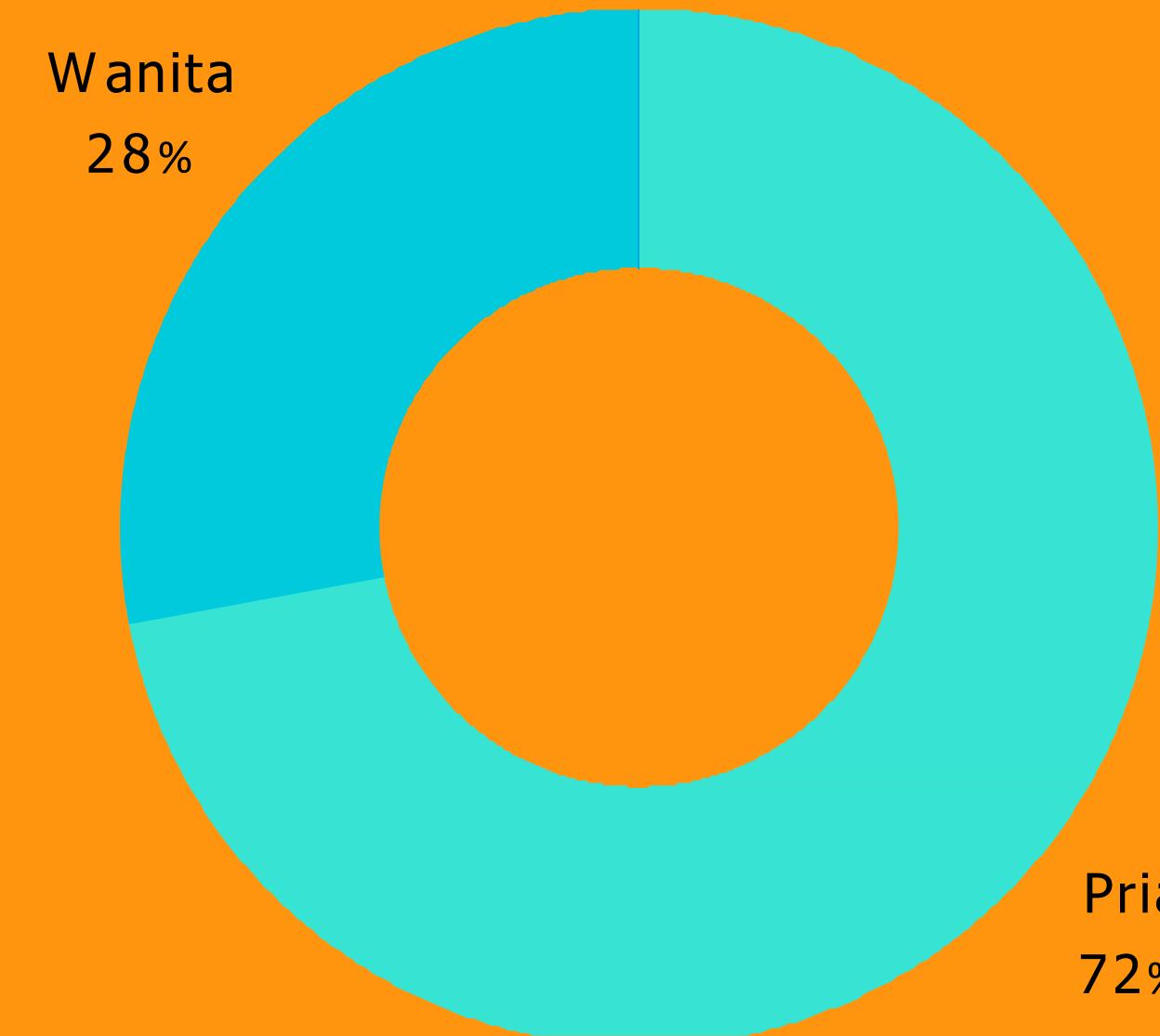
Available on 7 platforms >

[View public site](#)

