## JURUS SINGKAT

#### PANDUAN INSTAGRAM ADS UNTUK PEMULA

KENALI DARI NOL HINGGA MAHIR MERAUP UNTUNG DENGAN INSTAGRAM ADS, BESERTA BONUS TIPS & TRIK INSTAGRAM ADS YANG HARUS KAMU TAHU



#### **INSTAGRAM ADS**





*Instagram* merupakan sebuah *social media* yang tak asing lagi di telinga kita, bukan?

Tak heran, menurut data dari **tempo.co**, pada Juni 2017 Indonesia tercatat memiliki 45 juta pengguna aktif **Instagram**. Wow, jumlah yang cukup mencengangkan, bukan?. Sebagai seorang pebisnis *online*, tentu jumlah diatas menjadi peluang untuk mempromosikan produk dan menjangkau lebih banyak pelanggan melalui *platform* tersebut.

Nah, kali ini **Jagoan Hosting** akan membahas mengenai *Instagram Ads,* mulai dari nol hingga cara membuat *Instagram Ads* dan juga *Instagram Stories Ads* yang baru diluncurkan.

Yuk, simak selanjutnya di ebook ini!





# PENGERTIAN DAN CARA KERJA Instagram



Untuk memenuhi kebutuhan para pebisnis, Instagram pun meluncurkan fitur Instagram Ads pada 24 Oktober 2013. Fitur ini pun segera mendapat respon positif di kalangan pebisnis. Terbukti pada Februari 2016, Instagram memiliki 200.000 pengiklan. Jumlah tersebut pun meningkat lebih dari 2 kali lipat pada September 2016 dengan jumlah 500.000 pengiklan aktif. Bahkan, update terakhir pada bulan Maret 2017, Instagram telah memiliki 1 juta pengiklan aktif.



## Sebenarnya, apa yang membuat Instagram Ads disukai banyak pebisnis online?

Instagram ads memiliki banyak keunggulan yang tak kalah dengan ads pada platform lain. Berikut merupakan keunggulan instagram ads adalah sebagai berikut.

 Salah satu keunggulan instagram ads adalah bentuk iklan yang terlihat hampir sama dengan postingan foto & video biasa. Sehingga, membuatnya tidak terkesan agresif seperti tipe ads pada platform lain.

- Setelah diakusisi oleh Facebook, Instagram Ads pun akhirnya menggunakan sistem targeting yang sama seperti Facebook. Memungkinkan kita sebagai penggunanya untuk memperoleh informasi pengguna dan penargetan yang spesifik, seperti dari lokasi, usia, jenis kelamin, hobi, ketertarikan, dll.
- Instagram ads menyediakan beberapa variasi format ads yang beragam seperti gambar, video, atau carousell.[Baca selengkapnya, mengenai jenis Instagram Ads yang harus kamu tau DISINI]
- Tak ketinggalan, Instagram ads juga memberi ajakan kepada para penggunanya untuk meningkatkan engangement, seperti dengan adanya button ajakan seperti, follow, mengunjungi website kita, atau men-download aplikasi pada Instagram ads.



#### Lantas, bagaimana cara kerja Instagram Ads tersebut?

Seperti yang sudah diketahui, Facebook memang berhasil mengakuisisi Instagram pada tahun 2012 lalu. Untuk itu, segala pengaturan adsnya pun tak ketinggalan pun juga mengalami integrasi dan persamaan. Setelah proses akuisisi tersebut, segala pengaturan budgeting, scheduling, dll dilakukan melalui Power Editor yang berada pada platform Facebook.`

## Apa istilah – istilah pada Instagram Ads yang harus kita ketahui?

Pada Instagram Ads sendiri terdapat beberapa istilah -istilah yang harus kamu tau. Berikut diantaranya.

#### 1. Ads Manager



Ads Manager adalah tools iklan dari Facebook yang memungkinkan kita untuk membuat dan memanajemen Facebook dan Instagram Ads. Berikut ini merupakan fitur yang disediakan Ads Manager, antara lain.

- Membuat dan menjalankan iklan
- Melakukan targeting
- Menentukan budget iklan
- Melihat performance ads
- Melihat ringkasan, history serta informasi metode pembayaran.

