

kios kopi ■
tepiian

DIGITAL MARKETING GROUP PROJECT
KELOMPOK 13 – BATCH 21



GROUP 13
MYSKILL DIGITAL MARKETING PROJECT
BATCH 21



Tri Suharto

Project Leader, Performance Marketing, Design Graphic, Brand Strategy & Brand Analyst

Yoga Pratama Putra

Performance Marketing, Design Graphic, Brand Strategy & Brand Analysts



Resi Aprilyani

Social Media Specialist, Brand Strategy & Brand Analyst

Quinzy Varira

Social Media Strategist , Brand Strategy & Brand Analyst



Ajrun Azhim Fawwas

Design Graphic, Brand Strategy & Brand Analyst

Steven Wiriyana

Copywriter, Brand Strategy & Brand Analyst



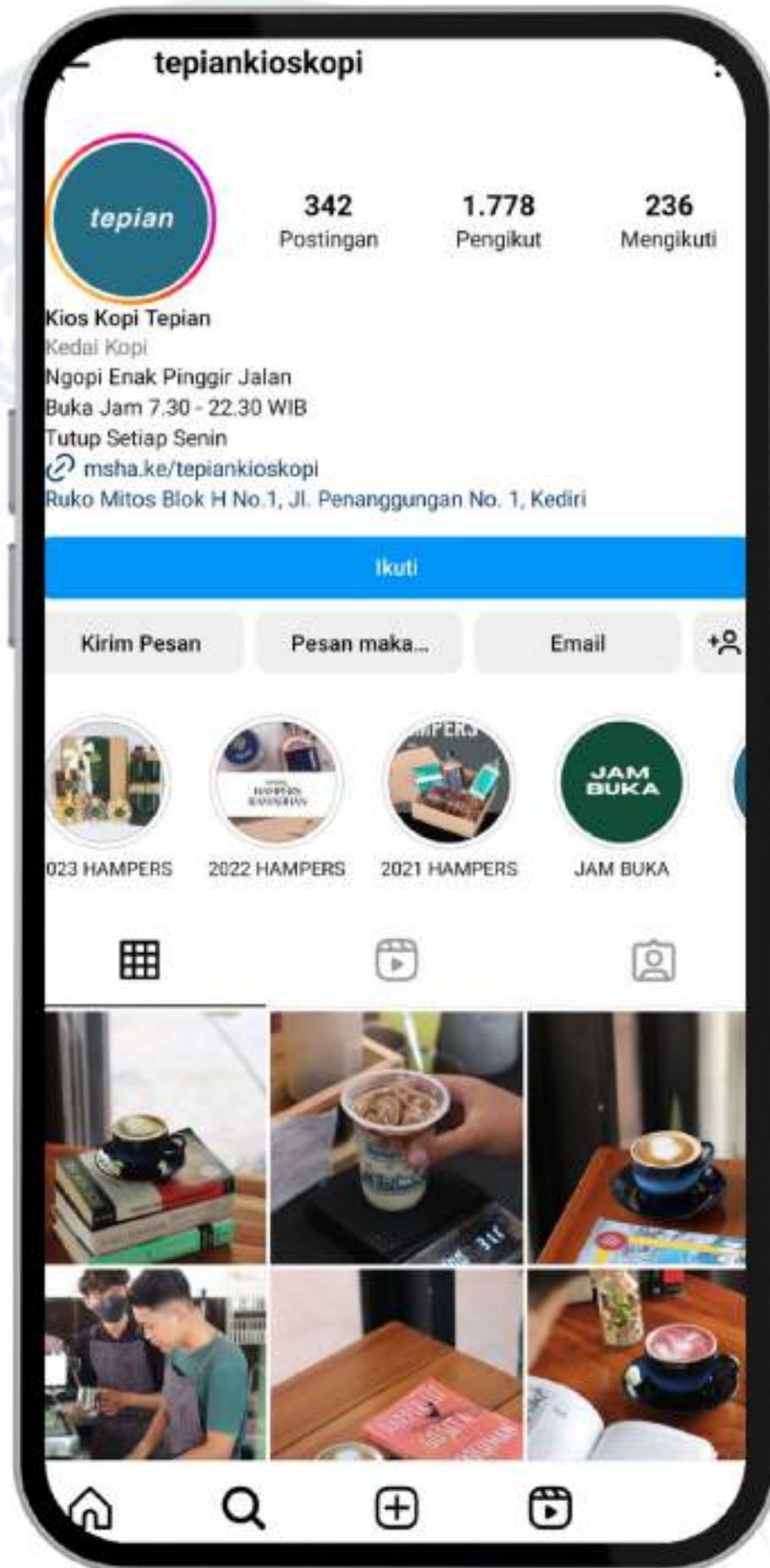


About

Tepian Kios Kopi adalah sebuah UMKM di bidang F&B yang berdiri pada Bulan Februari Tahun 2019 didirikan oleh Mas Aji Dirgantara.

Tepian Kios Kopi menyediakan berbagai macam varian kopi yang diolah dengan mesin modern & fresh produksi, sehingga tetap terjaga kualitas dan rasanya. Disamping itu tersedia tempat yang nyaman untuk bersantai dan mengerjakan tugas dengan suasana yang dinamis.





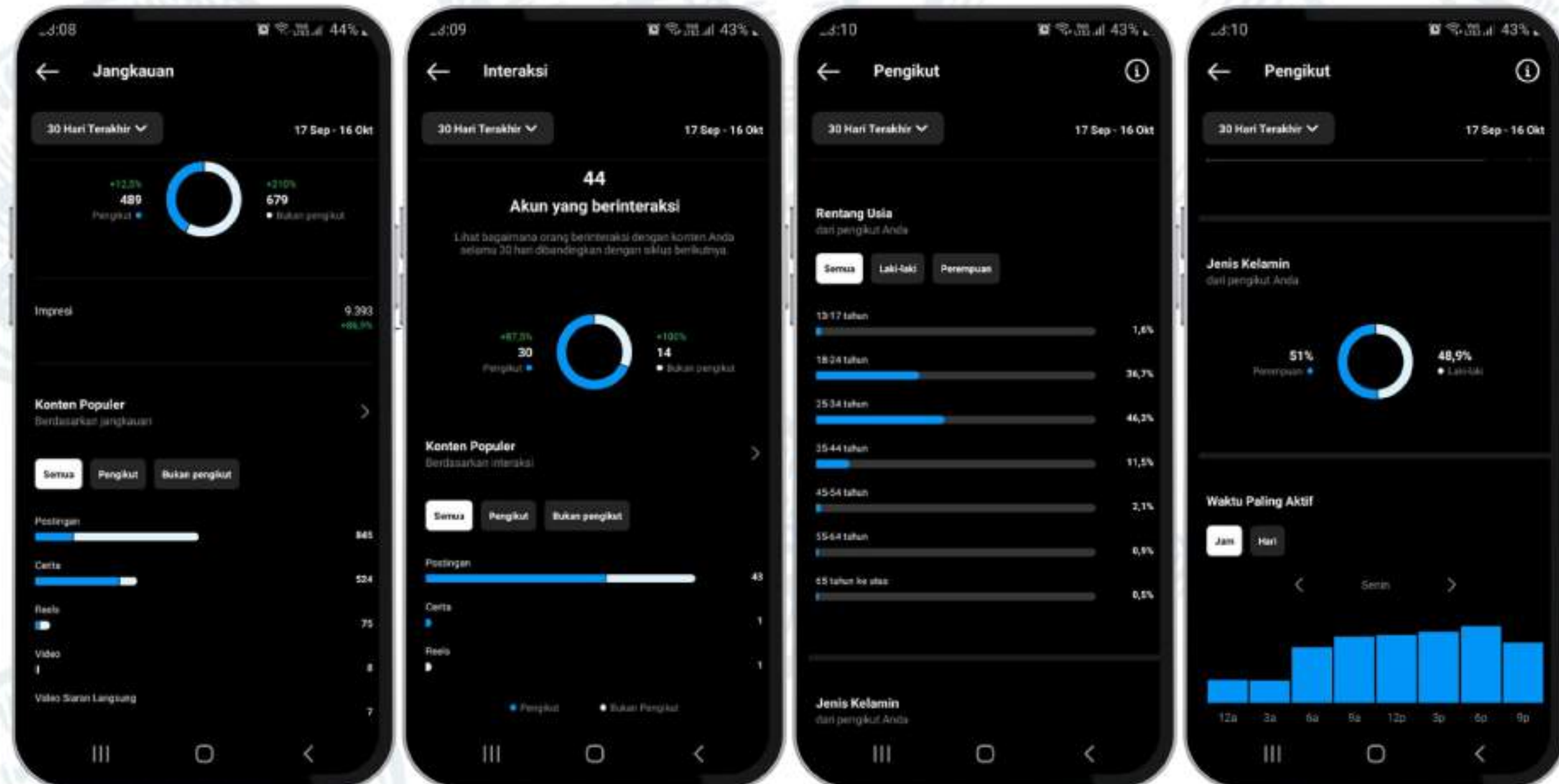
Before Takeover

- Total follower 1,778.
- Postingan instagram cukup rapi tetapi kurang menarik dan monoton.
- Intensitas upload sudah cukup baik (3hari 1kali), namun masih terlalu terpaku pada produk dan kegiatan dapur.
- Kurang ada nya konten yang bersifat interaksi dengan konsumen (interaktif).
- Kurang ada nya postingan reels
- Caption perlu dioptimalkan dengan menggunakan CTA.
- Belum pernah menggunakan Ads untuk pemasaran.



Instagram Insight (pre take over)

- Periode yang diambil adalah 17 september - 16 oktober
- Account Reach cukup tinggi, tetapi hanya di feed dan story kurang di reels
- Engagement sangat rendah dibandingkan dengan reach yang ada. Hanya sekitar 0,6%
- Rentang usia sudah sesuai dengan target pasar usia 18-34 thn
- Jenis kelamin cukup merata



Current Bussiness Problems



- Brand awarness masih belum maksimal
- Target market sudah sesuai tetapi perlu memaksimalkan promosi yang lebih optimal
- Belum ada strategy pemasaran produk yang optimal
- Konten media sosial dan content planing harus lebih jelas dan tertata
- Perlu meningkatkan interaksi sosial media agar engagement lebih optimal
- Postingan kurang menarik interaksi dan terlalu monoton



“Our Target”



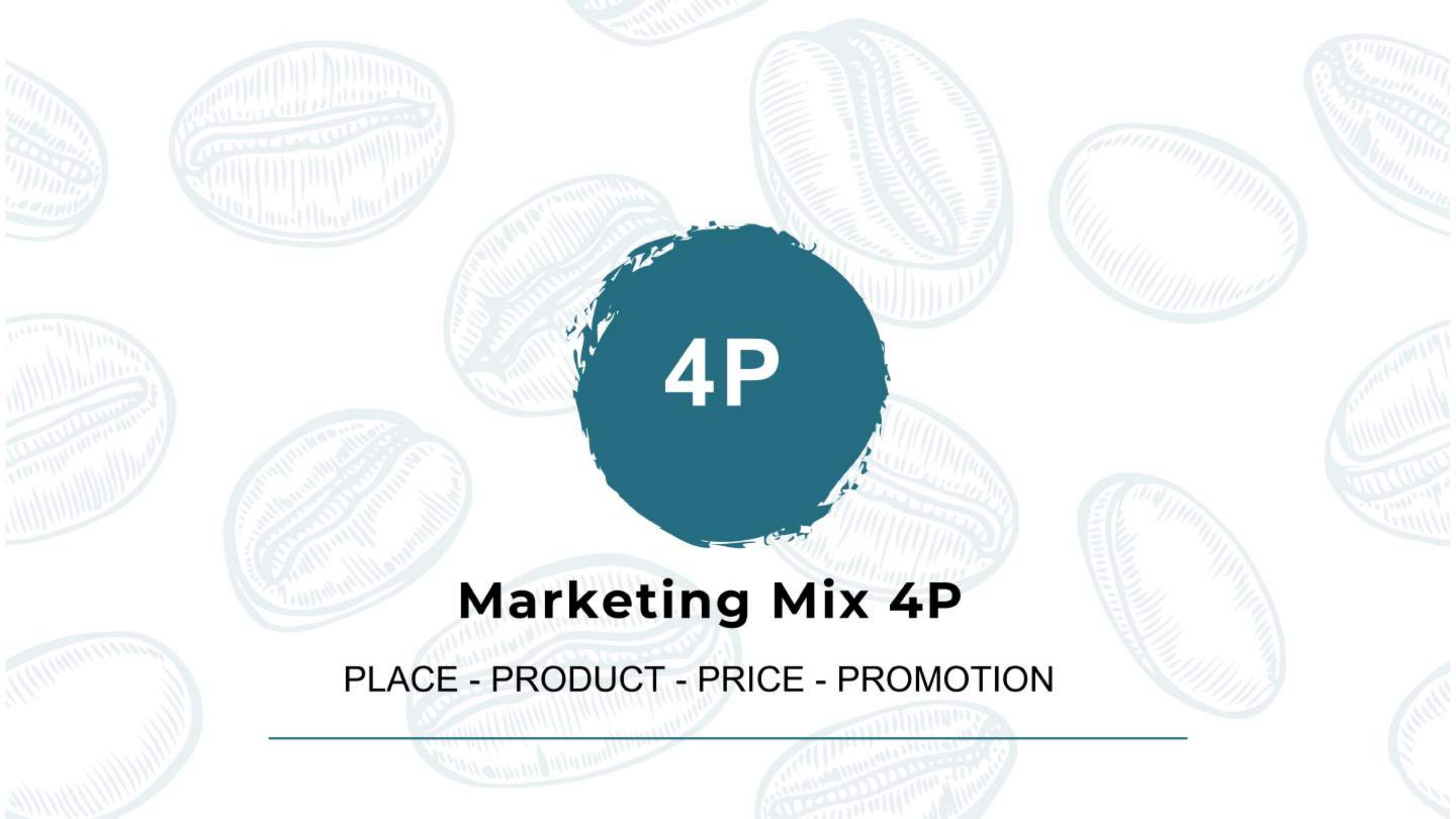
- Perlu meningkatkan Brand Awareness melalui penyampaian key message
- Melakukan strategi promosi untuk pemasaran produk yang lebih interaktif untuk meningkatkan engagement sosial media
- Membuat reels untuk menjangkau lebih banyak audience
- Mengoptimalkan penggunaan social media ads



Key Performance Indicator



INDICATOR	BEFORE	TARGET	GROWTH
FOLLOWERS	1.778	1.850	4%
CONTENT/DAY	0	1	100%
PROFILE VISIT	389	1.556	300%
ACCOUNT ENGAGED	36	216	500%
ACCOUNT REACH	925	3.700	300%
IMPRESSION	9.393	15.000	160%
ENGAGEMENT RATE	0,6%	1,2%	100%

The background of the slide is a light blue-grey color with a repeating pattern of coffee beans. The beans are drawn in a sketchy, hand-drawn style with fine lines indicating texture. A central dark teal circle with a rough, hand-painted edge contains the text '4P' in white.