30	Total plays
23	Estimated audience size
\$0.00	How to use Sponsorships

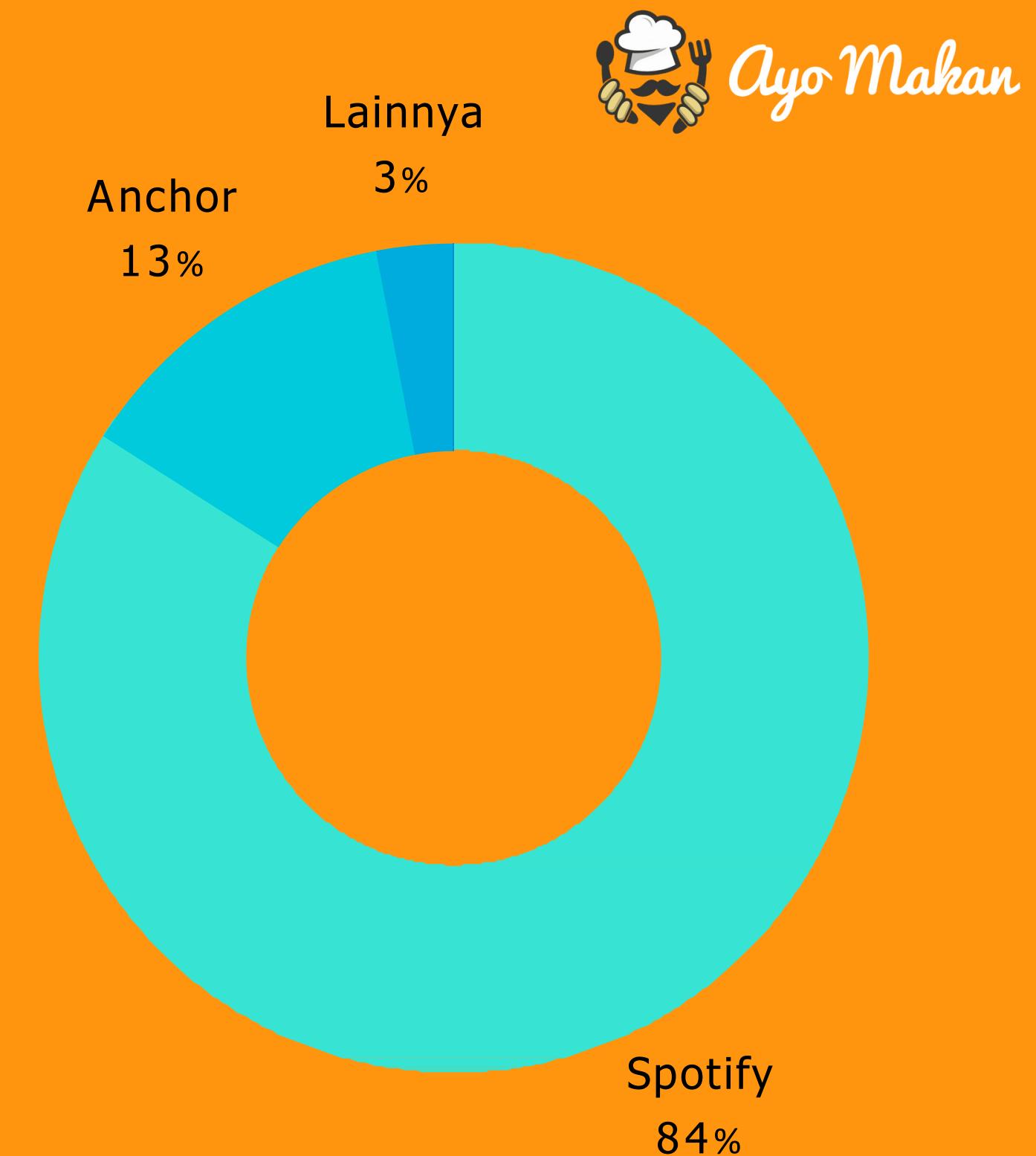
Podcast Insight

Pendengar podcast Ayo Makan ep.1 didominasi oleh pria sebesar 72%. Hal ini dapat dikaitkan dengan topik yang dibahas karena isunya cukup sensitif dengan kaum wanita.



Podcast Insight

Pendengar podcast Ayo Makan ep.1 didominasi dari Spotify sebesar 84%, diikuti Anchor 13%.



Google & Facebook Ads



Google Ads

(Search Engine Marketing)

Planning Ads

Budget :Rp 30.000,-

Durasi :Satu Jam (25 Juni 2020)

Jam :20.00 - 21.00

Lokasi :Jakarta, Bandung, Surabaya,
Denpasar, Depok, Bogor, Semarang,
Bekasi.

Demografi :Pria & Wanita, 18 - 34 Tahun

Psikografi :Muda, pecinta kuliner, gemar
berolahraga, peduli dengan penampilan
dan kesehatan.

[Yuk Lawan Penuaan Dini | Dengan 5 Buah Ini](#) ⓘ
Ad www.ayo-makan.com

Gak mau dong masih muda tapi kena penuaan dini? Nah,
pastikan 5 buah ini ada di rumahmu. Klik sekarang!