#### 2. Power Editor (PE)

## $\mathbf{f} \equiv \mathbf{Power} \ \mathbf{Editor}$

Power Editor adalah sebuah tools iklan dari Facebook yang dirancang untuk para pengiklan besar yang ingin membuat, mengedit dan menerbitkan beberapa iklan sekaligus. Juga, memiliki kontrol yang tepat untuk campaign ang mereka buat. Berikut merupakan fitur dari Power Editor yang akan kita dapatkan, antara lain.

- Mengelola beberapa iklan sekaligus dalam satu waktu, termasuk membuat, menduplikasi, dan mengedit beberapa iklan sekaligus langsung dari akun kita.
- Mengimpor iklan menggunakan Excel. Kita dapat mendownload template import iklan dari Power Editor ke Excel, kemudian mengisikan informasi yang dibutuhkan untuk iklan yang akan kita buat, lalu mengimpor kembali pekerjaan yang sudah kita buat ke Power Editor.
- Menggunakan fitur pencarian dan filter yang dapat kita gunakan untuk menemukan campaign dan iklan di Power Editor

#### 2. Business Manager



Business manager adalah sebuah fitur dalam facebook yang digunakan untuk beriklan. Business manager bersifat stand alone, yaitu berdiri sendiri, tidak tergantung pembuatnya, dan dapat dipindahkan. Oleh karena itu, satu facebook account bisa memiliki Business Manager lebih dari satu. Selain itu, Business Manager juga bersifat good standing, artinya satu business manager bisa memuat lebih dari 10 Ads. Untuk lebih jelasnya, berikut ini beberapa fakta Business Manager yang perlu kita ketahui.

- Dapat membuat atau mengelola lebih dari satu Ads Manager.
- Memungkinkan kita untuk dapat melimpahkan wewenang atas orang pada Ad Account, Pixel, Page, dan sebagainya.
- Di dalam Business Manager, fitur-fitur advertising baru lebih dulu muncul daripada Ads Manager biasa.
- Untuk menghindari error, gunakan source payment yang berbeda.



# Jenis Ads & Ketentuan Kontennya Instagram



Penting bagi kita untuk mengetahui jenis ads yang ditawarkan platform social media besutan Kevin Systorm ini. Instagram Ads sendiri memiliki beberapa jenis format ads yang dapat menjadi pilihanmu. Pemilihan jenis Instagram Ads ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan promosimu. Setelah mengetahui mengenai apa itu Instagram Ads, keunggulan dan istilah – istilah yang terdapat didalamnya. Kali ini, Jagoan Hosting akan membahas lebih dalam mengenai jenis Instagram Ads yang harus kamu tau. Tak hanya jenis Instagram Adsnya saja, kami juga akan membahas mengenai ketentuan – ketentuan konten ads yang harus dipatuhi oleh pengiklan.

#### 1. Image Ads



Sesuai dengan namanya, jenis Instagram Ads satu ini merupakan ads dengan konten gambar (image) saja. Jenis instagram ads satu ini merupakan jenis ads paling mudah dan sering dilakukan para pebisnis online. Namun, gambar yang akan diupload pada Instagram ads juga memiliki beberapa ketentuan, diantaranya.

- Memiliki format file jpg atau png
- Ukuran gambar Instagram Ads berbentuk persegi: 1080 x 1080 pixel
- Resolusi minimal: 600 x 600 pixel
- Rasio gambar: 1:1
- Ukuran gambar Instagram Ads berbentuk landscape : 1200 x 628 pixel
- Resolusi minimal: 600 x 600 pixel
- Rasio gambar : 1:1
- Gambar Instagram Ads memiliki teks tidak lebih dari 20% dari total ukuran gambar. Untuk memastikannya kamu bisa melakukan pengecekkan di sini.
- Rekomendasi panjang caption 125 karakter, dengan jumlah maksimal 2.200 karakter.



#### 2. Video Ads

Tak hanya gambar, Instagram juga memungkinkan pengiklan untuk mengiklankan produknya dalam konten video. Sama seperti Image Ads, iklan dalam bentuk video juga memiliki ketentuan. Berikut merupakan ketentuan video yang harus dipenuhi para pengiklan

- Memiliki format video .mp4
- Video aspect ratio: Landscape (1.91:1), Square (1:1), Vertical (4:5)
- Resolusi video minimal:
- 600 x 315 pixels (1.91:1 landscape)
- 600 x 600 pixels (1:1 square)
- 600 x 750 pixels (4:5 vertical)
- Durasi video maksimal: 60 detik
- Ukuran file video maksimal : 4GB
- Frame rate maksimal : 30 fps

#### 3. Carousel Ads



Sejak Maret 2015, Instagram meluncurkan fitur carousel pada adsnya. Carousel merupakan salah satu jenis Instagram Ads yang memiliki tampilan seperti slideshow. Dengan carousel ini, akan memungkinkan pengiklan untuk mengupload 3 – 5 gambar secara bersamaan dalam satu ads. Sehingga, pengguna Instagram dapat me-swipe gambar iklan tersebut lebih lanjut. Terdapat dua jenis Carousel Ads yaitu, Carousel Image dan Carousel Video.