4P

Marketing Mix 4P

PLACE - PRODUCT - PRICE - PROMOTION

Type of Product

- ✓ kopi susu
- ✓ latte
- ✓ tea
- ✓ snack

Menjual minuman kopi susu sebagai produk unggulan dan aneka minuman lainnya serta camilan snack (corndog) dengan harga kisaran antara 15 ribu sampai dengan 25 rb. cocok untuk teman bekerja, belajar, ataupun aktifitas lainnya.





Product & Price



MENU

tepiian

COFFEE

ICE / HOT

BOTTLED SERIES

330 ml

- ★ KOPI SUSU 16k
- SUSU KOPI 16k
- ★ KOPI SUSU SEKOLAH (I) 16k
- ES KOPI (I) 12k
- DALGONA (I) 17k
- AMERICANO (I) 13k
- CAFFE LATTE (I) 18k
- HAZELNUT LATTE (I) 20k
- CARAMEL LATTE (I) 20k
- VANILLA LATTE (I) 20k
- KOPI BAPAK (H) 12k
- TUBRUK SUSU (H) 12k
- TUBRUK ROBUSTA (H) 10k

LATTE

- ★ CHOCOLATE 18k
- MATCHA LATTE (I) 20k
- HOJICHA LATTE (I) 22k
- RED VELVET LATTE 18k
- TARO LATTE 17k
- STRAWBERRY LATTE (I) 21k
- MILO DINO (I) 16k

TEA & SODA

- ★ THAI TEA 13k
- THAI GREEN TEA 14k
- LIME TEA (I) 13k
- STRAWBERRY TEA (I) 16k
- ORIGINAL TEA 8k
- ★ LEMON FIZZ (I) 16k
- STRAWBERRY FIZZ (I) 17k
- AIR MINERAL 5k
- EXTRA SHOT +4k
- EXTRA SHOT 1 LITER +10k

- ★ KOPI SUSU 22k
- STRAWBERRY LATTE 25k
- MATCHA LATTE 24k
- HOJICHA LATTE 26k

1 LITER

- KOPI SUSU 70k
- KOPI SUSU SEKOLAH 70k
- MATCHA LATTE 72k
- HOJICHA LATTE 75k
- STRAWBERRY LATTE 73k
- THAI TEA 58k

CORNDOG

- ★ ORIGINAL: 18k
- SOSIS 20k
- MOZZARELLA 19k
- HALF-HALF

CRUNCHY NOODLE:

- SOSIS 20k
- MOZZARELLA 22k
- HALF - HALF 20k

SNACKS

- ★ FRENCH FRIES 17k
- CIRENG 18k
- SIOMAY GORENG 18k
- SOSIS GORENG 17k
- MIX SAMPLER 20k

YOUR DAILY COFFEE & BITES





Product Unggulan



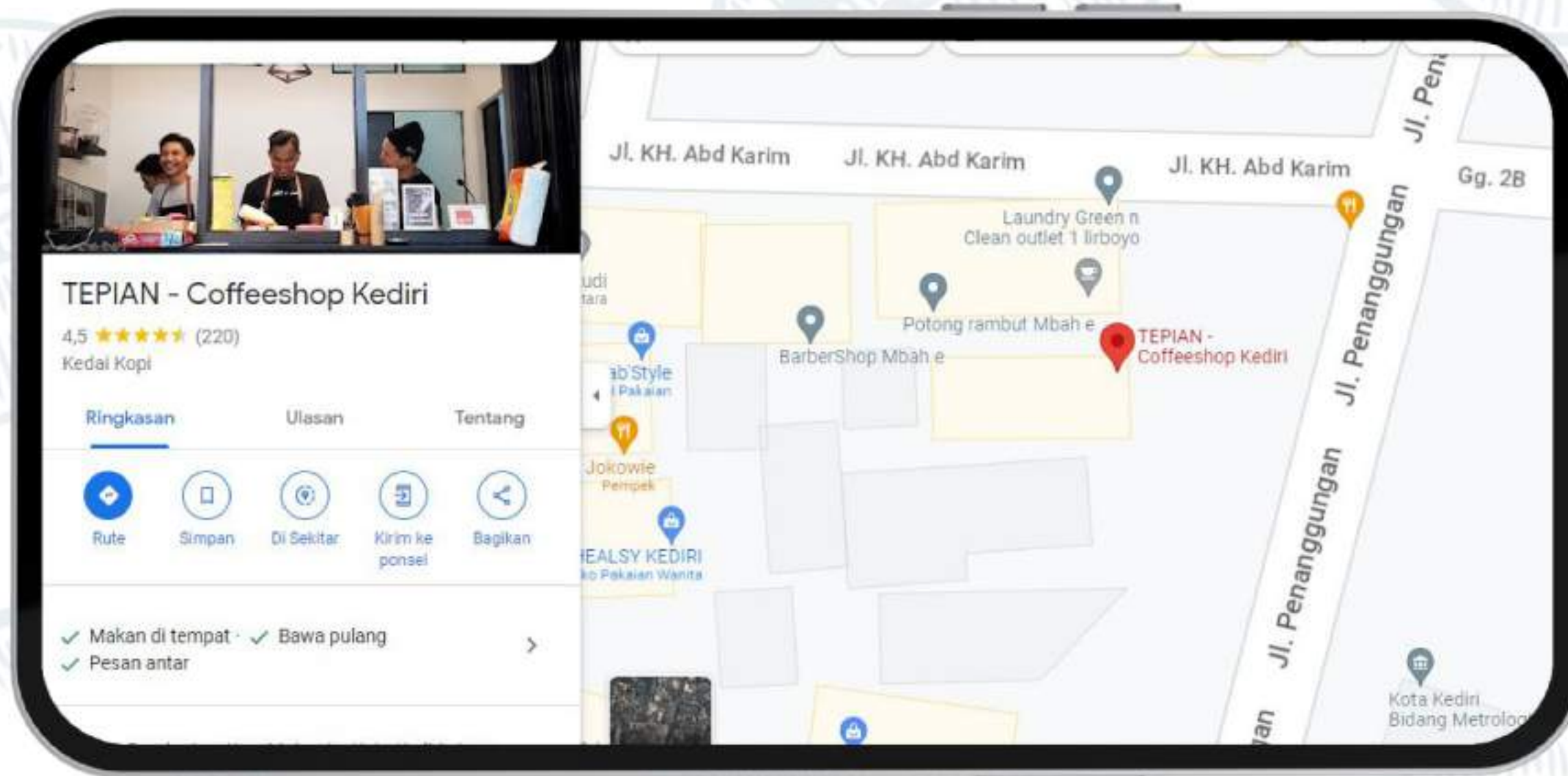
Es Kopi Susu



"Es kopi susu: menyegarkan, manis, dan begitu lezat! Kombinasi sempurna antara kopi yang kuat dan susu yang kreami, dengan es yang memberikan sensasi dingin yang tak terlupakan. Bagi para pencinta kopi, ini adalah jawaban untuk hari panas. Nikmati setiap tegukan dan biarkan aroma kopi memanjakan indera Anda."

Place

Google Maps



Alamat :

No. Telp : +62 819-1308-4564

Place

ONLINE

Grabfood



Tepian Kopi - Bandar Lor

★ 4.8 (225) • Ratings and reviews

Menu language

69.7 km
Deliver now

Check for available offers

This restaurant cannot deliver to your area. Tap here to see similar restaurants.

For You



Gofood

Tepian Kios Kopi, Mojovento

Super Partner Kios, Minuman, Roti

★ 4.8 200+ rating 21.15 km 2000-4000 30+ rating Rata-rata

Mau ngejadwalin pesan antar? KIR "Ganti"

Pesan antar

10-15 min

Ganti

Ada 7 promo nganggur

Diskon makanan 35% & ongkir 2rb.

Diskon makanan 25% & ongkir 2rb.

Recommended



Thai Tea (ice)
16.000



Kopi Susu (ice)
19.500

Facebook

facebook

Login



Kios Kopi Tepian

114 suka • 127 pengikut

Ikuti

Postingan Tentang Reels Foto Video

Detail

Halaman • Bisnis Lokal

★ Belum dinilai (4 Ulasan)

Kios Kopi Tepian
19 Jul 2023

#lowongankerjakadiriterbaru
#lowongankediriterbaru #lowongankediriraya
#lowongankerjakediri #lowo... Lihat selengkapnya

Instagram

tepiankioskopi



342
Postingan

1.778
Pengikut

236
Mengikuti

Kios Kopi Tepian
Kedai Kopi
Ngopi Enak Pinggir Jalan
Buka Jam 7.30 - 22.30 WIB
Tutup Setiap Senin
msha.ke/tepiankioskopi
Ruko Mitra Blok H No.1, Jl. Panunggungan No. 1, Kediri

Wati

Kirim Pesan

Pesan maka...

Email

+9



2023 HAMPERS



2022 HAMPERS



2021 HAMPERS



JAM BUKA





Promotion

PROMOTION

PREVIOUS PRACTICES

1. **Membership Card (Akumulasi buy 5 get 1).**
2. **Bundling makanan + minuman.**
3. **Hampers seasonal (pada hari raya).**

TAKE OVER PLAN

1. **Memberikan promo by 1 get 1 (drink) di jam tertentu dengan syarat comment di postingan feed *sore-malam**
2. **Bikin latte art sendiri**
3. **Diskon 50% di hari dan jam tertentu. *pagi**
4. **Mengadakan program langganan bulanan**

The background of the slide is a light blue-grey color with a repeating pattern of coffee beans. The beans are drawn in a sketchy, hand-drawn style with fine lines indicating texture. A dark teal circle with a rough, hand-painted edge is centered on the slide.

4C

Marketing Mix 4C

COMPANY - CUSTOMER - COMPETITOR - CANGE

4C Diamonds - Company

POINT OF DIFFERENT

- Menyediakan tempat workspace dengan tersedia banyak buku bacaan.
- Menggunakan mesin modern dengan tingkat blend yang lebih tinggi.
- Menu corndog yang tidak ada pada kompetitor sekitar
- Membangun kedekatan dan loyalitas dengan cara membership dan promo

POINT OF PARITY

- Menjual berbagai varian kopi
- Tempat untuk hangout bersama teman dengan suasana ngopi enak pinggir jalan
- Menyediakan camilan corndog

BENEFIT

- Fresh kopi setiap hari.
- Kemudahan dan kenyamanan untuk pembelian takeaway & dine-in

USP

- Co-working space, menawarkan tempat kerja yang nyaman.
- Kualitas rasa kopi yang lebih strong.
- Pelayanan : Jam buka lebih awal 7.30 - 22.00

SWOT Company



STRENGTH

- Suasana dinamis dipinggir jalan (strategis).
- Mesin baru dan lebih modern.
- Biji kopi pilihan.
- Menyediakan berbagai macam buku bacaan (novel, inspirasional, edukasi).

S

W

WEAKNESS

- Tempat bising, dan suasana panas (outdoor area)
- Kurangnya jangkauan audiens secara luas pada sosial media.
- Belum tersedia di aplikasi Shopeefood.

O

T

OPPORTUNITY

- Dekat kampus, pondok & rumah sakit
- Menawarkan hasil racikan kopi dengan mesin yang lebih modern.
- Penyesuaian rasa kopi yang lebih classic dan otentik.
- Tersedia di aplikasi Gojek dan Grab.
- Menarik minat konsumen dengan penawaran khusus (buy 5 get 1).

THREAT

- Persaingan harga dengan direct dan indirect competitor.
- Perubahan preferensi konsumen yang mempengaruhi permintaan.
- Munculnya kompetitor baru dengan potensi yang lebih bagus.



4C Diamonds - Customer



Geografis

- kediri dan sekitarnya

Demografi

- usia 22-40 th (dewasa muda)
- laki-laki dan perempuan
- mahasiswa akhir, pegawai, dan profesi
- konsumen area perkotaan dan bekerja di area kota
- pendapatan 2 - 25 jt

Psikografis

- pecinta kopi
- jenuh dengan suasana kerja di dalam kantor
- butuh tempat yang santai dan nyaman untuk berkerja, mengerjakan tugas, atau melepas penat/stres
- butuh asupan kafein untuk meningkatkan konsentrasi dan energi

Behavioural

- sensitif dengan rasa kopi
- waktu kerja 8 jam sehari
- tenaga medis dengan pelayanan ekstra





Rina

Demografi dan Psycography

Perempuan |22| Mahasiswa | Domisili di Kediri | Sibuk Mengerjakan Tugas Akhir | Uang saku +/- 2,5 jt

Pain Poin

- Pecinta kopi
- Butuh tempat untuk mengerjakan tugas akhir dengan harga yang terjangkau.
- Butuh koneksi internet untuk mengerjakan tugas.

Needs & Motivation

- Ingin mencari tempat supaya fokus dalam mengerjakan tugas akhir.
- Mencari tempat ngopi dengan harga terjangkau.
- Mencari tempat ngopi dengan fasilitas wifi.



Bagas

Demografi dan Psycography

Laki-Laki |27|Pekerja Kantoran | Domisili di Kediri | Kerja 8 Jam Dalam Sehari | Pendapatan 5-8 jt

Pain Poin

- Suka bekerja diluar rumah/kantor.
- Jenuh dengan suasana kantor.
- Pecinta kopi.

Needs & Motivation

- Ingin mencari suasana yang santai dan dinamis.
- Lebih enjoy kerja sambil ngopi diluar kantor.
- Ingin mendapatkan rasa kopi yang lebih cocok.



Lukman

Demografi dan Psycography

Laki-Laki |32|Dokter Spesialis | Domisili di Kediri | Intensif Melakukan Operasi Kepada Pasien. Pendapatan >10jt

Pain Poin

- Mencari tempat ngopi yang dekat dengan tempat kerja.
- Butuh asupan cafein untuk meningkatkan konsentrasi dan energi.
- Pecinta kopi.

Needs & Motivation

- Ingin mendapatkan suasana yang nyaman dan tenang.
- Recovery tenaga dengan suasana yang santai dan dinamis.
- Ingin mendapatkan rasa kopi yang lebih cocok.