Google Ads

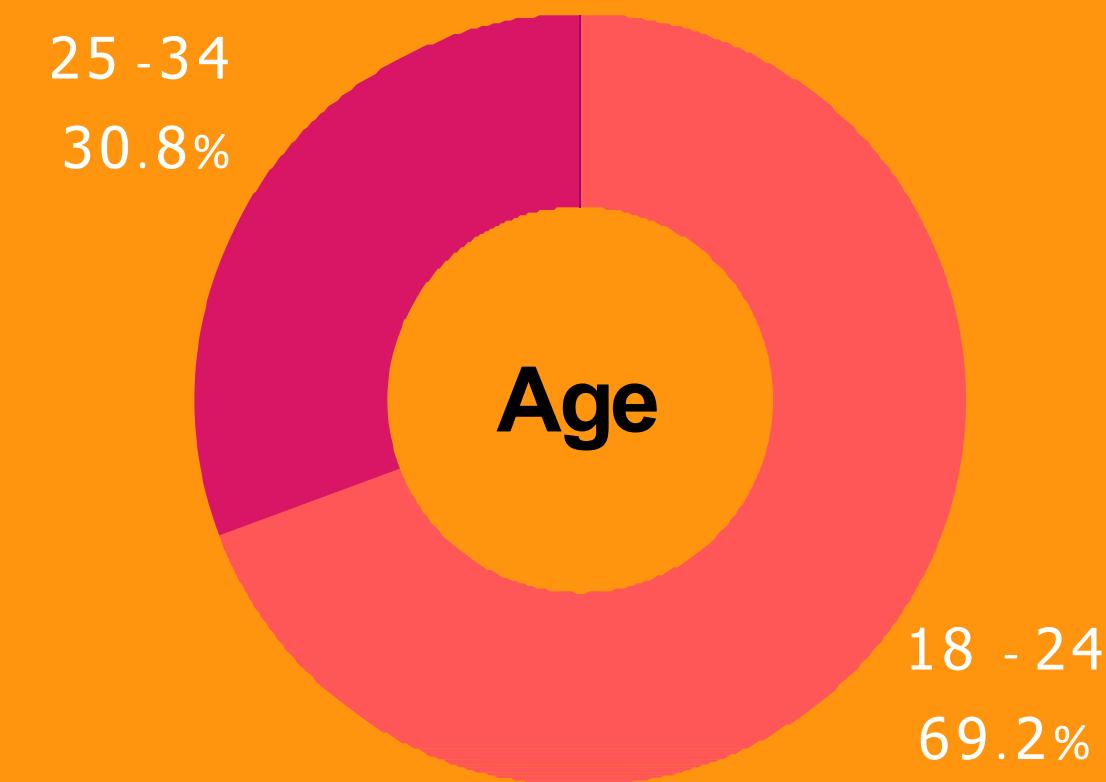
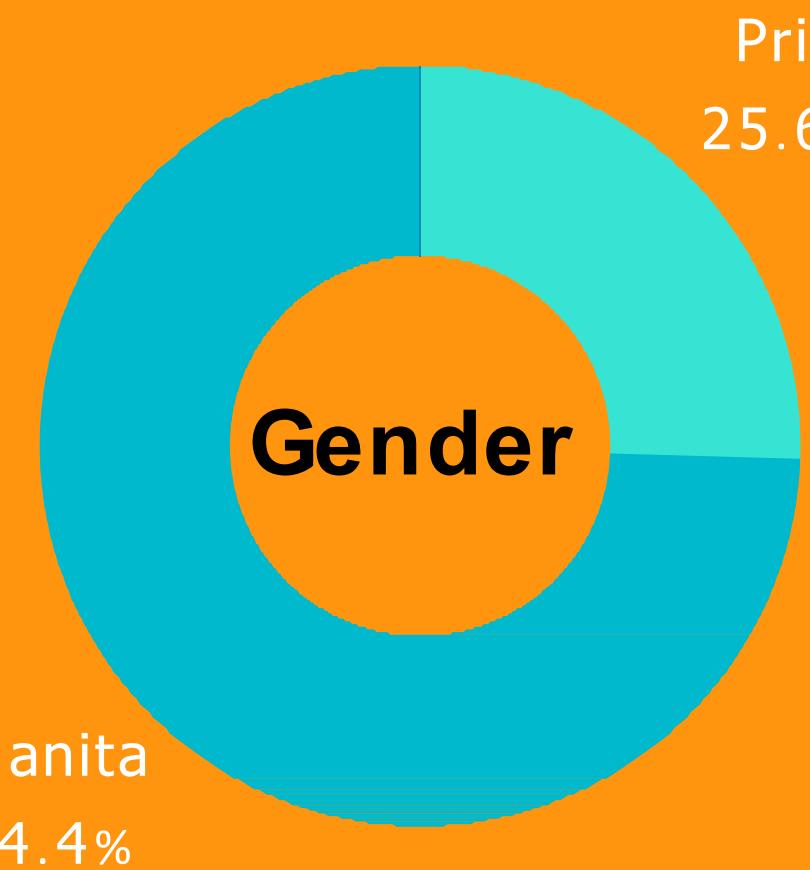
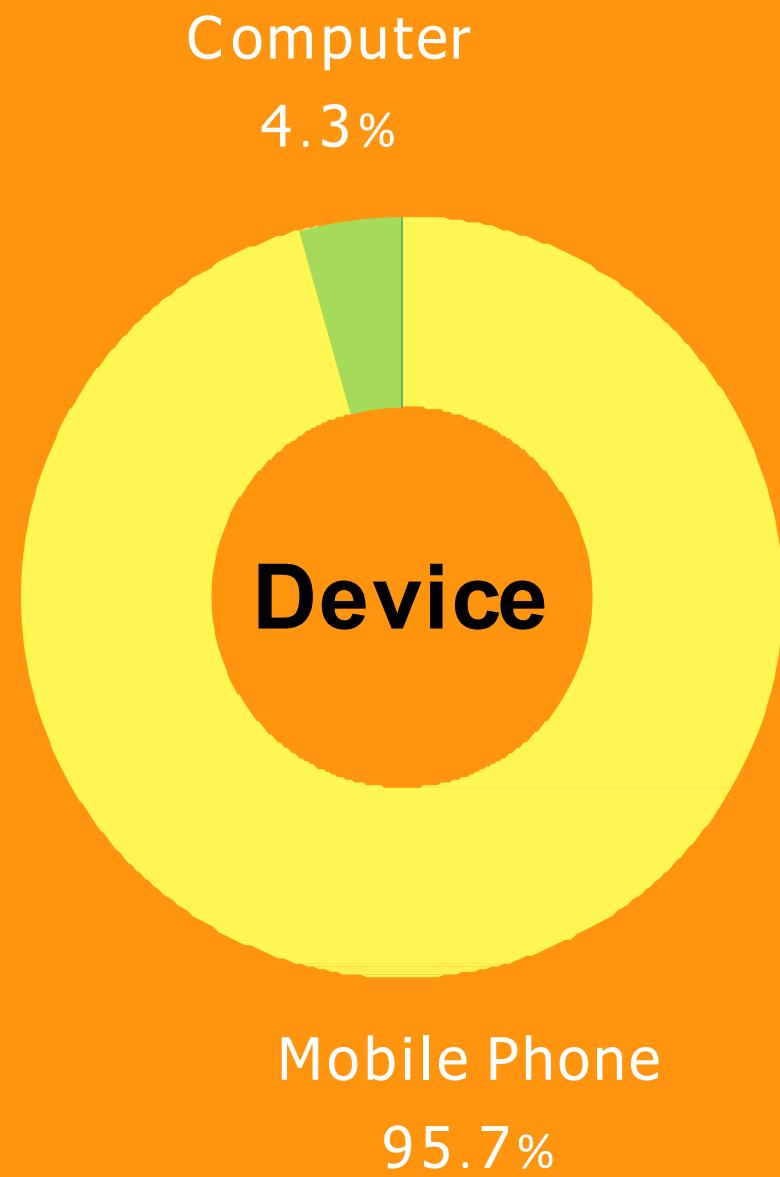
(Search Engine Marketing)

Report Ads

Media	Budget	CPC	Impression	CTR	Clicks
SEM - Traffic	Rp 11.618,-	Rp 2.904,-	46	8.70%	4

Google Ads

(Search Engine Marketing)



Google Ads (Search Engine Marketing)

Key Points

- Ads hanya berjalan satu jam dan distop karena ads sempat terdeteksi melebihi budget hingga Rp 42,146,- (12 Clicks & CTR 26.09%).
- Keyword : bintik hitam, penuaan dini, wajah kusam, mencegah penuaan dini.
- CPC termasuk mahal (Rp 2.904,-).
- CTR tergolong baik (8.70%).
- Mayoritas audience adalah wanita muda berumur 18 - 24 tahun.
- Ads tampil lebih banyak di smartphone.