#### **Carousel Image**

- Rekomendasi ukuran gambar : 1080 x 1080 px
- Rasio gambar : 1:1
- Panjang maksimal teks headline : 40 karakter
- Panjang maksimal teks deskripsi : 90 karakter
- Panjang maksimal link deskripsi : 20 karakter

#### **Carousel Video**

- Resolusi video maksimal : 1080 x 1080 px
- Resolusi video minimal : 600 x 600 px
- Durasi video maksimal: 3 detik
- Durasi video maksimal: 60 detik
- Ukuran file video maksimal : 4GB
- Frame rate maksimal : 30 fps



#### 4. Instagram Stories Ads

Setelah menambahkan fitur Stories pada Agustus 2016, Instagram juga memungkinkan para pebisnis untuk beriklan pada fitur satu ini. Iklan akan muncul diantara stories yang dibuat dari satu pengguna ke stories pengguna berikutnya. Pada Instagram Stories Ads kita dapat memilih format iklan berupa gambar dan video, berikut merupakan beberapa ketentuannya.

#### **Single Image Stories**

Rekomendasi ukuran gambar : 1080 x 1920 px Rekomendasi rasio gambar : 9:16

#### **Single Video Stories**

Format file video : .MOV, .MP4 & .GIF Rekomendasi rasio ukuran video : 9:16 Durasi maksimal video : 15 detik Rekomendasi resolusi video minimal : 720p Ukuran video maksimal : 2.3 GB



# Memulai & Membuatnya Ads (Step by Step) **Instagram**



Setelah mengetahui mengenai pengertian, cara kerja beserta ketentuan Instagram Ads di seri artikel Mengenal Instagram sebeniminya. Kali ini, sampailah kita pada bagian yang ditunggu – tunggu. Apalagi kalau bukan Cara Membuat Instagram Ads yang harus kita ketahui. Terutama, bagi para pebisnis online.

Jika kamu telah mengenal tentang Facebook Ads sebelumnya, tentu kamu sudah tak asing lagi dengan Instagram Ads. Pasalnya, cara membuat Instagram Ads pun tak jauh berbeda seperti membuat Facebook Ads. Setelah proses akuisisi oleh Facebook di tahun 2012, pengaturan Facebook Ads dan Instagram dilakukan dalam sebuah platform yang sama. Bahkan, hanya dibedakan dalam beberapa klik saja.



Advertising on Instagram: How Small Businesses Can Get Started

### 1. Mulai dengan memilih platform editor

Seperti yang sudah kita bahas bab sebelumnya mengenai Cara Kerja Instagram Ads, terdapat istilah – istilah platform editor yang harus kita ketahui pada Instagram Ads. Seperti Ads Manager, Power Editor dan Business Manager.

Dalam melakukan pemilihan tools editor ini, kita harus mempertimbangkan ukuran bisnis dan jumlah iklan yang akan kita pasang. Jika kita ingin melakukan sebuah campaign marketing berskala besar, maka Power Editor dapat menjadi tools yang sesuai. Lain halnya dengan Ads Manager yang cocok digunakan untuk membuat dan memantau iklan berskala kecil.



#### 2. Buat Campaign Baru

Selesai dengan pemilihan tools editor, kita akan beralih pada pembuatan campaign baru. Pilih menu "Create Campaign". Kemudian, pada pilihan opsi "Objective", kita dapat memilih "Click to Website". Nah, saat mengarahkan mouse kita pada pilhan "Click to Website", kita akan mendapati sebuah popup "Create Ads for Instagram", seperti gambar diatas. Selanjutnya, silakan beri nama ad, ad set dan campaign yang akan kita buat.