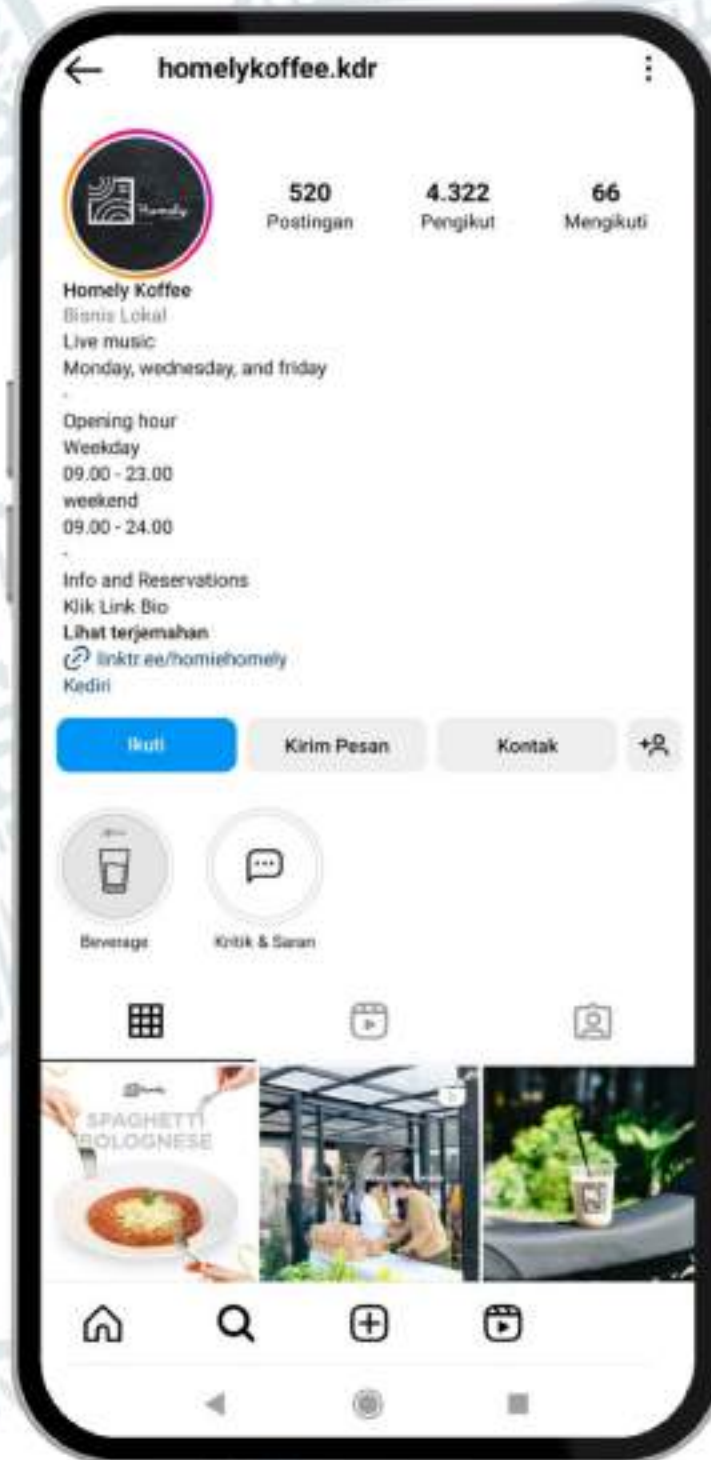
Competitor



DIRECT COMPETITOR

INDIKATOR	Homely	Tilik Sawah	Sejauh Kopi	Belikopi
S	Lokasi dekat kampus, Live music, tempat lebih luas, menu lebih banyak. Tempat lebih instagramable.	Menu lebih variatif dengan konsep angkringan. Menjual konsep vintage dengan penggambaran lokasi pedesaan view natural (sawah).	Menu hanya fokus pada kopi saja. Harga terjangkau.	Merk lebih terkenal, Tersedia pada shopeefood, Banyak gerai takeaway.
W	Instagram feed kurang aktif, belum ada sistem pesan antar online.	Sosial media kurang aktif, belum ada sistem pesan antar online.	Sosial media kurang aktif, tempat sangat kecil.	Sosial media mengikuti pusat (franchise).
O	Optimalisasi sosial media, agar brand awareness meningkat.	Lokasi di area sawah, suasana sejuk dan tidak bising suara kendaraan.	Dekat dengan perkantoran dinas dan area perumahan	Dekat area kost dan pondok pesantren, Ada pada daerah jajanan.
T	Munculnya kompetitor serupa dengan potensi yang lebih bagus	Lokasi terlalu masuk kedalam dari pinggir jalan raya.	Lokasi kurang nyaman untuk tongkrongan. Area sekitar terlalu bising dan sedikit kotor	Bisnis franchise serupa sudah sangat banyak, sehingga harus perang harga dan promo.

Direct Competitor



Homely Coffe

Content Pillar

- Interaksi
- Promosi
- Informasi

Brand Voice

- Casual
- Aesthetic

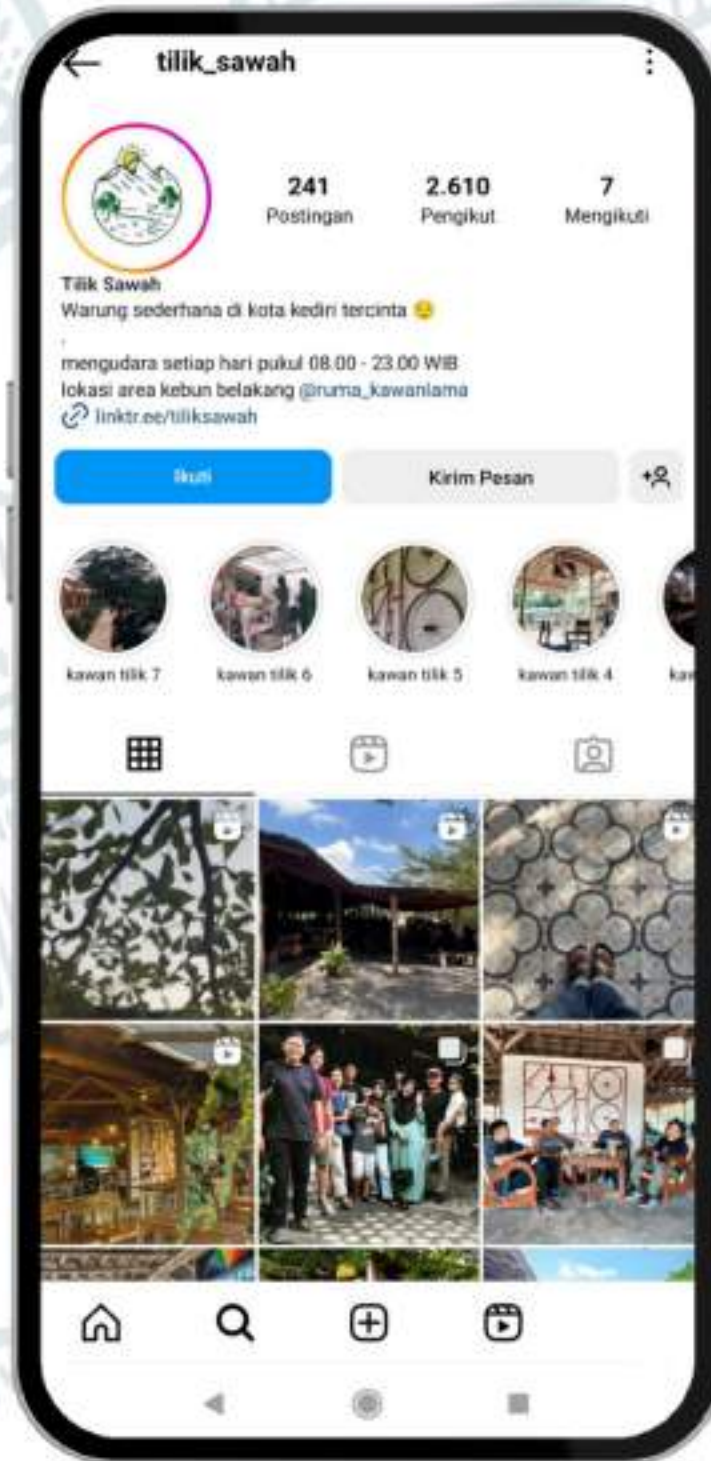
Gaya Komunikasi

- Menggunakan bahasa formal dengan menawarkan berbagai produk.
- Menggunakan CTA yang sudah bagus

Followers & Post

- Followers : 4.322
- Post : 520

Direct Competitor



Tilik Sawah Content Pillar

- Inspirasi
- Interaksi

Brand Voice

- Fun
- Friendly
- Casual

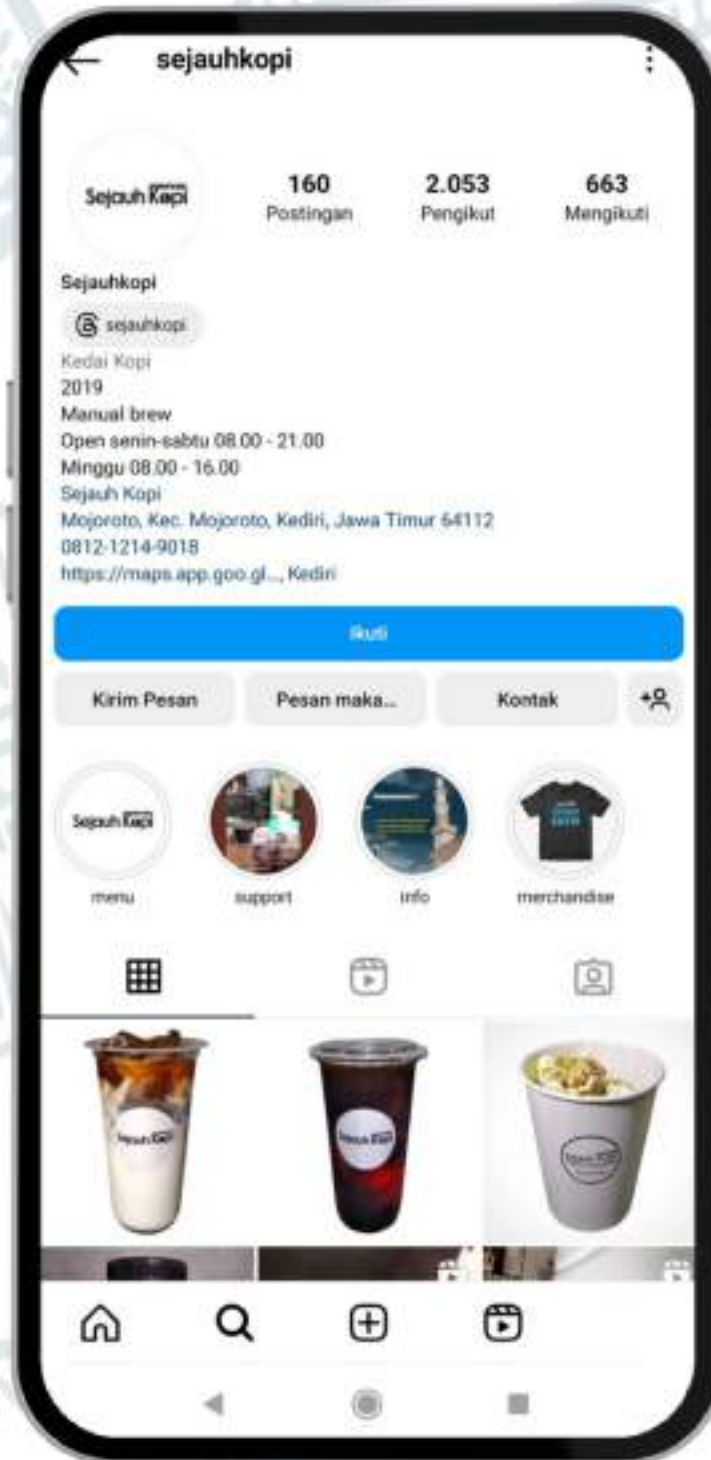
Gaya Komunikasi

- Menceritakan pengalaman berkunjung

Followers & Post

- Followers : 2.610
- Post : 241

Direct Competitor



Sejauh Kopi Content Pillar

- Promotion

Brand Voice

- Design
- Aesthetic

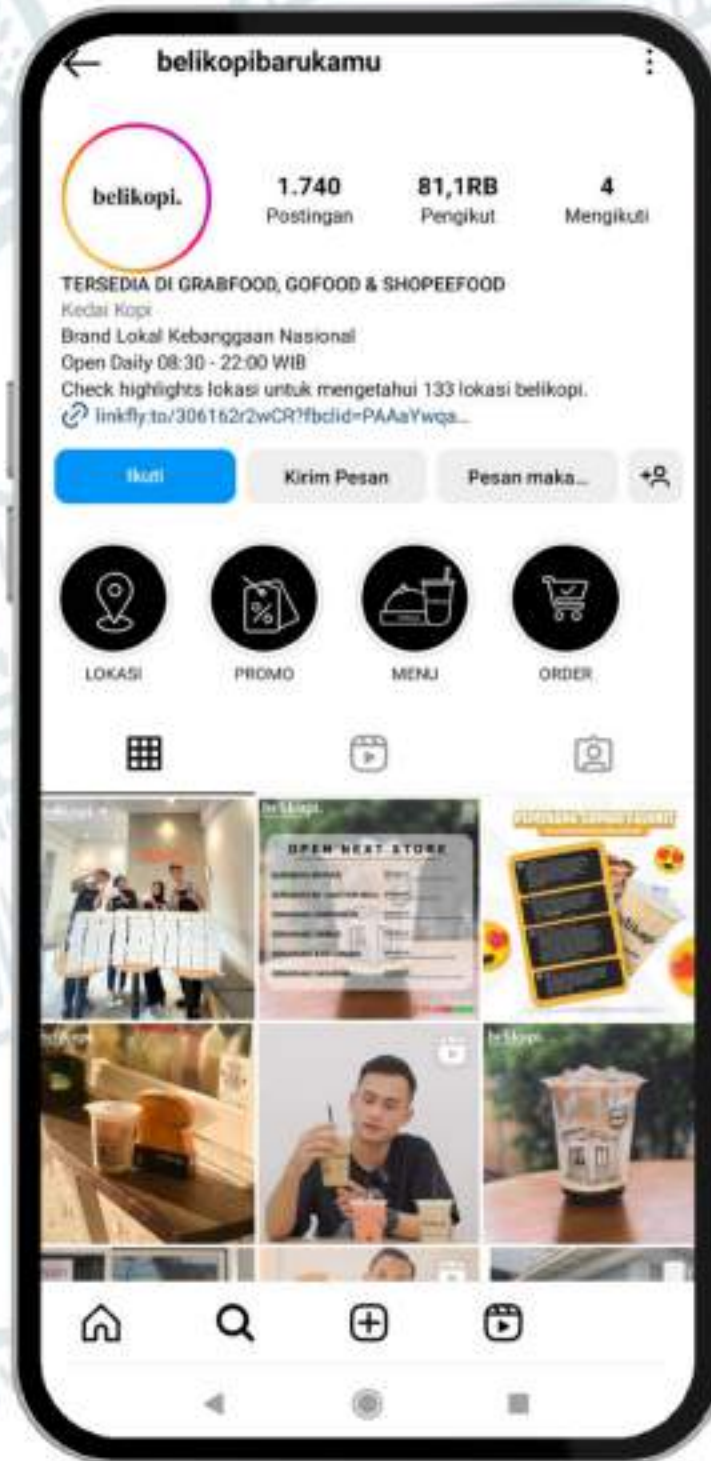
Gaya Komunikasi

- Memberikan informasi tentang produk

Followers & Post

- Followers : 2.053
- Post : 160

Direct Competitor



Beli Kopi Content Pillar

- Inspirasi
- Promosi
- Informasi

Brand Voice

- Casual
- Aesthetic

Gaya Komunikasi

- CTA yang friendly dengan menggunakan kata “sobat”
- Memberikan informasi yang mengandung edukasi