Facebook Ads (Page Likes)



Planning Ads

Budget :Rp 30.000,-

Durasi :Satu Hari (25 Juni 2020)

Lokasi :Jakarta, Bandung, Surabaya, Denpasar, Depok, Bogor, Semarang, Bekasi.

Demografi :Pria & Wanita, 18 - 44 Tahun

Psikografi :Pecinta kuliner, gemar berolahraga, peduli dengan kesehatan.

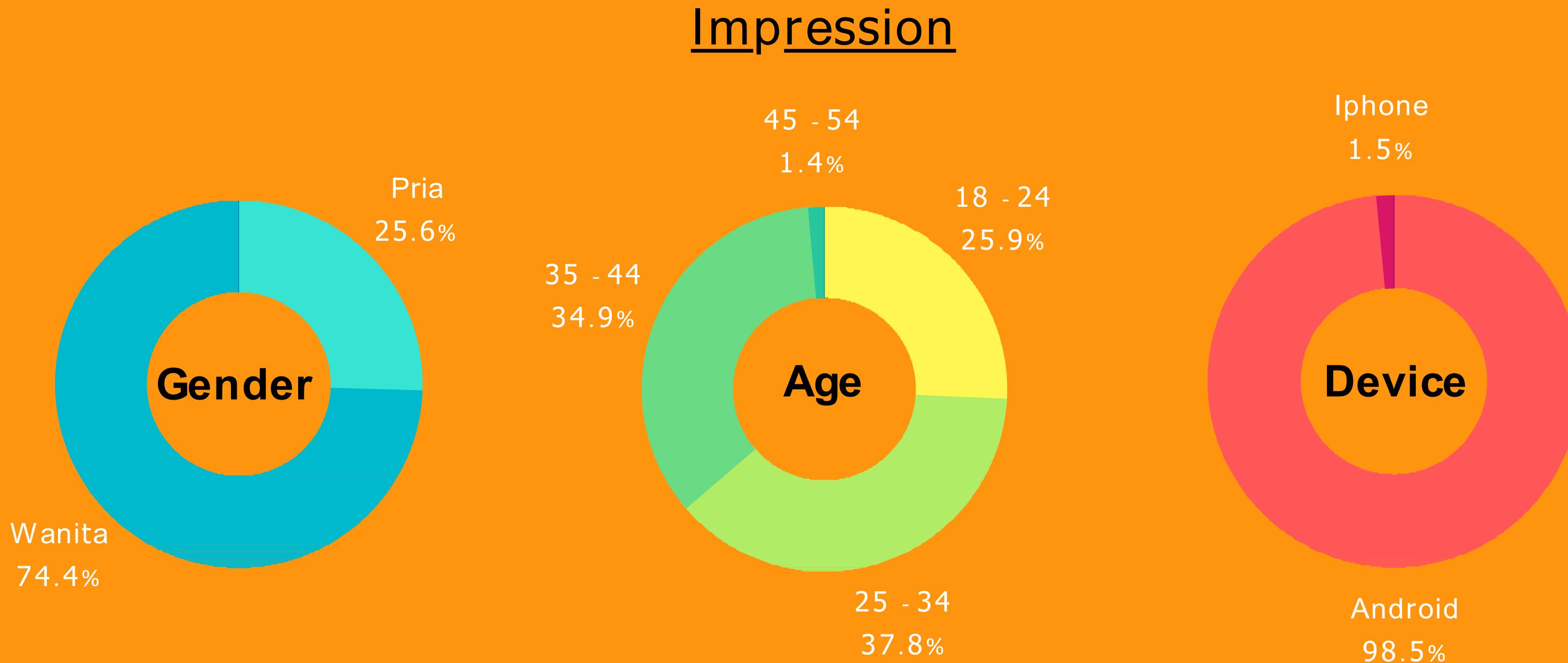


Facebook Ads (Page Likes)