Campaign: Choose your objective.		Help: Choosing an Objective Use Existing Campaign
What's your marketing objective?		
Awareness	Consideration	Conversion
A Brand awareness	Traffic	Conversions
🔆 Reach	Engagement	Product catalog sales
	App installs	Store visits
	Video views	
	Y Lead generation	

### 3. Pilih Tujuan Iklanmu

Sama halnya seperti Facebook Ads, Instagram Ads juga akan meminta kita untuk memilih tujuan ads yang kita pasang dari daftar pilihan yang telah disediakan antara lain, sebagai berikut.



#### Awareness

- Brand Awareess : meningkatkan brand awareness.
- Reach : menjangkau sebanyak banyak nya audience.



#### Consideration

• Traffic : menggiring audience mengunjungi website dan meningkatkan.

Engangement : meningkatkan engangement pada suatu post, seperti post

likes, page likes, comment, dll.

App Installs : mengajak audience untuk menginstall aplikasi.

Video views : mengajak sebanyak – banyaknya audience untuk melihat

video.

Lead Generation : mengumpulkan potential customer untuk bisnis kita.



- Conversions : meningkatkan konversi penjualan pada website kita.
- Product catalog sales : menampilkan katalog produk secara otomatis berdasarkan target audience kita.
- Store visits : mengajak audience untuk mengetahui dan mengunjungi toko / kantor fisik bisnis kita.

#### 4. Buat target audience bisnis kita



Sebagai pemula, pada tahapan ini, penting bagi kita untuk menggunakan data yang kita punya dan (terkadang) insting. Namun, seiring berjalannya waktu, hal ini dapat dipelajari dan kita akan terbiasa untuk menentukan targetting audience ads kita. Kita akan menjumpai bebrapa kategori targetting audience, antara lain sebagai berikut.

- Tempat
  - Usia Hubungan • Status Keuangan
- Jenis kelamin Pendidikan
   Asal
- Bahasa Pekerjaan

- Etnis Politik (AS)
- Generasi Peristiwa penting Koneksi
- Orangtua Minat

Pada tahap targetting audience, terdapat pula beberapa fitur yang akan membantu penargetan ads kita lebih efektif, yaitu Custom Audience dan Lookalike Audience. Berikut perbedaan Custom Audience dan Lookalike Audience yang harus kamu tau.

 Custom Audience : fitur targeting yang memungkinkan ads kita menjangkau audience yang sudah pernah berinteraksi bahkan, menjadi pelanggan kita. Custom audience memungkinkan kita untuk membuat targeting dari data daftar pelanggan yang sudah kita miliki.

Perilaku

 Lookalike Audience : fitur targeting yang memungkinkan ads kita menjangkau audience baru yang memiliki potensi ketertarikan dengan bisnis / produk kita. Lookalike Audience juga dapat diartikan bahwa minat mereka serupa dengan pelanggan kita.

Tips : Pastikan Audience Size dari hasil targetting yang kita pilih memiliki kriteria pada area "Cukup Spesifik" atau dalam area hijau yang aman.

Audience Size Your audience selection is fairly		
Specific Broad.	Placements Show your ads to the right people in the right places.	
Potential Reach: 95,000,000 people	New! Ads in Messenger Home     Now you can run ads that people will see in the Home tab of their Messenger mobile app. This option is     also available through automatic placements. Learn more.	
	<ul> <li>Automatic Placements (Recommended)         Your ads will automatically be shown to your audience in the places they're likely to perform best. For objective, placements may include Facebook, Instagram, Audience Network and Messenger. Learn n     </li> <li>Edit Placements         Removing placements may reduce the number of people you reach and may make it less likely that y your goals. Learn more.     </li> </ul>	this tore. ou'll meet
	Device Types All Devices (Recommended) *	
	Platforms Facebook	-)
	✓ Instagram	-)
	Feed	~
	Stories	
	Audience Network	-)
	Messenger	<b>~</b>

#### 5. Tempatkan Iklanmu di Instagram

Seperti yang sudah kita ketahui, bahwa Facebook Ads dan Instagram Ads memang diatur pada satu platform yang sama. Pada tahap inilah yang akan membedakan Facebook Ads dan Instagram Ads tersebut. Pada section "Placement" terdapat beberapa pilihan penempatan ads. Opsi "Automatic Placements" akan memungkinkan ads kita ditampilkan pada beberapa platform yang berada dibawah naungan Facebook, seperti social media Facebook itu sendiri, Instagram, Audience Network dan Messenger. Jika kita hanya menginginkan ads yang kita buat ditampilkan pada platform Instagram saja. Maka, kita dapat memilih opsi "Edit Placements" dengan memilih "Instagram" pada kategori "Platforms".