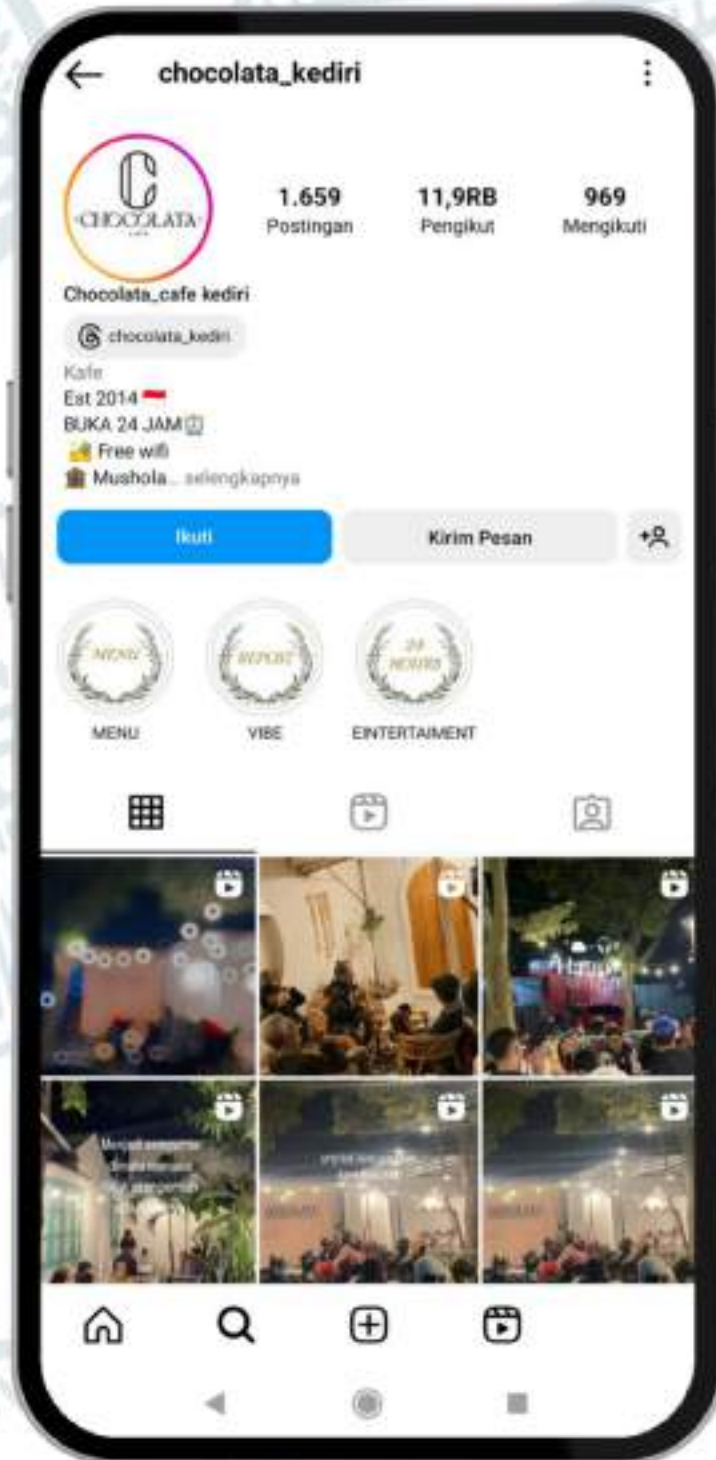
Followers & Post

- Followers : 81.1 K
- Post : 1.740

INDIRECT COMPETITOR

INDIKATOR	Chocolota	Susu Racik Maktam
S	Brand lebih dikenal karena sudah buka pada tahun 2014, Tersedia meeting room, Buka 24 Jam. Fokus pada menu minuman coklat	Brand lebih dikenal karena sudah buka pada tahun 2013, Tersedia berbagai macam varian mix susu
W	Fokus pada menu coklat tetapi pasar sudah mulai bergeser ke jenis minuman kopi dan susu	Fokus pada menu susu murni tetapi pasar sudah mulai bergeser ke jenis minuman kopi dan susu
O	Lokasi di tengah kota, instagram able, dan lebih cocok dikunjungi oleh pelanggan wanita	Lokasi dekat dengan komplek sekolah dan sangat luas, dapat menarik pengunjung segala usia. Lokasi tempat luas untuk dine in dan tersedia banyak gerai di berbagai titik.
T	Munculnya tempat ngopi yang lebih mengandalkan komunitas yang solid untuk menarik pelanggan baru.	Munculnya tempat ngopi yang lebih mengandalkan komunitas yang solid untuk menarik pelanggan baru.

Indirect Competitor



Chocolota Content Pillar

- Informasi
- Inspirasi

Brand Voice

- Fun
- Calm

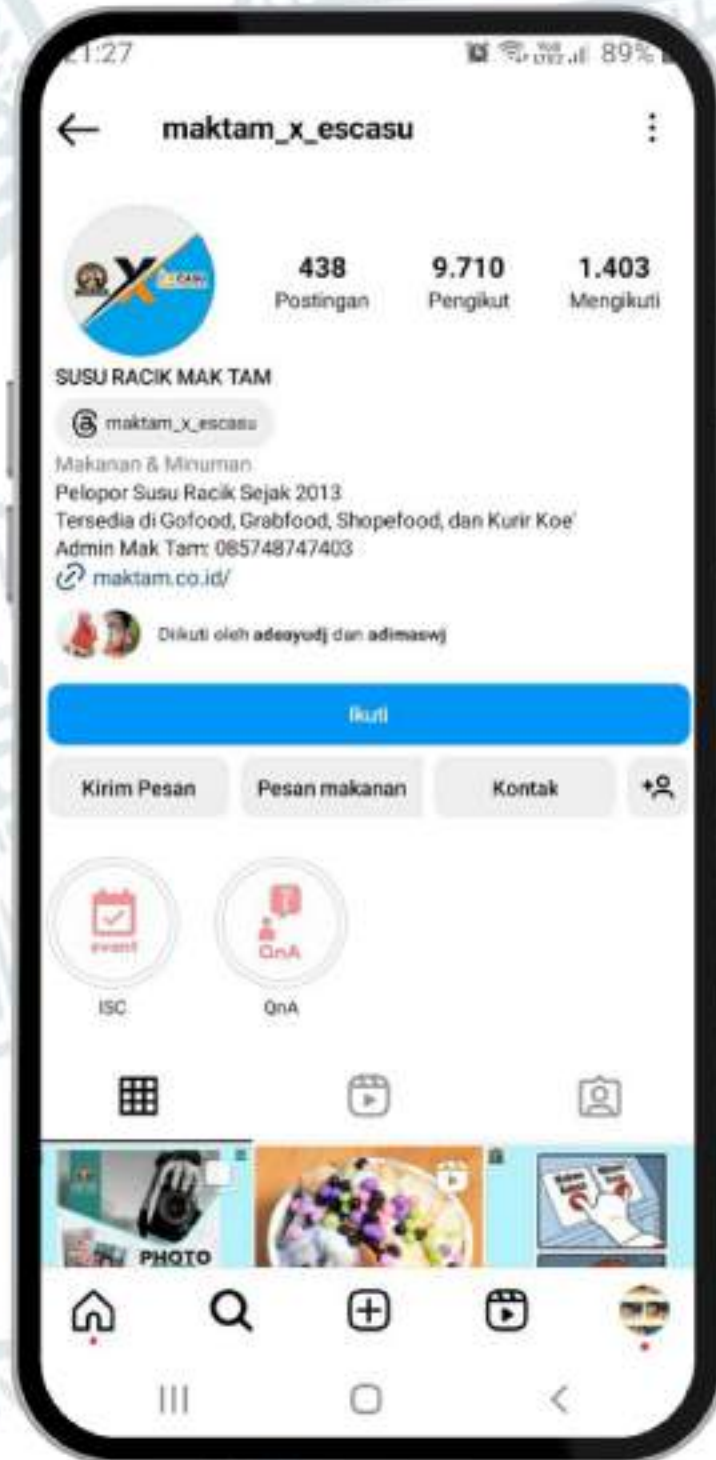
Gaya Komunikasi

- Memberikan motivasi
- Menggunakan bahasa lokal daerah

Followers & Post

- Followers : 11.9 K
- Post : 1.659

Indirect Competitor



Susu Racik Maktam Content Pillar

- Information
- Promotion

Brand Voice

- Calm
- Youth

Gaya Komunikasi

- Informasi
- Edukasi

Followers & Post

- Followers : 9,710
- Post : 438

Change

Socio Culture

Budaya nongkrong dan mencari workspace semakin digemari.

Technology

Keinginan untuk mencari tempat yang Instagramable serta membuat konten Tik-Tok

Environment

Mengurangi kemasan dengan material plastik untuk mendukung keberlanjutan lingkungan, dengan mengganti kemasan cup coffe yang tidak berbahan plastik

Economic

Mencari tempat ngopi yang enak dan mengerjakan tugas dengan harga terjangkau disertai suasana nyaman dan fasilitas wifi.

Politics

Kebijakan dari pemerintah untuk pengolahan limbah hasil industri.

Legal

Ijin usaha dalam menjalankan dan membuka bisnis.

Ethics

Bersaing secara fair dan profesional dengan competitor bisnis yang serupa.



Brand Positioning.

- To : Dewasa muda, para pencinta kopi yang membutuhkan kopi dengan cita rasa yang otentik dan klasik untuk meningkatkan mood dan energi saat beraktifitas
- Tepian Kios Kopi : tempat ngopi dengan suasana nyaman dan cocok untuk tempat nongkrong dan bekerja
- That : menawarkan cita rasa kopi dari biji kopi pilihan dan menggunakan mesin kopi modern sehingga menghasilkan rasa kopi yang lebih enak
- That because : Kopi dengan rasa yang otentik, klasik dan menawarkan tempat working space serta tersedia buku-buku bacaan yang dapat merecovery energi untuk beraktifitas



Brand Image



- Tidak hanya menawarkan minuman kopi susu tetapi Tepian Kios Kopi juga menawarkan rasa dari biji kopi pilihan serta menggunakan mesin kopi yang modern dalam metode pembuatannya sehingga menghasilkan rasa yang otentik dan klasik
- Quality : Biji Kopi Pilihan dari daerah jawa timur yang dikombinasikan dengan biji kopi pilihan dari daerah lain
- Prosedur : Menggunakan mesin kopi modern lebih dari para kompetitor dikelasnya sehingga menghasilkan rasa kopi yang setara dengan coffee shop yang lebih mahal
- Service : Menawarkan tempat working space yang nyaman disertai dengan buku-buku bacaan untuk para pelanggannya
- Experience : Mengajak customer untuk merasakan membuat latte art sendiri untuk sensasi pengalaman ngopi

Brand Identity

Typography

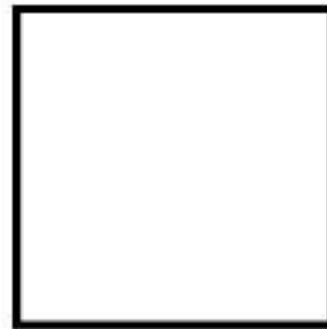
Montserrat : digunakan untuk Headline dan Subheadline

Arial : digunakan untuk bagian isi konten

Collor Pallet



#286D83



#FFFFFF



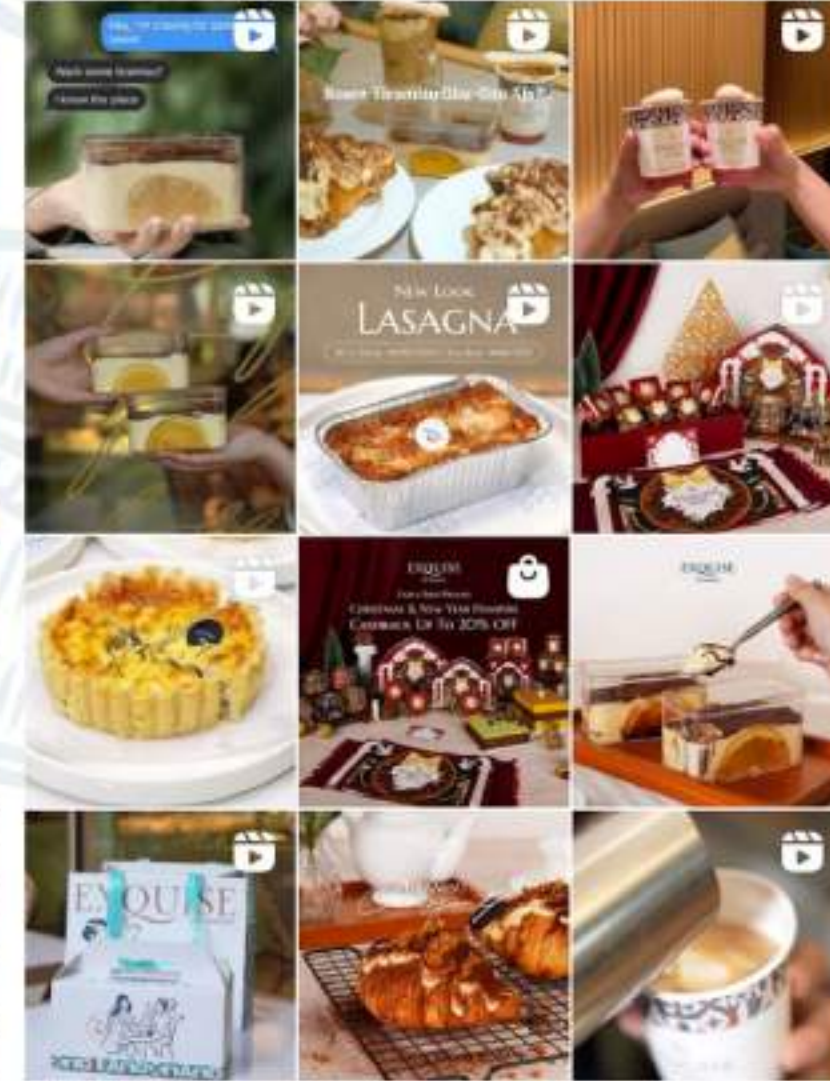
#000000



Logo Product

Brand Identity

- Key Communication :
- Copywriting (Call sign, CTA, Hastag) : #ngopienakpinggirjalan
- Social Media Reference