Report Ads

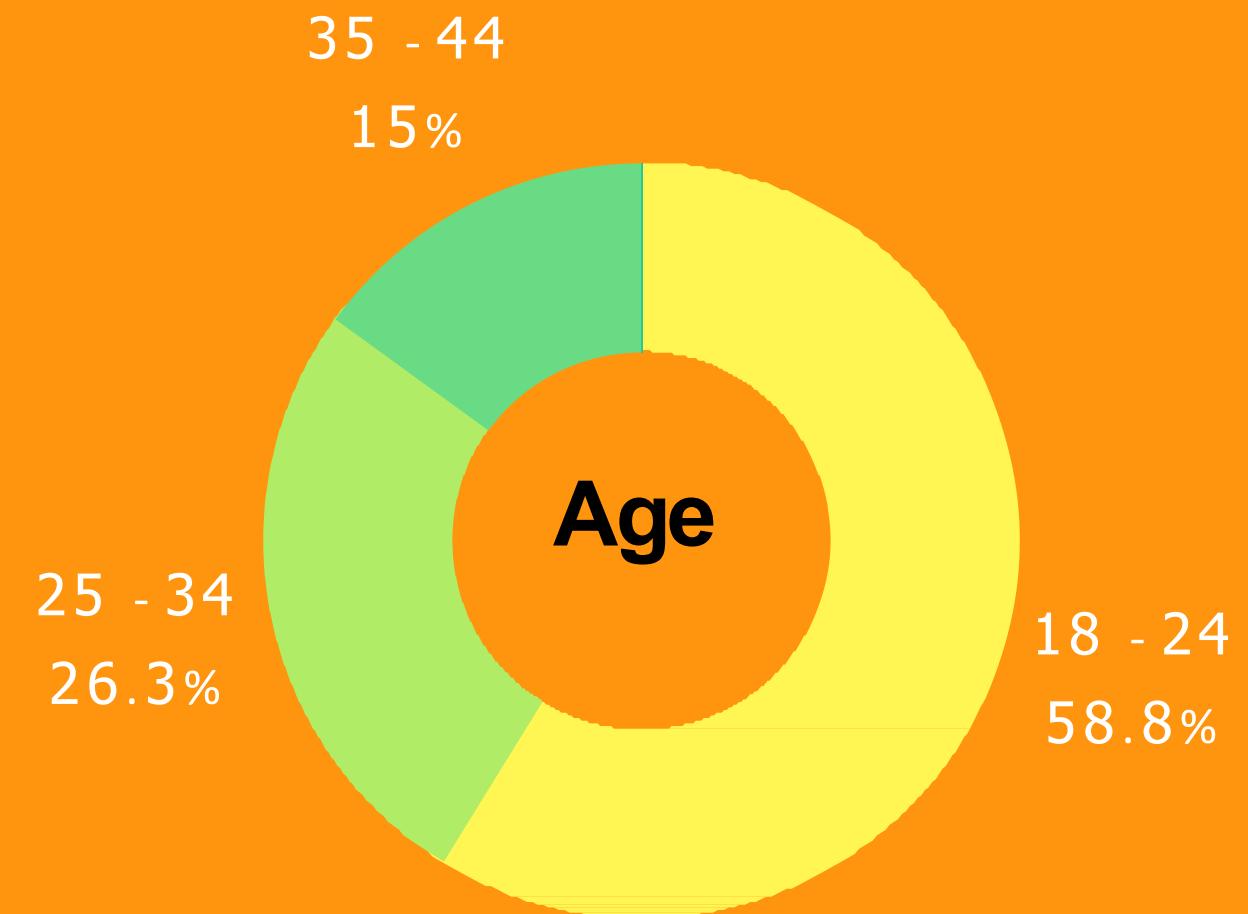
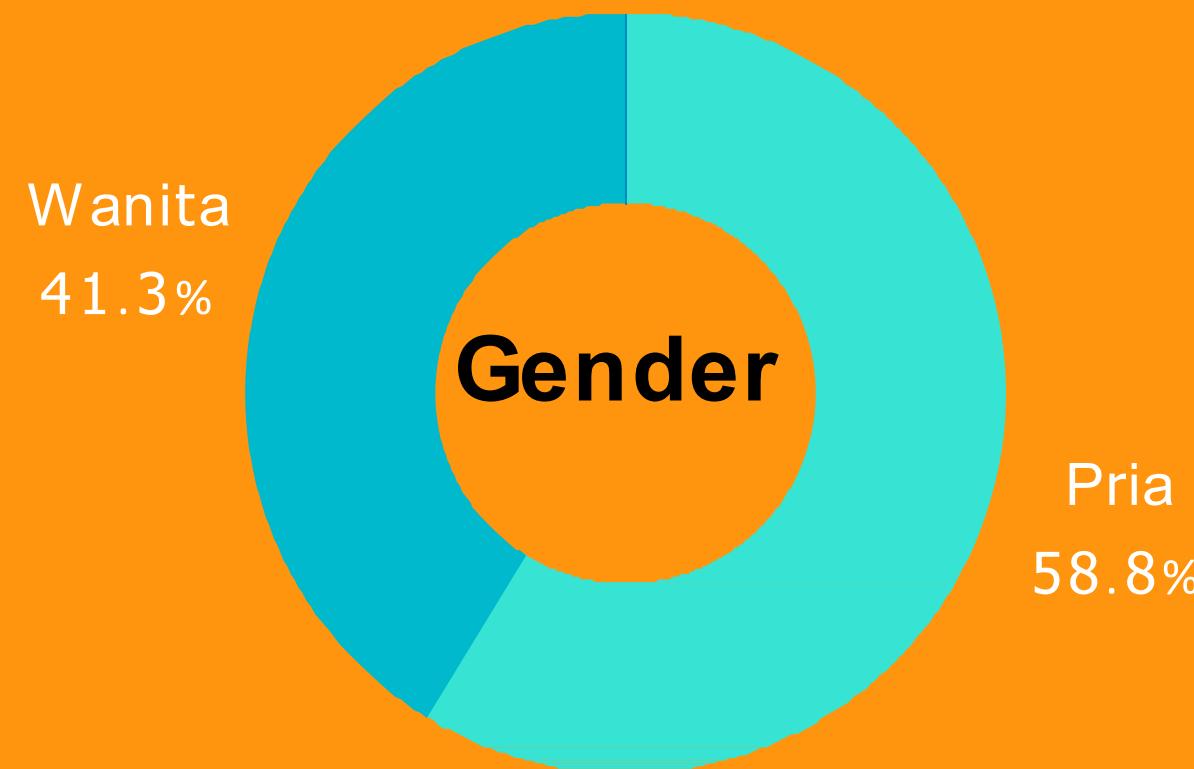
Media	Budget	CPL	Impression	CTR	Clicks
Fb Ads - Page Likes	Rp 21.938,-	Rp 274,-	724	11.05%	80

Facebook Ads (Page Likes)



Facebook Ads (Page Likes)

Page Likes



Facebook Ads (Page Likes)

Key Points

- Ads berjalan selama satu hari, menggunakan video fun facts tentang sushi.
- Cost per like terhitung cukup murah (Rp 274,-)
- Video diputar sebanyak 340 kali, tetapi hanya 13 kali pemutaran yang mencapai 15detik.
- Peak time ads di sekitar jam 18.00-20.00
- Impression didominasi oleh Wanita (74.40%)
- Namun Wanita lebih rendah untuk convert menjadi fans (41.3%).
- 18 - 24 adalah mayoritas kelompok umur untuk paid likes.
- Audience ads didominasi kalangan umur dewasa, yakni 25 -34 tahun (37.8%) dan (34.9%).
- Android menguasai persentase device hingga 98.5%





Facebook Ads (Web Visitor)

Ayo Makan
Sponsored •

Butuh informasi makanan legenda di Malang?
Yuk check di ayo-makan.com tempatnya!