#### 6. Atur Budget & Jadwalkan Iklanmu



Setelah mengatur penempatan iklan kita di Instagram, tahap selanjutnya yang tak kalah penting dalam membuat Instagram Ads adalah mengatur budget dan jadwal iklan ditampilkan. Terdapat dua pilihan kategori budget yang dapat kita pilih, yaitu daily budgetdan lifetime budget. Berikut ini merupakan perbedaan daily budget dan lifetime budget yang harus kita ketahui.

- Daily budget akan memungkinkan iklan kita terus ditayangkan sepanjang hari. Ini berarti, Instagram akan menghabiskan jumlah budget yang anda isikan dalam satu hari penuh. Instagram Ads sendiri mempunyai ketentuan jumlah daily budget minimal yang berkisar di angka \$1.
- Lifetime budget akan memungkinkan iklan kita tetap tayang pada jangka waktu tertentu dengan jumlah budget yang akan dihabiskan pada kurun waktu tersebut. Misal, apabila kita menginginkan iklan yang kita buat tayang selama 10 hari dengan lifetime budget IDR 200.000. Maka, sistem akan otomatis menghabiskan IDR 200.000 selama 10 hari, dimana per harinya iklan kita akan menghabiskan budget IDR 20.000/hari.

<ul> <li>Set a st</li> </ul>	art and end date	
Sta	rt 🗎 Sep 14, 2017	() 1:19 PM
En	d 🗇 Oct 14, 2017	① 1:19 PM
	(Jakarta Time)	

Masih di section yang sama, kita juga harus mengatur penjadwalan (schedule). Disini, kita harus mengatur kapan campaign Instagram Ads yang kita buat dimulai dan berakhir. Tak ketinggalan, juga terdapat fitur "Ad Scheduling" yang akan memungkinkan iklan kita dapat tampil pada jam – jam tertentu dalam sehari atau hari – hari tertentu dalam sepekan.

Tak ketinggalan, pada section "Budget & Schedulling" juga terdapat sub section "Optimization for Ad Delivery" yang memungkinkan pada siapa saja Instagram Ads kita akan ditampilkan. Berikut merupakan beberapa opsi "Optimization for Ad Delivery" yang harus kamu tau

Optimization for Ad Delivery 💿	Link Clicks 👻
Bid Amount 🔘	Link Clicks We'll deliver your ads to the right people to help you get the most link clicks from your ad to a destination, on or off Facebook, at the lowest cost.
When You Get Charged 🔘	Impressions We'll deliver your ads to people as many times as possible. Daily Unique Reach
Ad Scheduling 🔘	We'll deliver your ads to people up to once a day.
Delivery Type 🔘	Standard - Show your ads throughout your selected schedule (recommended) More Options
Hide Adv	anced Options +

Link Clicks : dipasang untuk Instagram Ads dengan tujuan memperoleh

- sebanyak banyaknya clicks menuju website dengan harga terendah. Impresions : Instagram Ads akan ditampilkan pada feed audience dengan
- waktu selama mungkin. Tentu kita sudah tak asing dengan sebuah iklan
- yang bertengger di beranda Instagram kita seharian.

Daily Unique Reach : Instagram Ads akan ditampilkan pada feed audience

- sebanyak 1 kali per hari. Hal ini akan memungkinkan audience melihat iklan
- yang sama berulang di hari yang berbeda atau tidak pada hari yang sama.



#### 7. Pilih tampilan iklan yang sesuai

Seperti yang sudah kita bahas pada babsebelumnya mengenai jenis Instagram Ads. Terdapat beberapa pilihan format iklan yang dapat kita pilih di tahapan ini. Seperti Image, Video, Slideshow, Carousel dan Collection. Khusus untuk Instagram Ads, kita dapat memilih format Image, Video, dan Carousell. Sedangkan, Slideshow dan Collection dapat kita coba pada Facebook Ads.