Key Messages



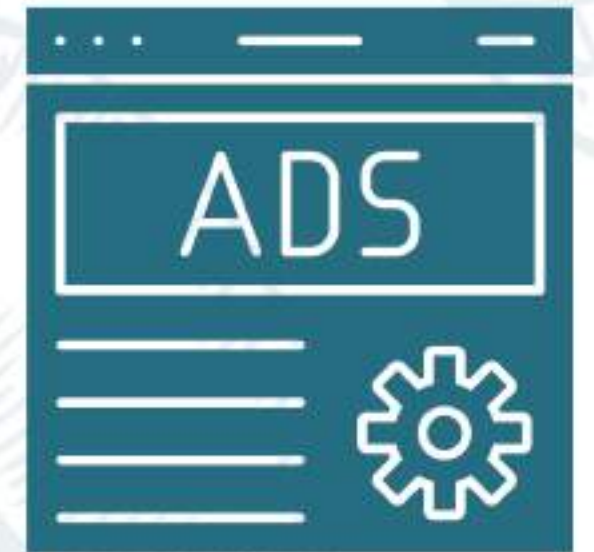
“Ngopi enak pinggir jalan”



“Ngopi enak pinggir jalan”, mengajak ngopi dengan suasana yang santai dan tidak terlalu formal yaitu di pinggir jalan. “Ngopi” merujuk pada kegiatan minum kopi dan “enak” merujuk pada pengalaman dan rasa kopi yang sesuai dengan selera.

MEDIA PLANNING IDEAS

PAID & ORGANIC CHANNELS



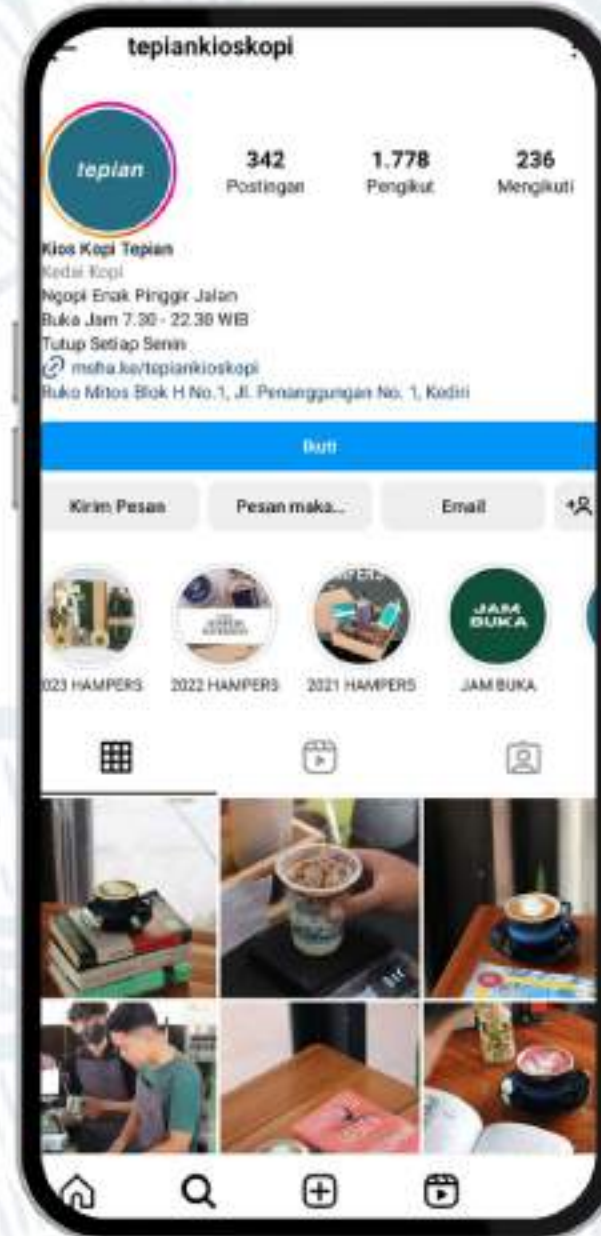
Possible Paid dan Possible Organic Channels



INSTAGRAM

- Masih kurangnya penyampaian Keymessage
- Upload feed instagram belum konsisten
- Kurangnya pembuatan konten reels untuk mencapai audiens yang lebih luas
- Kurang maksimal dalam memanfaatkan instagram story untuk konten promosi dan engagement dengan audiens

PROBLEM



PLANS

- Penggunaan hashtag key message #ngopienakpinggirjalan
- Menambahkan “order via online” di atas link order online
- Melakukan posting yang konsisten dan menentukan konten-konten yang menarik pada story, feeds dan reels sesuai dengan content pillar yang telah ditentukan.
- Menggunakan copywriting yang menarik, caption yang informatif dan hashtag yang relevan.
- Menyelaraskan cover Highlight



Possible Paid Channel

	META ADS	KOL/INFLUENCER
ISSUES	Belum pernah menggunakan iklan berbayar untuk mempromosikan brand dan produk	Belum pernah bekerja sama dengan KOL/influencer untuk mempromosikan brand ataupun produk TepianKiosKopi
GOAL	Meningkatkan brand awareness dan engagement sosial media TepianKiosKopi	Meningkatkan brand awareness dan engagement sosial media TepianKiosKopi
OBJECTIVES	• Menyusun dan merencanakan Campaign • Menyusun dan merencanakan konten yang sesuai dengan content pillar • Membuat copywriting yang persuasif dan CTA	• Melakukan research KOL dan referensi konten • Menyusun guideline serta melakukan monitoring konten
AUDIENCE	• Laki-laki & perempuan (22-40 tahun) • Coffee enthusiast • Domisili Kediri	• Laki-laki & perempuan (22-40 tahun) • Coffee enthusiast • Domisili Kediri

Possible Paid Channel: META Ads Plan

Campaign 1

Goal	Untuk meningkatkan engagement audiens dengan akun media sosial Tepian Kios Kopi
Proposed Campaign	Engagement: Meningkatkan engagement dengan menggunakan konten video reels Campaign Form: Brand and Awareness (tactical Campaign) Campaign Initiative: META Ads dan Instagram contents
Audience	• Laki-laki & perempuan (21-35 tahun) • Mahasiswa, karyawan kantor, pekerja profesional • Coffee enthusiast • Domisili Kediri
Campaign Flow	Audiens menerima iklan - Audiens tertarik dan diarahkan ke Akun Instagram TepianKiosKopi - Audiens mengikuti akun instagram kami - Audiens membeli produk melalui offline/online - Audiens lain yang tertarik kemudian melakukan hal yang sama
Objective	Engagement: Meningkatkan engagement pada akun instagram Tepian Kios Kopi

Possible Paid Channel: META Ads Plan

Campaign 1

Campaign	• Name: New Engagement Campaign • Budget: Rp 16.000 (1 hari)
Ad Set	• Name: New Engagement Campaign • Performance Goal: Maximize engagement with a post • Facebook Page: Tepian Kios Kopi • Schedule: 15-16 November 2023 • Audience: ◦ Location: Kediri (+17 Km) ◦ Age: 21-35 y.o ◦ Gender: Male & Female ◦ Detailed Targeting: Books, Snack food, Chill (role-playing game), Coffee or Novels, Coffee shops or Cafe ◦ Languages: English & Bahasa • Placement: Manual ◦ Instagram: Feeds, Explore, Explore Home, Stories, Reels, Search Result
Ad Setup	• Format: Reels video • Identity: ◦ Instagram Account: @tepiankioskopi

Possible Paid Channel: META Ads Plan

Campaign 2

Goal	Untuk membangun awareness audiens terhadap brand dan produk TepianKiosKopi
Proposed Campaign	Awareness: Meningkatkan awareness audiens tentang brand dan produk Tepian Kios Kopi melalui konten video reels Campaign Form: Brand and Consideration (tactical Campaign) Campaign Initiative: META Ads dan Instagram contents
Audience	• Laki-laki & perempuan (22-40 tahun) • Mahasiswa, karyawan kantor, pekerja profesional • Coffee enthusiast • Domisili Kediri
Campaign Flow	Audiens menerima iklan - Audiens tertarik dan diarahkan ke Akun Instagram TepianKiosKopi - Audiens mengikuti akun instagram kami - Audiens membeli produk melalui offline/online - Audiens lain yang tertarik kemudian melakukan hal yang sama
Objective	Awareness: Meningkatkan brand awareness Tepian Kios Kopi

Possible Paid Channel: META Ads Plan

Campaign 2

Campaign	• Name: Awareness Reels 1 • Budget: Rp 60.000 (3 hari)
Ad Set	• Name: New Awareness • Performance Goal: Maximize number of impressions • Facebook Page: Tepian Kios Kopi • Schedule: 15-18 November 2023 • Audience: ◦ Location: Kediri (+40 Km) ◦ Age: 22-40 y.o ◦ Gender: Male & Female ◦ Detailed Targeting: Coffee lovers, Cafe Barista lovers, Iced coffee, Specialty coffee, Cappuccino, Coffee preparation, Espresso, Coffeehouses, Coffee lover, Espresso machine, Arabic coffee, Coffee bean, Food, Nescafé, Coffeemaker, Kediri, East Java, Coffee roasting, coffee shop, hangout, Foodie, Coffee, Starbucks or Latte, College Student Personnel, CAFE, The Coffee Bean & Tea Leaf or Government Employee, Barista ◦ Languages: English & Bahasa • Placement: Manual ◦ Instagram: Feeds, Explore, Explore Home, Stories, Reels, Search Result
Ad Setup	• Format: Reels video • Identity: ◦ Instagram Account: @tepiankioskopi

Possible Paid Channel: META Ads Plan

Campaign 3

Goal	Untuk menarik minat follower lama maupun follower baru untuk mengunjungi dan berinteraksi dengan akun TepianKiosKopi melalui Give Away
Proposed Campaign	Give Away: Meningkatkan traffic dengan mengadakan Give Away berhadiah Campaign Form: Brand and Awareness (tactical Campaign) Campaign Initiative: META Ads dan Instagram contents
Audience	• Laki-laki & perempuan (22-40 tahun) • Mahasiswa, karyawan kantor, pekerja profesional • Coffee enthusiast • Domisili Kediri
Campaign Flow	Audiens menerima iklan - Audiens diarahkan ke Akun Instagram TepianKiosKopi - Audiens mengikuti akun instagram kami - Audiens mengikuti Give Away dengan menyukai, mengomentari dan membagikan konten instagram kami melalui Instagram Story - Audiens lain yang tertarik pada Give Away kemudian melakukan hal yang sama
Objective	Traffic: Meningkatkan traffic dan engagement pada akun instagram Tepian Kios Kopi

Possible Paid Channel: META Ads Plan

Campaign 3

Campaign	• Name: Traffic Campaign Giveaway • Budget: Rp 40.000 (2 hari)
Ad Set	• Name: Traffic Instagram • Performance Goal: Maximize number of impressions • Facebook Page: Tepian Kios Kopi • Schedule: 16-18 November 2023 • Audience: ◦ Location: Kediri (+30 Km) ◦ Age: 22-40 y.o ◦ Gender: Male & Female ◦ Detailed Targeting: Coffee lovers, Iced coffee, Specialty coffee, Cappuccino, Coffee preparation, Espresso, Coffeehouses, Coffee lover, Espresso machine, Arabic coffee, Coffee bean, Local food, Coffeemaker, Kediri, East Java, Coffee roasting, coffee shop, hangout, Foodie, Coffee, Starbucks or Latte, Barista, CAFE, Government Employee, karyawan swasta or Mahasiswa ◦ Languages: English & Bahasa • Placement: Manual ◦ Instagram: Feeds, Explore, Explore Home, Stories, Reels, Search Result
Ad Setup	• Format: Single Photo • Identity: ◦ Instagram Account: @tepiankioskopi

Possible Paid Channel: Influencer/KOL Marketing Plan

KOL Content Brief

Goal	Untuk meningkatkan brand awareness dan kunjungan/engagement pada sosial media Tepian Kios Kopi
Key Message	#NgopiEnakPinggirJalan
Platform	Instagram (reels)
KOL Tiers	Nano (< 10K followers), Micro (10K - 100K Followers) , Macro (100k - 1M Followers)
KOL Type	Reviewer kopi dan Kafe
Format	Video
Objective	Awareness: Menampilkan suasana dan produk TepianKiosKopi Interest: Menciptakan ketertarikan audiens untuk berkunjung ke TepianKiosKopi Consideration: Menciptakan keinginan untuk membeli bagi para audiens