AYO-MAKAN.COM
Ayo Makan!

LEARN MORE

14 Like 1 comment Share

Planning Ads

Budget :Rp 30.000,- /Hari

Durasi :Dua Hari (25 -26 Juni 2020)

Lokasi :Jabodetabek, Bandung,

Semarang, Malang, Surabaya, Denpasar.

Demografi :Pria & Wanita, 18 - 34 Tahun

Psikografi :Pecinta kuliner, gemar
bepergian /berwisata.



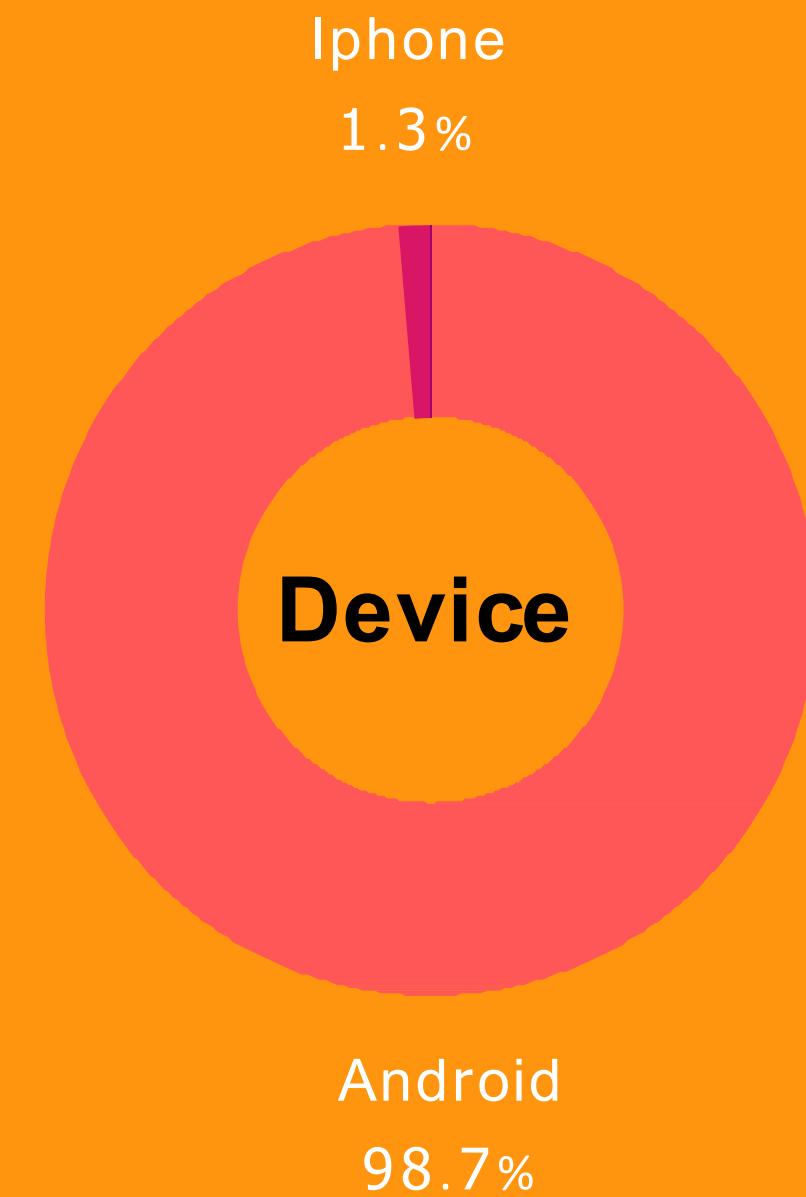
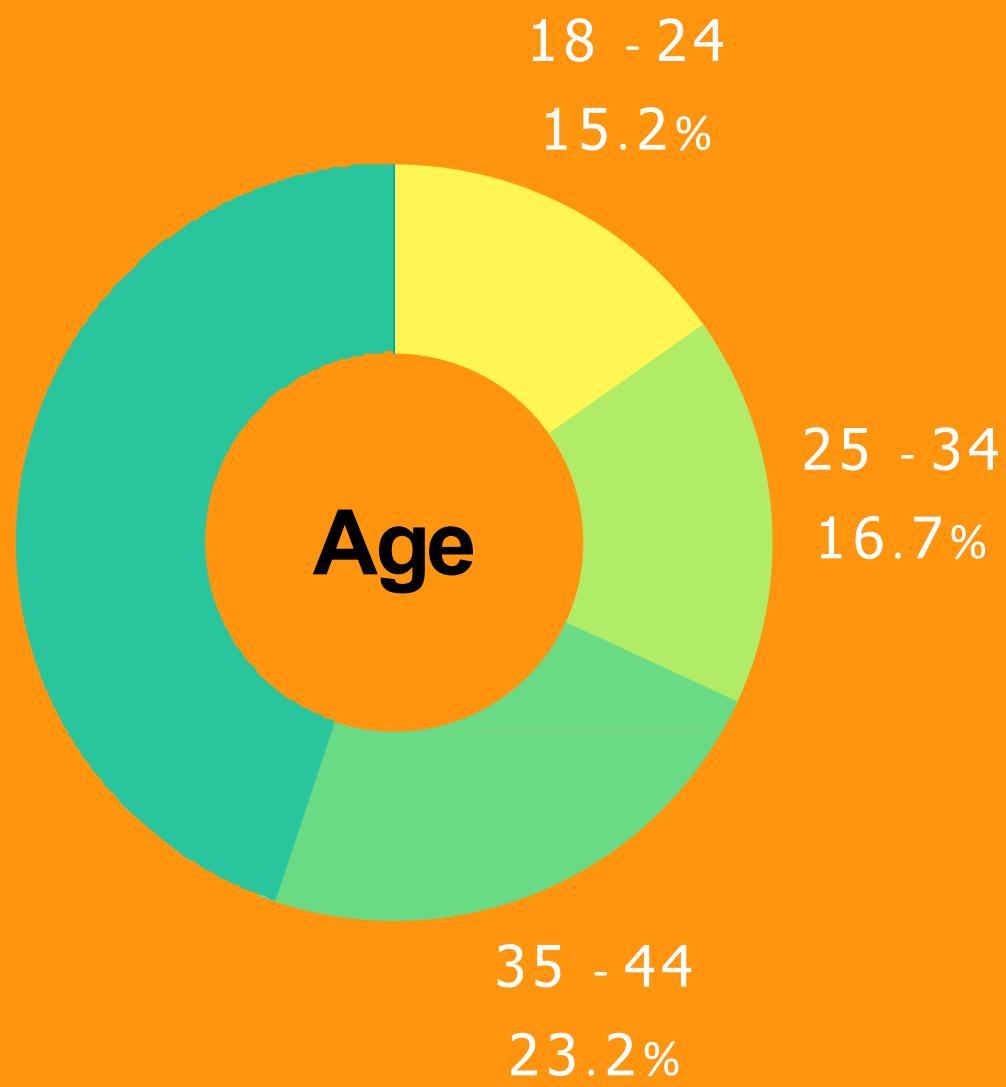
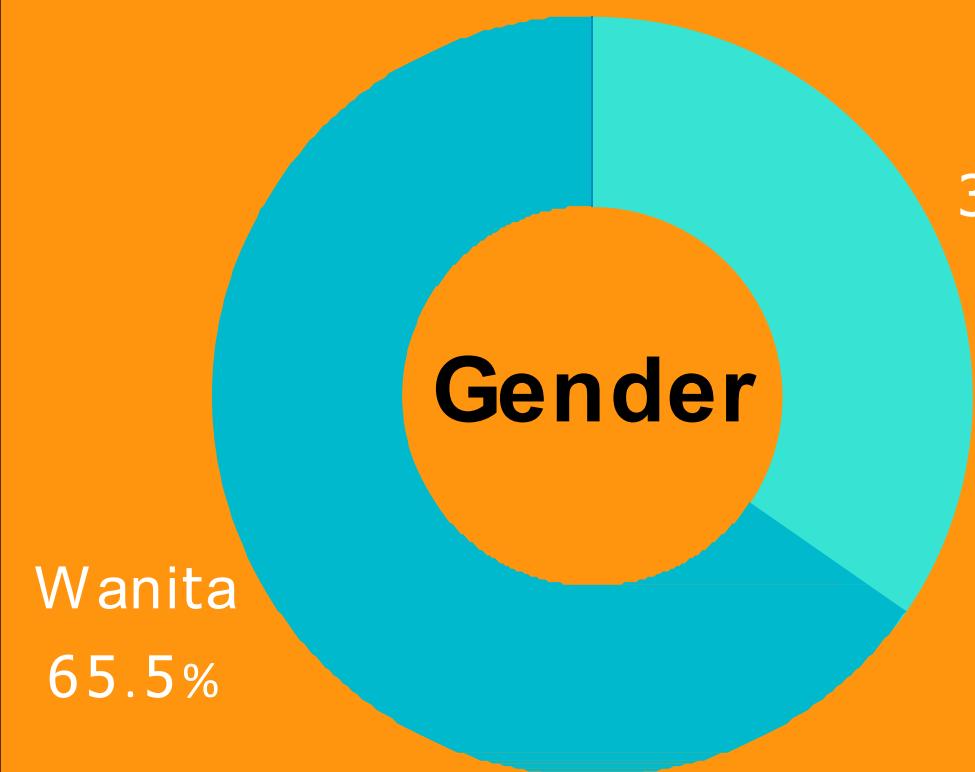
Facebook Ads (Web Visitor)