Setelah memilih format Instagram Ads sesuai kebutuhan yang diinginkan, selanjutnya kita dapat segera mengupload media seperti gambar / video yang akan kita pasang pada iklan kita.

ext nter the text for your ad. Learn more	<u>)</u>		
Connect Facebook Page			
Choose a Facebook Page so you Your ad will link to your event, but your Facebook Page.	can run a it will sho	ads on Face w as comin	book. g from
💩 The Flying Detachment		•	+
or Turn Off News Feed Ads			
Instagram Account			
Using the selected Page to represent of the selected Page to represent of the selected Page to represent of the selected Page to represent the selected Pag	ent your I	business in	your
🕹 The Flying Detachment (Pa	ge) 🗸	OR	
Add an Account			

#### 8. Koneksikan Facebook Page dan Instagram Ads

Selanjutnya, koneksikan Facebook Pages bisnis kita dengan Instagram Ads yang akan kita pasang. Walaupun kita hanya ingin memasang iklan tersebut di Instagram, kita wajib menghubungkan akun Instagram dengan Facebook Ads kita. Kamu juga tak perlu khawatir, apabila bisnis / produk yang kita iklankan tidak memiliki akun Instagram. Kita tetap dapat menggunakan Instagram Ads melalui Facebook Pages, dengan nama dan foto profil yang digunakan pada Facebook Pages tersebut yang digunakan sebagai identitas.

### 9. Tuliskan Headline, Text, Call – to – Action

Headline 🕖	Hide Advanced Options -
Enter a brief headline describing where people will visit	News Feed Link Description Ø
Text	
promoting	Display Link Ø Enter the link as you want people to see it in your ad
Call To Action (optional) 🕐	URL Tags 🕖 1024

Setelah mengkoneksikan Facebook Page dengan Instagram Ads yang kita buat, tak lengkap rasanya jika belum menambahkan Headline dan Text deksripsi / caption Instagram Ads yang kita pasang.



#### **10. Lakukan Preview dan Checkout**

Setelah beberapa langkah cara membuat Instagram Ads diatas sudah dilakukan, selanjutnya tinggal preview hasil Instagram Ads yang siap diposting. Setelah selesai melakukan preview ads, tinggal lakukan "Place Order".



# Membuat Iklan Stories (Stories Ads) **Instagram**



Seperti yang sudah kita ketahui, pada bulan Agustus 2016 lalu, Instagram membuat gebrakan baru pada update terbaru aplikasinya. Yaitu, dengan meluncurkan fitur stories yang hampir mirip seperti yang dimiliki Snapchat. Stories sendiri merupakan fitur update video dan foto yang akan tampil pada menu Stories dalam kurun waktu 24 jam.

Update tersebut segera menjadi trend dan digandrungi penggunananya dalam waktu singkat. Bahkan, **dilansir dari tempo.co**, Indonesia tercatat sebagai pembuat konten Instagram Story terbanyak di dunia. Wow, sungguh jumlah yang fantastis sekaligus menggiurkan, bukan?. Bagaimana tidak? tentu ini menjadi peluang menggiurkan bagi para pebisnis online untuk memasarkan produknya melalui platform satu ini.

Gayung bersambut, Instagram pun juga telah memungkinkan para pebisnis untuk membuat iklan di Instagram Stories, Iho!. Ketika membuka menu stories dan terus melanjutkannya dari stories yang dibuat dari satu pengguna ke stories berikutnya, tentu kita sudah tak asing lagi dengan iklan yang muncul diantaranya. Kali ini, **Jagoan Hosting** akan membagi tutorial Cara Membuat Iklan Instagram Stories (Instagram Stories Ads).

#### 1. Pilih Campaign Objective

Campaign: Choose your objective.		Help: Choosing an Objective   Use Existing Campaign
What's your marketing objective?		
Awareness	Consideration	Conversion
A Brand awareness	Traffic	Conversions
-X- Reach ()	Engagement	Product catalog sales
	App installs	Store visits
	Video views	
	Y Lead generation	

Pada pemilihan Campaign Objective, pilih "Reach", untuk menjangkau sebanyak – banyaknya audience.