Possible Paid Channel: Influencer/KOL Marketing Plan

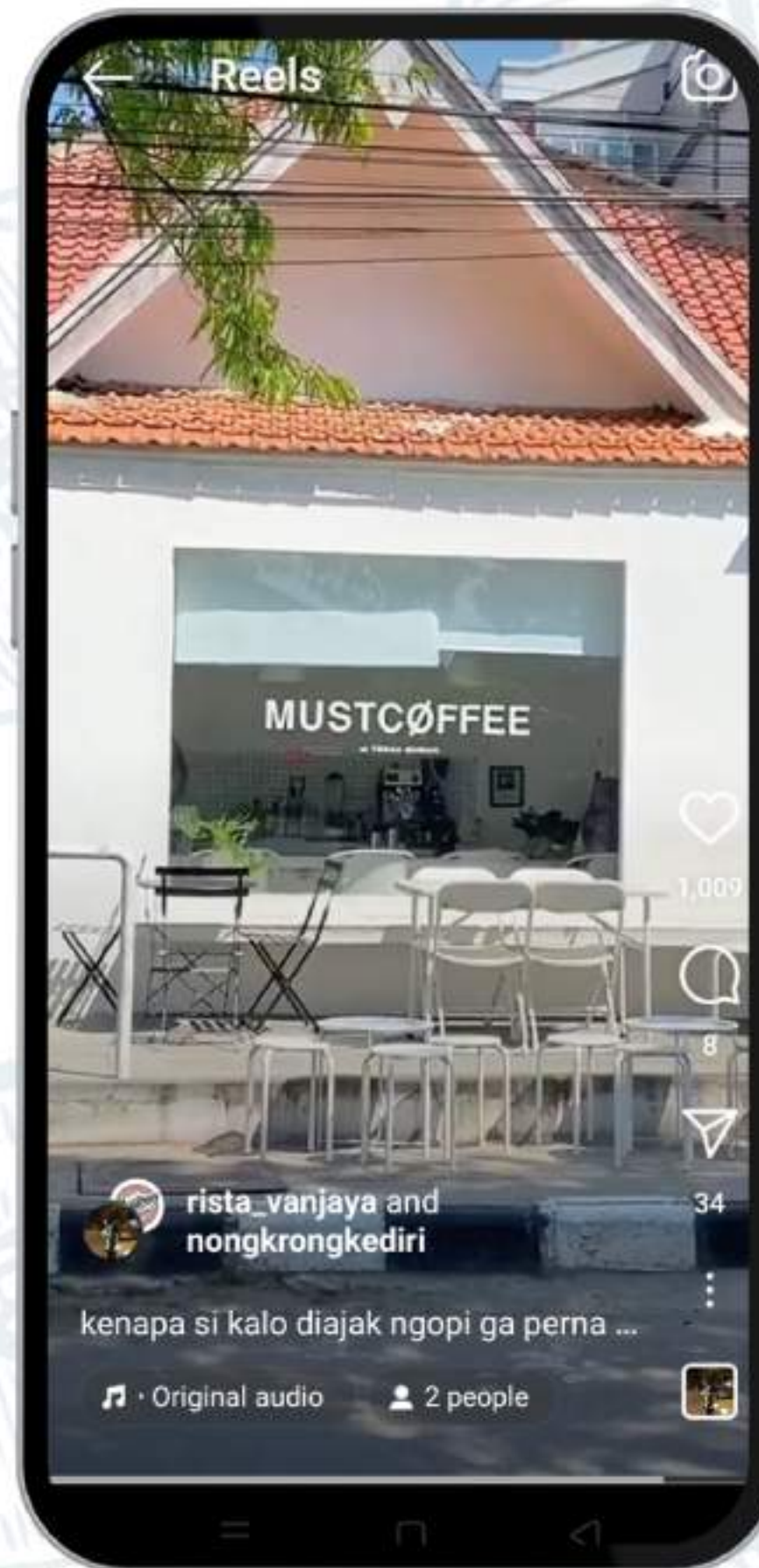
KOL Content Brief

General Info	Campaign goal: meningkatkan brand awareness dan membuat review kafe dan produk Lingkup kerja: 1 Instagram reels Format & Durasi: Video, Portrait, 1 menit Tanggal penyerahan (1): 5 November 2023 Revisi: 5-8 November 2023 Tanggal penyerahan (2): 8 November 2023 Pertinjau akhir: 9 November 2023 Tanggal Unggah: 10 November 2023
Workflow	Briefing - Script Review - Content Creating - Content Preview - Revision - Content Post - Insight Gathering
Guideline	1. Memperlihatkan Suasana Kafe 2. Memperlihatkan produk Kopi 3. Penawaran Makanan 4. Berinteraksi dengan Staf 5. Pengalaman Pelanggan 6. Hashtag dan Tag 7. Call to Action

KOL Suggestion

KOL	Niche	Followers	Tier	Alasan
@nongkrongkediri	Food Vlogger	134K	Macro	Engagement rate: 1.17 % Memiliki audiens yang tertarik dengan kuliner dan tempat-tempat nongkrong di Kediri yang menarik untuk dikunjungi
@mbakbulekulineran	Food Vlogger	43.4K	Micro	Engagement rate: 110.8% Influencer seorang food enthusiast yang memiliki cakupan audiens yang cukup luas, sehingga memungkinkan jangkauan audiens dari berbagai daerah. Segmentasi audiensnya adalah muda-dewasa yang menyukai makanan ringan, sesuai juga dengan menu yang tersedia di Tepian Kios Kopi
@szaaschaa_	Cafe Vlogger	4K	Nano	Engagement rate: 5.15% Vlogger yang berfokus pada cafe hits di Kediri yang akan menarik audiens pencari lokasi nongkrong yang nyaman dan menarik.

Video References



Marketing Funnel

AWARENESS

Memperkenalkan tepiankioskopi kepada customer dengan key message 'ngopi enak pinggir jalan' produk kopi dengan rasa otentik dan klasik.

INTEREST

Customer mulai mengikuti akun social media (instagram dan facebook) atau mulai penasaran mengunjungi tepiankioskopi.

DESIRE

Membuat penawaran special dengan promo atau giveaway yang dapat menarik customer serta meningkatkan customer trust

ACTION

Memudahkan pembeli dengan memberikan beberapa pilihan channel pembelian produk melalui penyediaan CTA/tautan langsung

THE CONTENT APPROACH

Awareness

Untuk meningkatkan awareness terhadap TepianKioskopi telah menyusun konten pilar yang terbagi menjadi 4, yaitu: konten edukasi, inspirasi, entertainment dan promosi pada sosial media (instagram) sehingga diharapkan dapat menghubungkan calon customer yang memiliki ketertarikan pada produk, sehingga dapat mengunjungi profil akun. dan dilakukan beberapa upaya promosi berbayar untuk meningkatkan brand awareness

Consideration

Masyarakat yang telah mengetahui dan memiliki minat terhadap produk TepianKiosKopi cenderung terdorong untuk membeli saat mereka mendapatkan informasi mengenai keunggulan produk, akses yang mudah, channel pembelian, serta berbagai penawaran potongan harga dan promosi spesial

THE CONTENT APPROACH

Conversion

Customer yang telah memutuskan untuk membeli produk tepiankioskopi dapat mengunjungi toko offline tepiankioskopi dan juga melalui pemesanan makanan secara online.

Loyalty

Tepiankioskopi memberikan banyak keuntungan untuk membership dengan ketentuan:

1. dapatkan stempel tiap pembelian 20 ribu (berlaku kelipatan)
2. dapatkan FREE 1 cup all varian setelah mendapatkan 5 stempel
3. dapatkan FREE 1 cup all varian dan FREE 1 cup Thai Tea/Thai Green Tea/ Lime Tea/StrawberryTea setelah mendapatkan 10 stempel
4. stempel hanya bisa didapatkan dari pembelian offline
5. stempel tidak berlaku untuk pembelian promo

Content Pillar

EDUKASI

Cara membuat latteart

INSPIRASI

Coffee quotes

Kutipan dalam buku

Motivasi pagi

Mengucapkan hari nasional

ENTERTAINMENT

POV customer: semi cafe tour

POV kerja di rumah kurang kondusif, cari workspace yg kondusif buat kerja

Quiz/Game (giveaway)

Memes mood sebelum dan setelah minum kopi

Barista takeover

PROMOSI

Special promo produk tertentu pada waktu tertentu

Kios kopi tepian tour

Customer review

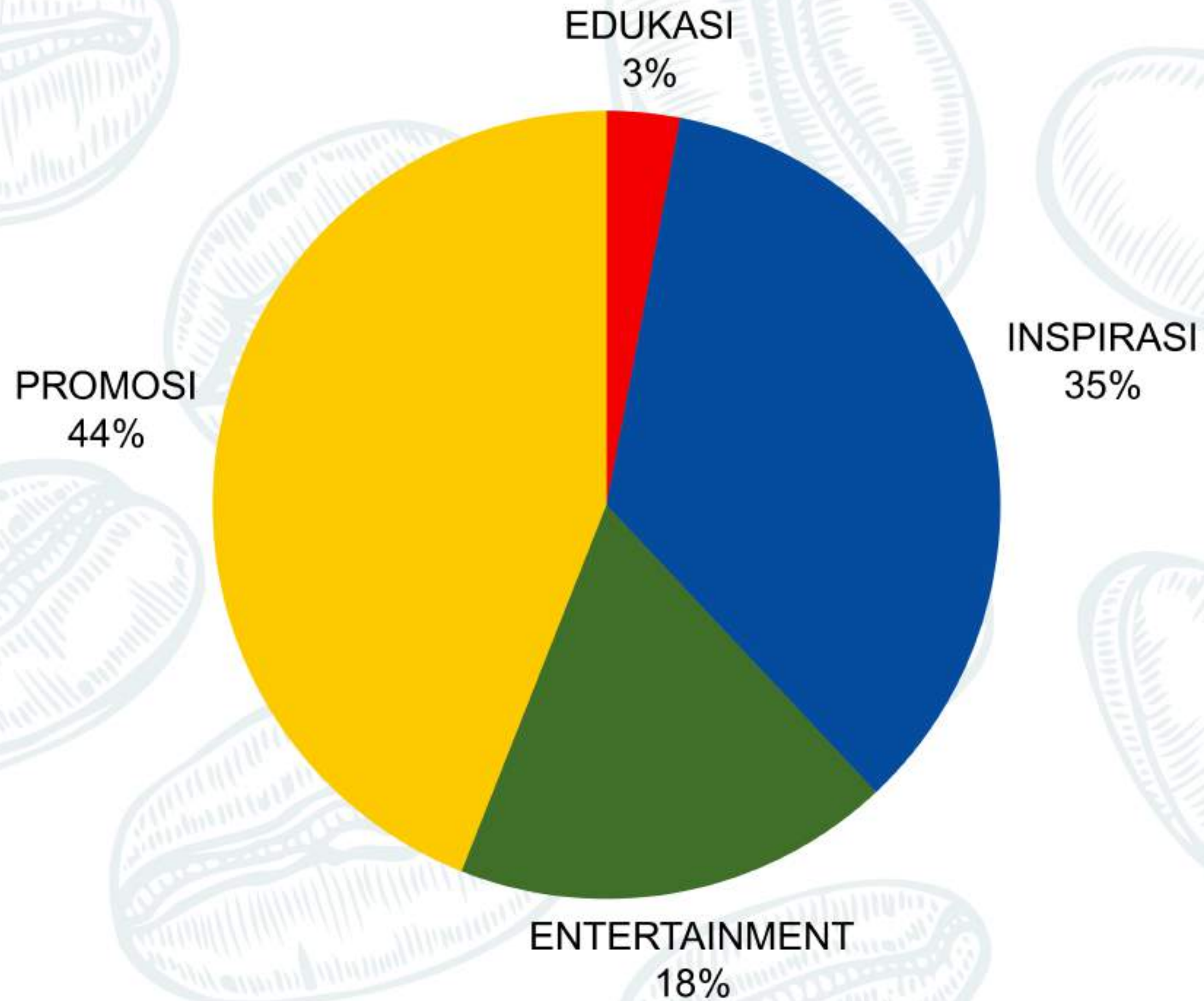
Showcasing Menu

Benefit membership

Booth kios kopi tepian

Corndog dan Sampler

Content Pillar



Content Calendar week 1

Monday 6-11-2023	Tuesday 7-11-2023	Wednesday 8-11-2023	Thursday 9-11-2023	Friday 10-11-2023	Saturday 11-11-2023	Sunday 12-11-2023
Promosi Booth Tepian at SuryaNation (Reels)	Promosi Kopi Pagi 10 Ribu (Story) Inspirasi Coffee Qoutes (Story)	Promosi Kopi Pagi 10 Ribu (Story) Inspirasi Kutipan Dalam Buku (Story) Entertainment Barista Takeover (Reels)	Promosi Kopi Pagi 10 Ribu (Story) Promosi Customer Review (Feeds) Inspirasi Coffee Qoutes (Story)	Inspirasi dan Promosi Mengucapkan hari nasional dan Special Promo produk tertentu pada waktu tertentu (Feeds) Inspirasi dan Promosi Mengucapkan hari nasional dan Special Promo produk tertentu pada waktu tertentu (Story) Inspirasi Kutipan Dalam Buku (Story)	Promosi Mengingatn Promo Special (Story) Inspirasi Coffee Qoutes (Story) Entertainment Work From Tepian (Reels)	Inspirasi Mengucapkan Hari Ayah (Feeds) Promosi Mengingatn Promo Special (Story) Inspirasi Kutipan Dalam Buku (Story)

Content Calendar week 2

Monday
13-11-2023

Entertainment
Pov Customer
Tepian
(Reels)

Tuesday
14-11-2023

Promosi
Kopi Pagi 10 Ribu
(Story)

Inspirasi
Kutipan Dalam
Buku
(Story)

Promosi
Showcasing Menu
Tepian
(Story)

Wednesday
15-11-2023

Promosi
Kopi Pagi 10 Ribu
(Story)

Inspirasi
Coffee Qoutes
(Story)

Entertainment
Giveaway
(Feeds & Story)

Promosi
Kios Kopi Tepian
Tour
(Reels)

Thursday
16-11-2023

Promosi
Kopi Pagi 10 Ribu
(Story)

Inspirasi
Motivasi Pagi
(Story)

Promosi
Snack
Pendamping Kopi
(Feeds)

Friday
17-11-2023

Promosi
Kopi Pagi 10 Ribu
(Story)

Inspirasi
Coffee Qoutes
(Story)

Entertainment
Meningatkan
Giveaway
(Story)

Saturday
18-11-2023

Promosi
Kopi Pagi 10 Ribu
(Story)

Inspirasi
Motivasi Pagi
(Story)

Entertainment
Meningatkan
Giveaway
(Story)

Promosi
Benefit
Membership
(Story)

Entertainment
Memes Before and
After Minum Kopi
(Reels)

Sunday
19-11-2023

Promosi
Kopi Pagi 10 Ribu
(Story)

Education
Membuat Latte Art
(Reels)

Entertainment
Pengumuman
Giveaway
(story)

Inspirasi
Motivasi Pagi
(Story)

EDITORIAL PLANS (CONTENT IDEAS)

Date	Content pillar	Content Type	Channel	Title	Talking Point	Content Approach	Content References
6/11/2023	Promosi	Reels	Instagram	Kios Kopi Tepian at SuryaNation	Booth Tepian	Brand Awareness, menerangkan USP, dan Profile lainnya terkait produk Kios Kopi Tepian	https://vt.tiktok.com/ZSNaHrnFH/
7/11/2023	Inspirasi	Story	Instagram	Tetap kalem, seruput dulu	coffee qoutes	Brand Awareness dan loyalty. Sekaligus stimulan untuk pembentukan perilaku konsumen.	
	Promosi	Story	Instagram	Kopi Pagi 10 Ribu Jam 07:30 - 11:00	Special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Brand Awareness dan Consideration dengan Promosi Produk Kios Kopi Tepian.	