Report Ads

Media	Budget	CPM	Impression	CPC	CTR	Clicks
Fb Ads - Web Visit	Rp 39.277,-	Rp 6.372,-	6.164	Rp 217,-	2.94.%	181

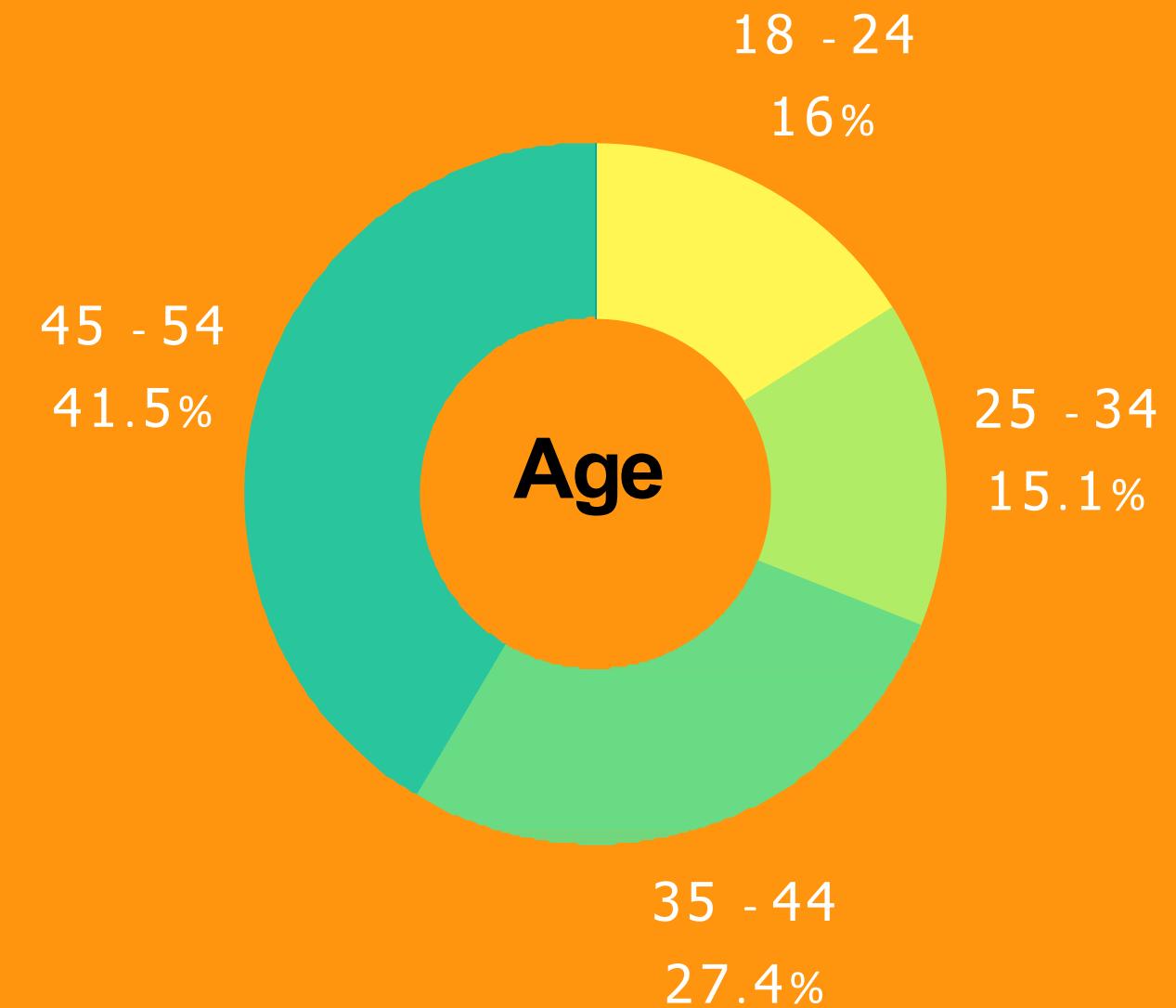
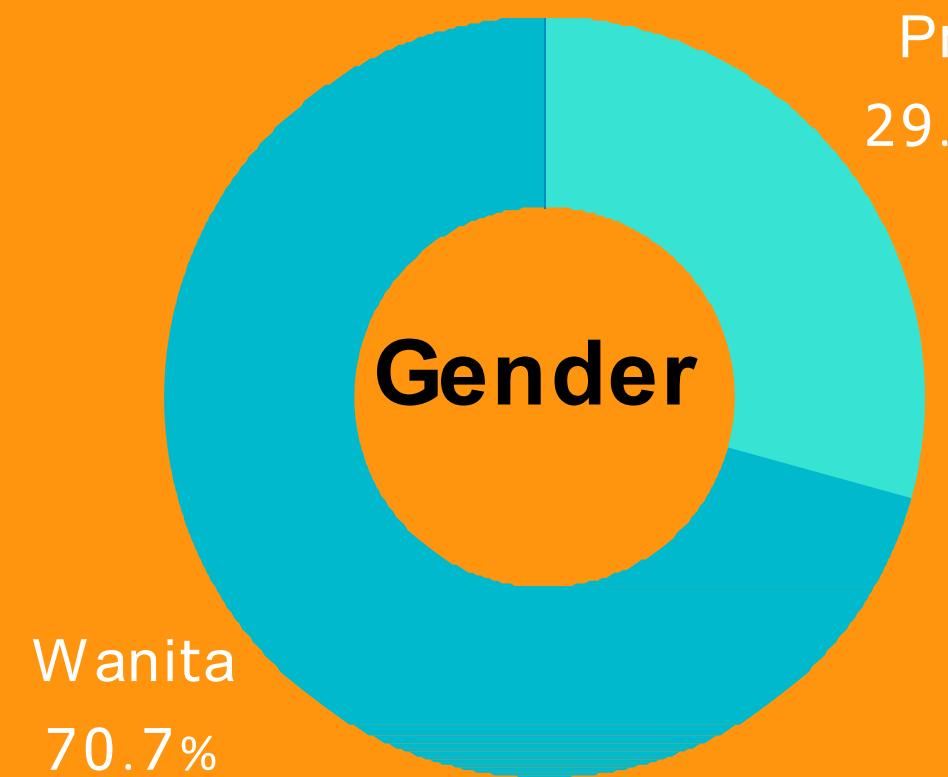
Facebook Ads (Web Visitor)

Impression



Facebook Ads (Web Visitor)

Link Clicks



Facebook Ads (Web Visitor)

Key Points

- Ads berjalan selama dua hari, berisi link menuju artikel referensi kuliner di Malang di web.
- Cost per click lebih murah dibandingkan Google Ads (Rp 217,-)
- Unique link clicks mencapai 173 dengan total reach sebanyak 5.564.
- Peak time ads di sekitar jam 18.00 - 20.00.
- Impression didominasi oleh Wanita (65.5%).
- Wanita lebih banyak mengunjungi web (70.7%)
- Umur 44 - 54 justru mendominasi persentase audience (Impression 44.9% & Web visit 41.5%).
- Android tetap menjadi device mayoritas audience.



Evaluasi



Konten

Pembuatan konten harus multiplatform dan disesuaikan penyampaiannya untuk setiap platform.

Konsistensi

Pembuatan konten harus benar-benar mematuhi kalendar plan yang sudah direncanakan sejak awal.

Tema & Desain

Seluruh konten yang dibuat harus sesuai dengan big design yang sudah ditetapkan.

Up to Date

Lebih up to date dengan trend yang sedang naik dan mampu mengaplikasikan kedalam konten dengan cepat dan tepat.



Ayo Makan

Thank
You!