



The  
Share ~  
turday



In Collaboration With



In association with



## Latar Belakang

Pada era digital ini, visual branding di sosial media menjadi suatu hal yang penting. Jika brand kita ingin terlihat menonjol di media sosial, para pemasar harus bisa mendapatkan perhatian target audiens. Hal tersebut dapat memperluas jangkauan para pemasar untuk meningkatkan keterlibatan konsumen dan interaksi yang terus berputar.

Secara sederhana, visual branding sangat penting untuk memperkuat identitas merek, karena visual merupakan salah satu komponen dalam Branding Identity. Jangan sampai kita salah mengkomunikasikan visual brand dan elemen visual lainnya, seperti warna, type fonts, logo, maupun packaging.

Dengan kemajuan teknologi di era digital ini, semakin banyak media placement yang efektif dan powerful untuk menjangkau calon konsumen. Penentuan media placement dalam beriklan menjadi salah satu faktor kesuksesan brand untuk semakin dikenal lebih luas.

Perlu disadari bahwa mendapatkan target audiens tidaklah cukup hanya dengan menggunakan visual branding dan penentuan media placement saja. Diperlukan beberapa metode dan cara lainnya, seperti mempunyai fisik toko/produk yang nyata. Pernyataan ini lahir karena saat ini sudah banyak para penggiat UMKM yang belum memiliki bentuk fisik yang nyata dan akhirnya tidak lebih dikenal dengan yang memiliki fisik nyata.

Oleh karena itu, Event ini dibuat untuk mengajak siapapun khususnya para pemilik usaha agar dapat membuat konten yang kuat, dapat menentukan media placement yang efektif, dan juga menyiasati bagaimana caranya memiliki fisik yang nyata tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar.

Event ini juga mengajak para generasi muda untuk tidak hanya menikmati brand yang sudah ada, tetapi juga menjadi pelaku kreatif dengan melahirkan brand-brand baru dengan visual dan strategi yang jitu.

## Mini Insights

1

Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbesar di kawasan Asia Pasifik yang berjumlah 45 juta pada tahun 2017.

2

Ada potensi tambahan 2% pertumbuhan ekonomi jika UKM didorong menggunakan teknologi digital dalam pemasarannya (Deloitte)

3

Kemenkop UKM: sebanyak 3,79 juta UMKM sudah memanfaatkan teknologi digital untuk promosi.

4

Pertumbuhan UMKM berkembang pesat tetapi tak sedikit yang terkendala dalam memilih strategi promosi yang tepat.

5

Keraguan masyarakat terhadap UMKM yang belum memiliki tempat/bentuk fisik yang nyata.

6

UMKM sumbang 60% untuk Pertumbuhan Ekonomi Nasional

## Tujuan

Event ini bertujuan untuk mengedukasi kepada audience bagaimana cara memproduksi sebuah konten brand yang informatif dan dapat dinikmati oleh masyarakat serta menyusun strategi yang efektif, termasuk dalam penentuan media placement dan penentuan rencana untuk memiliki fisik yang nyata.



# Narasumber

**Yusuf Adam**

@adamsaysmusic

Jakarta, ID | Content Creator

Instagram followers: **22.1K**





# Narasumber

**George Samuel**

@george.samuel

Head of Commercial & Business Development  
of MacroAd | Co-Founder, DJ & MC of  
@cravejkt



# Waktu & tempat

**Waktu:**

*Sabtu, 1 Desember 2018*

**Tempat:**

Cocowork

CoHive D.Lab,  
Jl. Riau No. 1, Kel. Gondangdia,  
Kec. Menteng, Jakarta Pusat





**Target  
Audience**

**Kapasitas ruangan:**  
Maksimal 120 audiens.

**Target audiens:**  
60% pemilik UMKM  
40% mahasiswa dan umum  
(komunitas Instagram, pemilik  
UKM, visual enthusiast, milenial  
usia 18-28 tahun).



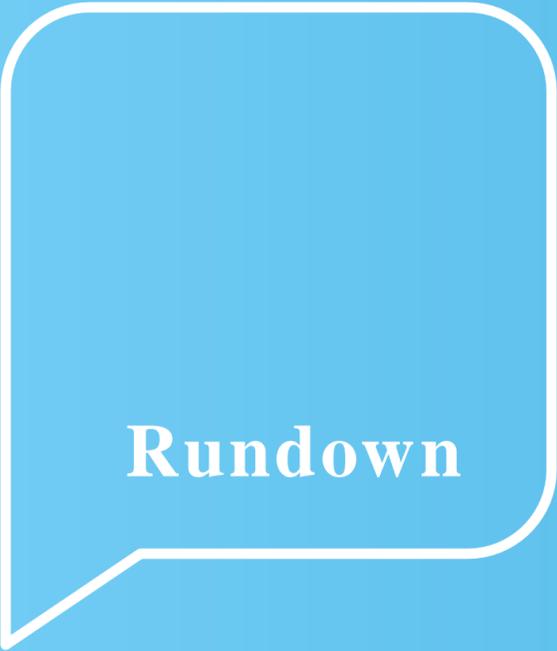
## Materi Seminar

### **Tema :**

Brand: Be Discovered in Every Spot

### **Materi :**

- What is Brand?
- How to make a killer visual for your own brand
- Be Discovered in Every Spot with Effective Strategy



## Rundown

12.30 – 13.00	: Open Gate
13.00 – 13.30	: Opening (sambutan-sambutan)
13.30 – 14.15	: Penyampaian Materi + Q&A
14.15 – 15.00	: Penyampaian Materi (MacroAd)
15.00 – 15.30	: Quiz + Door Prize (challenge)
15.30 – 15.40	: Closing



**Contact Persons:**

+62 813 8191 2901 (Achmad)

+62 897 5794 500 (Leo)