Date	Content Pillar	Content Type	Channel	Title	Talking Point	Content Approach	Content References
8/11/2023	Promosi	Story	Instagram	Kopi Pagi 10 Ribu Jam 07:30 - 11:00	Special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Brand Awareness dan Consideration dengan Promosi Produk Kios Kopi Tepian.	
	Inspirasi	Story	Instagram	"Bermimpilah dalam hidup. Jangan hidup di dalam mimpi." Andrea Hinata	Kutipan dalam buku	Brand Awareness dan loyalty. Sekaligus stimulan untuk pembentukan perilaku konsumen.	
	Entertainment	Reels	Instagram	Barista Free-time	Barista Takeover	Brand Awareness	https://vt.tiktok.com/ZSNS8MSXN/

Date	Content Pillar	Content Type	Channel	Title	Talking Point	Content Approach	Content References
9/11/2023	Inspirasi	Story	Instagram	Seperti Superposisi kuantum, kita tidak akan tau hasilnya jika belum ngopi	Coffee Qoutes	Brand Awareness dan loyalty. Sekaligus stimulan untuk pembentukan perilaku konsumen.	
	Promosi	Story	Instagram	Kopi Pagi 10 Ribu Jam 07:30 - 11:00	Special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Brand Awareness dan Consideration dengan Promosi Produk Kios Kopi Tepian.	
	Promosi	Feeds	Instagram	Testimoni Penikmat Kios Kopi Tepian	Customer Review	Brand Awareness dan Cosideration berdasarkan pengalaman Customer.	

Date	Content Pillar	Content Type	Channel	Title	Talking pPoint	Content Approach	Content References
10/11/2023	Inspirasi	Story	Instagram	“Berjuang bukan untuk kesuksesan, namun untuk menjadi sebuah nilai.” Albert Einstein	Kutipan dalam buku	Brand Awareness dan loyalty. Sekaligus stimulan untuk pembentukan perilaku konsumen.	
	Inspirasi dan Promosi	Feeds	Instagram	Selamat Hari Pahlawan Nasional dan special promo hari pahlawan buy1get1 (10-12 November)	Mengucapkan hari nasional dan Special Promo produk tertentu pada waktu tertentu	Brand Awareness terkait Kios Kopi Tepian yang relate dengan apa yang terjadi pada hari tertentu, serta consideration denhan promosi produk Kios kopi tepian	
	Inspirasi dan Promosi	Story	Instagram	Selamat Hari Pahlawan Nasional dan special promo hari pahlawan buy1get1 (10-12 November)	mengucapkan hari nasional dan special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Brand Awareness terkait Kios Kopi Tepian yang relate dengan apa yang terjadi pada hari tertentu, serta consideration denhan promosi produk Kios kopi tepian	

Date	Content Pillar	Content Type	Channel	Title	Talking Point	Content Approach	Content References
11/11/2023	Entertainment	Reels	Instagram	Work From Tepian (WFT)	POV kerja di rumah kurang kondusif, cari workspace yg kondusif buat kerja	Brand Awareness melalui penggunaan CTA dan memberitahukan suasana Kios Kopi Tepian	https://vt.tiktok.com/ZSNBdLRhU/
	Promosi	Story	Instagram	Mengingatkan Special Promo Hari Pahlawan buy 1 get 1 periode 10-12 november	special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Brand Awareness dan Consideration dengan Promosi Produk Kios Kopi Tepian.	
	Inspirasi	Story	Instagram	Biar tipis yang penting refresh. Jangan lupa ngopi karena sibuk kerja.	coffee qoutes	Brand Awareness dan loyalty. Sekaligus stimulan untuk pembentukan perilaku konsumen.	

Date	Content Pillar	Content Type	Channel	Title	Talking Point	Content Approach	Content References
12/11/2023	Inspirasi	Feeds	Instagram	Selamat Hari Ayah	Mengucapkan hari nasional	Brand Awareness terkait Kios Kopi Tepian yang relate dengan apa yang terjadi pada hari tertentu	
	Promosi	Story	Instagram	Mengingatn Special Promo Hari Pahlawan buy 1 get 1 periode 10-12 november	special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Brand Awareness dan Consideration dengan Promosi Produk Kios Kopi Tepian.	
	inspirasi	Story	Instagram	"Kita terlahir kembali setiap paginya. Apa yang kita lakukan hari ini adalah yang terpenting." Sidartha Gautama	Kutipan dalam buku	Brand Awareness dan loyalty. Sekaligus stimulan untuk pembentukan perilaku konsumen.	

Date	Content pillar	Content Type	Channel	Title	Talking Point	Content Approach	Content References
13/1 1/20 23	Entertainment	Reels	Instagram	Pov Customer Kios Kopi Tepian	POV customer: semi cafe tour	Brand Awareness melalui penggunaan CTA dan memberitahukan suasana Kios Kopi Tepian	https://vt.tiktok.com/ZS NBJoqYk/
14/1 1/20 23	Inspirasi	Story	Instagram	"A book is a gift you can open and open again." Garrison Keillor	Kutipan dalam buku	Brand Awareness dan loyalty. Sekaligus stimulan untuk pembentukan perilaku konsumen.	
	Promosi	Story	Instagram	Kopi Pagi 10 Ribu Jam 07:30 - 11:00	Special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Brand Awareness dan Consideration dengan Promosi Produk Kios Kopi Tepian.	

Date	Content Pillar	Content Type	Channel	Title	Talking Point	Content Approach	Content References
15/1 1/20 23	Promosi	Story	Instagram	Pilihan Asupan untuk Memulai Harimu	Showcasing Menu Tepian	Brand Awareness, menerangkan USP, dan Profile lainnya terkait produk Kios Kopi Tepian	
	Inspirasi	Story	Instagram	Dibalik setiap gelas kopi ada, kehangatan yang menguatkan hati	Coffee Quotes	Brand Awareness dan loyalty. Sekaligus stimulan untuk pembentukan perilaku konsumen.	
	Promosi	Story	Instagram	Kopi Pagi 10 Ribu Jam 07:30 - 11:00	Special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Brand Awareness dan Consideration dengan Promosi Produk Kios Kopi Tepian.	

Date	Content Pillar	Content Type	Channel	Title	Talking Point	Content Approach	Content References
16/11/2023	Promosi	Reels	Instagram	Tour Intip-intip cafe kios kopi tepian	Kios Kopi Tepian tour	Brand Awareness, menerangkan USP, dan Profile lainnya terkait produk Kios Kopi Tepian	https://vt.tiktok.com/ZSNS8h9pM/
	Entertainment	Feeds dan Story	Instagram	Kios Kopi Tepian Giveaway "dad jokes"	Quiz/Game (giveaway)	Brand Awareness dan Interaction dengan followers dan calon followers baru dengan ide kreatif followers, humor dengan dad jokes.	
	Promosi	Story	Instagram	Kopi Pagi 10 Ribu Jam 07:30 - 11:00	Special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Brand Awareness dan Consideration dengan Promosi Produk Kios Kopi Tepian.	

Date	Content Pillar	Content Type	Channel	Title	Talking Point	Content Approach	Content References
19/1 1/20 23	Entertainment	Reels	Instagram	pov lagi banyak deadline "sebelum dan sesudah minum kopi dengan corndog dan sampler"	Mememes mood sebelum dan setelah minum kopi	Brand Awareness dan relateable content terkait kebiasaan penikmat kopi	https://vt.tiktok.com/ZSNBdujBq/
	Entertainment	Story	Instagram	Pengumuman Kios Kopi Tepian Giveaway "dad jokes"	Quis/Games (giveaway)	Brand Awareness dan Interaction dengan followers dan calon followers baru dengan ide kreatif followers, humor dengan dad jokes.	
	Promosi	Story	Instagram	Kopi Pagi 10 Ribu Jam 07:30 - 11:00	Special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Brand Awareness dan Consideration dengan Promosi Produk Kios Kopi Tepian.	

Date	Content Pillar	Content Type	Channel	Title	Talking Point	Content Approach	Content References
	Inspirasi	Story	Instagram	Every action you take is a vote for the type of person you wish to become	Motivasi Pagi	Brand Awareness dan loyalty. Sekaligus stimulan untuk pembentukan perilaku konsumen.	
	Education	Reels	Instagram	Membuat Latte Art	Cara membuat latte art	Brand Awareness terkait bahan yang digunakan pada produk dan cara membuat latte art Kios Kopi Tepian	https://vt.tiktok.com/ZSNBdmDaF/

The background of the slide is a light gray color with a repeating pattern of coffee beans. The beans are drawn in a sketchy, hand-drawn style with fine lines indicating texture. They are scattered across the entire background.

TAKE OVER REPORT

INSTAGRAM REPORT AFTER TAKEOVER

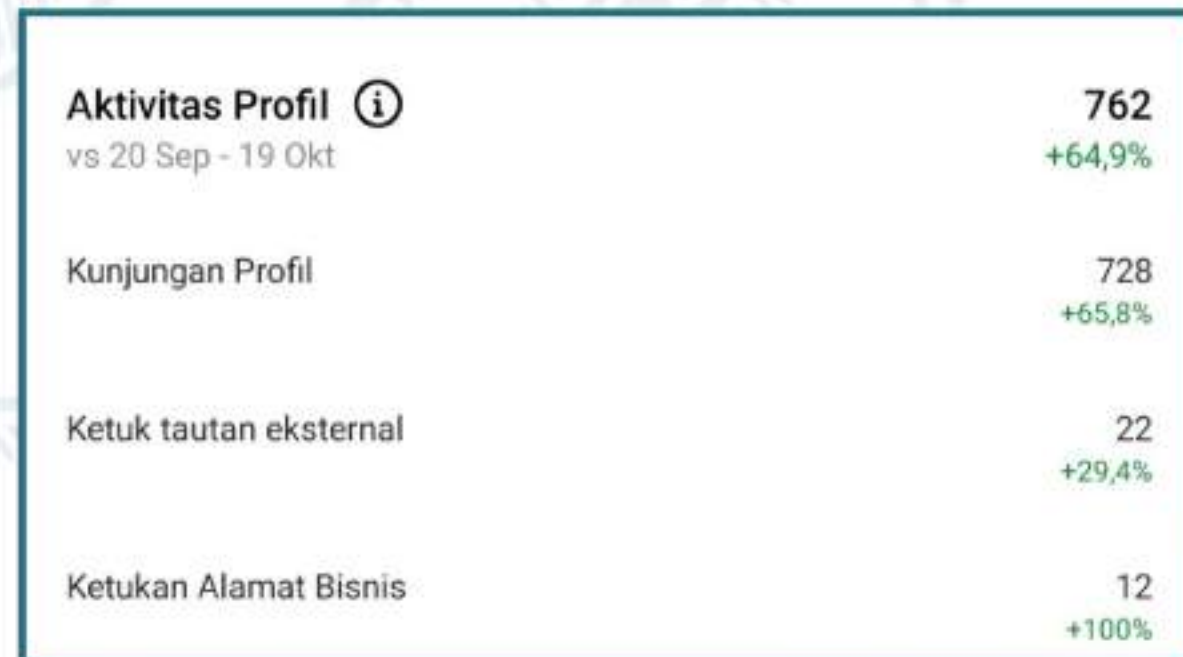
20 Oktober - 19 November 2023
(30 Hari terakhir)



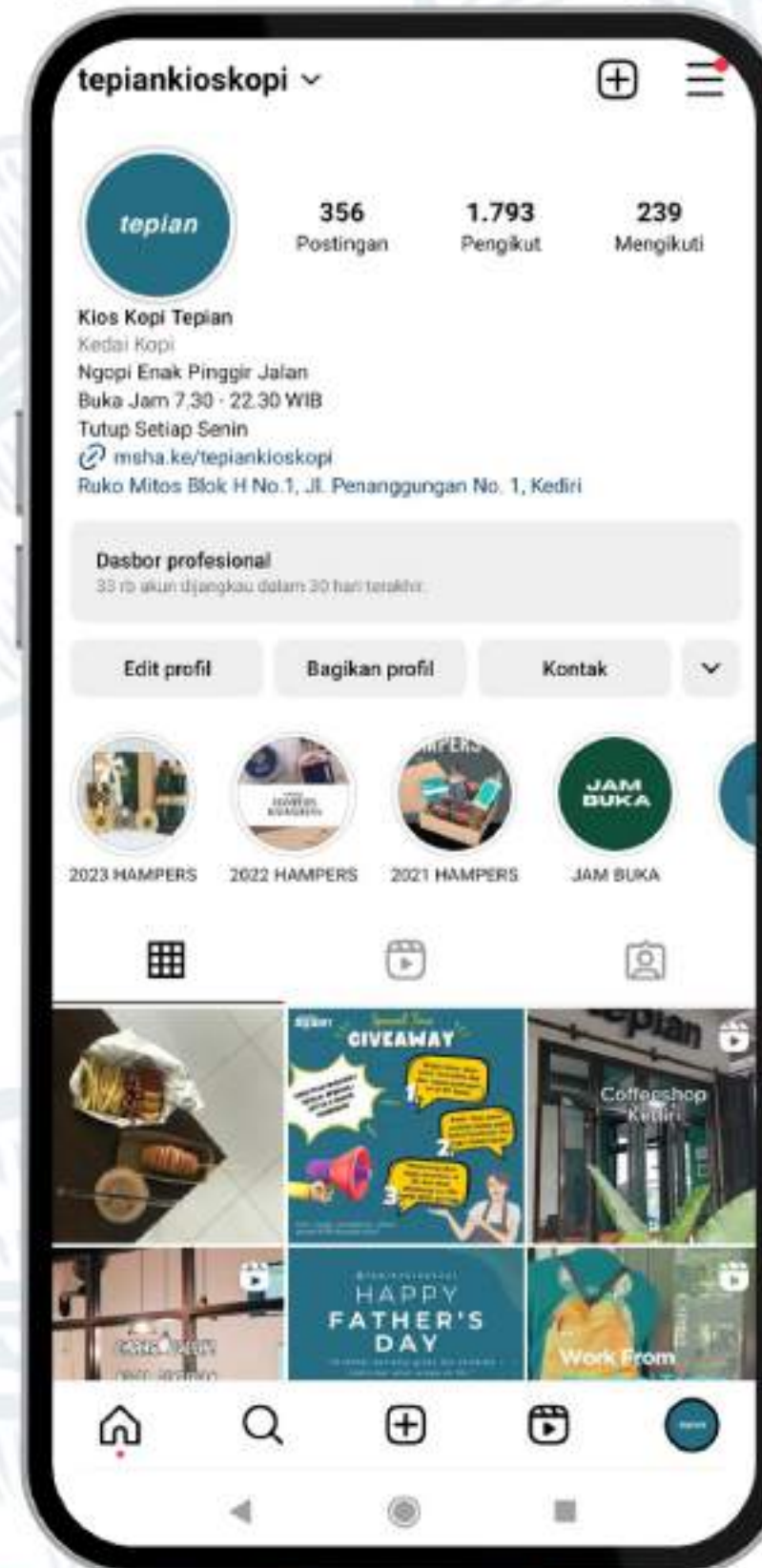
42.410 Accounts Reach (+3.780%)
65.891 Impressions (+618%)