#### 2. Pilih Audience dan Facebook Pagesmu

Create New Use	a Saved Audience 💌		
			Audience Size
Custom Audiences 🕖	Target Ads to People Who Know Your Business You can create a Custom Audience to show ads to your contacts, website visitors or app users. Create a Custom Audience.	×	Specific Broad Your audience selection is fairly broad.
Locations ()	Everyone in this location 👻		Potential Reach: 95,000,000 people
	Indonesia  Indonesia  Include  Type to add more locations Bro		Estimated Daily Results Reach 20,000 - 80,000 (of 54,000,000)
	Add Bulk Locations		The accuracy of estimates is based on
Age 🕼	18 🕶 - 65+ 🕶		factors like past campaign data, the budget you entered and market data. Numbers are provided to give you an idea of performance
Gender 🕖	All Men Women		for your budget, but are only estimates and don't guarantee results. Were these estimates helpful?
Languages 🕜	Enter a language		
Detailed Targeting 🕖	INCLUDE people who match at least ONE of the following 💿		
	Add demographics, interests or behaviors   Suggestions   Bro	owse	
	Exclude People		
	Expand interests when it may increase link clicks at a lower cost per link o	lick.	
Connections 🕖	Add a connection type 💌		
	Save This Audience		

Sama seperti membuat Instagram Ads biasa, mulai pilih target audience dan koneksikan Instagram Ads yang kita buat dengan Facebook Pages bisnis kita. Kamu bisa menyimak secara lengkap mengenai audience targeting dan pengsinkronisasian Instagram Ads pada bab ketiga.

#### 3. Atur penempatan Instagram Ads

Langkah inilah yang akan membedakan cara membuat Instagram Ads biasa dan Stories Ads. Pada section "Placements", klik dropdown opsi "Instagram", kemudian centang sub opsi "Stories".

Placements	
------------	--

Show your ads to the right people in the right places

Automatic	Placements	(Recommended)
Automatic	rideennenna	(neconniciaca)

Your ads will automatically be shown to your audience in the places they're likely to perform best. For this objective, placements may include Facebook and Instagram. Learn more.

Edit Placements

Removing placements may	reduce the	number of p	people you	reach and	may make	it less like	y that	you'll me	et
our goals. Learn more.									

Device Types	All Devices (Recommended) 🔻	
Platforms	Facebook	
	✓ Instagram	
	Feed	
	Stories	
	Audience Network	Ineligible
	ABUANCED OBTIONO	

#### ADVANCED OPTIONS

Specific Mobile Devices & Operating Systems Exclude Categories (1)

#### 4. Edit Format Ads

Format Choose how you'd like your ad to look.	
Single Image Create up to 6 ads with one image each at no extra charge	Single Video Create an ad with one video

Iklan Instagram Stories memiliki dua macam format yaitu berbentuk gambar dan video. Kemudian, upload file gambar / video yang diinginkan.

#### 5. Tetap perhatikan ketentuan file



Seperti yang sudah kita bahas pada bab sebelumnya mengenai jenis Instagram Ads beserta ketentuannya, terdapat ketentuan file khusus untuk Iklan Instagram Stories (Instagram Stories Ads). Oleh karena itu, tetap perhatikan ketentuan file Iklan Instagram Stories, seperti format file, ukuran gambar / video, besar file maksimal, dll.



# Tips Ads yang Harus Kamu Tau! **Jnstagram**



Instagram Ads merupakan sebuah fitur yang sangat powerfull dan efektif apabila dimanfaatkan dengan benar untuk kebutuhan promosi bisnis kita. Setelah mengetahui seluk – beluk Instagram Ads pada bab sebelumnya. Kali ini, kita akan mempelajari mengenai apa saja tips Instagram Ads yang harus kita ketahui sebagai pebisnis / pengiklan.

#### 1. Buat Strategi Iklanmu

Kesalahan pertama yang sering dilakukan para pengiklan adalah mereka berjalan tanpa perencanaan yang matang. Untuk itu, penting bagi kita dalam membuat perencanaan dan strategi iklan sebelum melangkah. Sebelum memulai Instagram Ads, tanyakan pada diri kita sendiri pertanyaan – pertanyaan dibawah ini.

- Apa yang akan kita promosikan?
- Apa yang ingin kita capai dengan beriklan di Instagram?
- Bagaimana mengukur tingkat keberhasilan iklan?

Jawaban pada setiap pertanyaan tersebut akan menentukan arah campaign yang kita buat. Pendekatan iklan untuk mendapat banyak followers tentu akan berbeda dengan pendekatan iklan untuk meningkatkan penjualan. Tak lupa, tentukan KPI dan metrik keberhasilan iklan yang kita buat, misal meningkatkan followers sebanyak 20%.

#### 2. Fokus pada tampilan visual



Bedakan antara konten Facebook Ads dan Instagram Ads. Apabila Facebook lebih menekankan pada konten information sharing, maka Instagram lebih menekankan pada image sharing. Untuk itu, pastikan gambar yang kita pasang pada Instagram Ads memiliki kualitas yang baik, seperti beresolusi HD, pencahayaan yang cerah, dan penataan fotografi yang apik. Buat gambar kita memiliki cerita dan tetap artistik.



#### 3. Jangan lupakan hashtag

Tips Instagram Ads selanjutya yang tak kalah penting adalah hashtag. Berbeda dengan Facebook, tidak dapat dipungkiri, hashtag merupakan komponen penting pada Instagram. Cantumkan hashtag campaign marketing bisnismu atau gunakan hashtag yang populer untuk kategori produkmu. Menambahkan hashtag juga akan membuat Instagram Ads yang kita pasang dapat lebih menonjol.

#### 4. Jangan membuat gambarmu tampak seperti iklan

Sebenarnya, tidak ada konsumen yang menyukai iklan secara terang – terangan. Alih – alih memborbardir timeline mereka dengan tawaran diskon yang massive, kita bisa melakukan pendekatan soft – selling. Beberapa Instagram Ads terbaik bahkan sama sekali tidak terlihat seperti iklan. Lihat contoh Instagram Ads diatas, salah satu aplikasi kencan Clover membuat Instagram Ads mereka terlihat sederhana, namun sukses menggaet 30% user aplikasi baru, dan mengurangi biaya user acquisition sebesar 60%.



#### 5. Libatkan pelanggan

Jika brand bisnis kita memiliki followers dan penggemar setia. Terkadang, beberapa dari mereka membagikan gambar dan video yang melibatkan merk bisnis kita. Hal tersebut merupakan kesempatan emas yang tak boleh disia-siakan, integrasikan konten tersebut pada perencanaan dan strategi Instagram Ads yang kita buat. Tak ada salahnya, apabila sesekali menyertakan gambar pelanggan yang menggunakan produk / layanan kita. Karena, menampilkan foto orang nyata pada Instagram Ads akan memiliki nuansa yang lebih otentik. Gambar diatas merupakan contoh yang baik, karena brand tersebut menggunakan foto dari para pelanggannya, bukan model berbayar.



1,938 likes 13 comments Inspirasi gaya liburan @tiarassari yang simpel mengenakan blus cantik Moona Tripe-ANN dipadupadankan dengan celana berwarna putih. Miliki gaya Tiara hanya di HJUP. #myHJUP SEPTEMBER 10

O)



### **Cloud Shared Hosting Indonesia**

HARGA MULAI

### Rp 5.000/bln

- 🐼 Free Domain .COM
- 🐼 Free Website Builder
- Sree SSL Grade A
- Oeveloper Tools Ready

FAME	HITS	SUPERSTAR
Rp 5.000 /bulan	Rp 15.000 /bulan	Rp 25.000 /bulan
500 MB SSD Storage	<b>1 GB</b> NVMe Storage	UNLIMITED NVMe Storage
Free Website Builder	Free Website Builder	Free Website Builder
-	-	Free Domain .COM*
<b>10</b> Sendmail /hour	<b>25</b> Sendmail /hour	50 Sendmail /hour
<b>1</b> Database	10 Database	20 Database
-	Developer Tools Ready	Developer Tools Ready
-	SEO Assistant	SEO Assistant
-	INCLUDE Web Builder	INCLUDE Web Builder
*	**	**
Cloud Power Hosting	Cloud Power Hosting	Cloud Power Hosting
★ Support Priority	★★ Support Priority	★★ Support Priority

#### **Tiap Paket Hosting** dilengkapi dengan :

\_\_\_\_\_

#### **Premium Anti Spam Expert**

Dengan adanya fitur ini, akan memberikan perlindungan berlapis untuk mencegah email spam memenuhi space hosting Anda

> FREE SSL Grade A

Fitur yang kami berikan GRATIS ini, dapat menjaga lalu lintas data penting yang ada pada website Anda dengan meng-enkripsinya

#### Seluruh paket mendapatkan fitur UNLIMITED

Unlimited Bandwidth



**Unlimited Add** On Domain

Unlimited Park Domain Unlimited

Sub Domain

Unlimited Unlimited Backup Email Account **To Restore** 



**NVME Storage 5 time** faster than SSD



**Premium Anti Spam Expert Protection** 

**SEO Assistant Boost** your web pagerank



**Developer Tools**