357 Interaksi Konten (+125%)



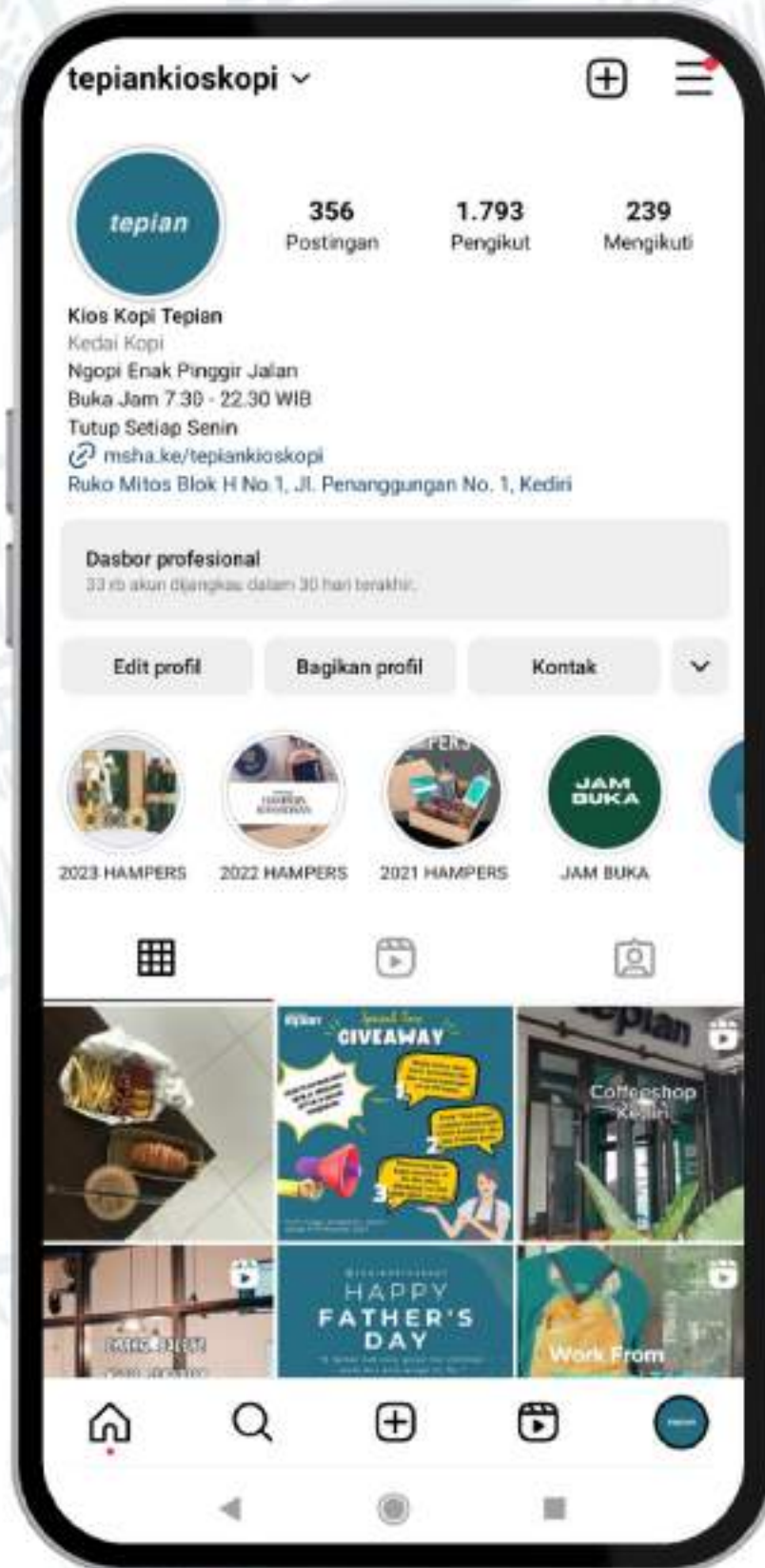
728 Kunjungan Profil (+65,8%)



171 Engagement Account (+288%)

INSTAGRAM REPORT AFTER TAKEOVER

20 Oktober - 19 November 2023
(30 Hari terakhir)



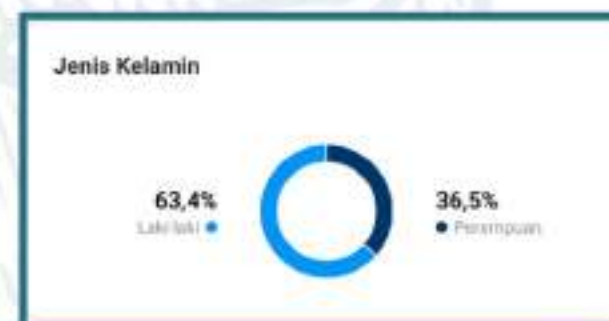
Target : Kediri +40 KM
Hasil : Kota teratas Kediri (45,4%)

SESUAI TARGET ✓



Target : 22-40 tahun
Hasil : Rentang usia teratas
25-34 tahun (48,4 %)
18-24 tahun (45,4 %)

SESUAI TARGET ✓



Jenis Kelamin
Laki-laki : 63,4 %
Perempuan : 36,5 %

ENGAGEMENT RATE INSTAGRAM

BEFORE

0,6%

AFTER

1,45%

INSTAGRAM ACTIVITY

Selama takeover 6 Nov - 19 Nov 2023



42 Post
(Feeds, Reels, Story)



15 new followers

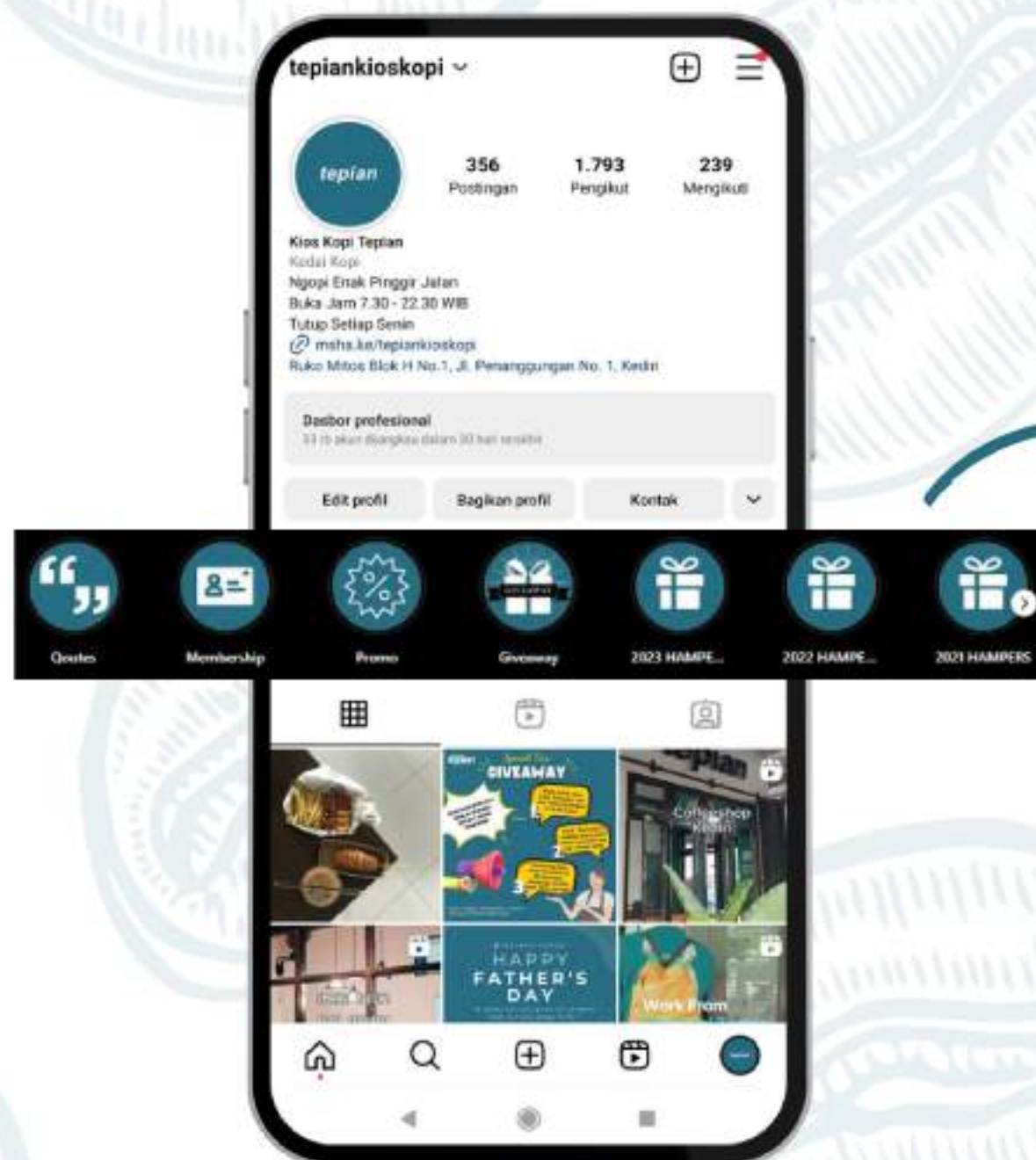


12 comments



336 likes

TYDING UP INSTAGRAM REPORT



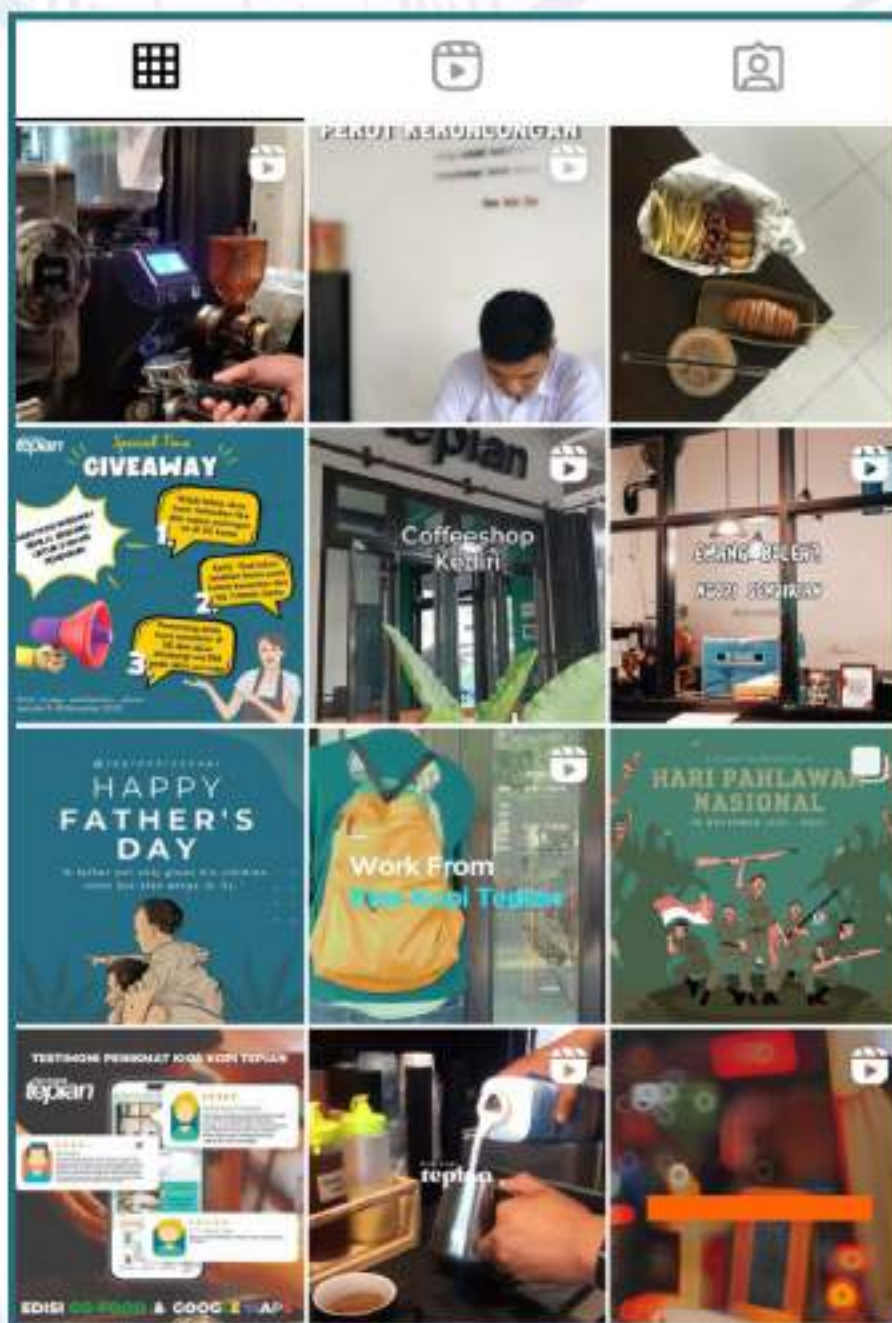
Menyelaraskan cover Highlight

The background of the slide is a light gray color with a repeating pattern of coffee beans. The beans are drawn in a simple, sketchy style with fine lines indicating texture. They are scattered across the entire background.

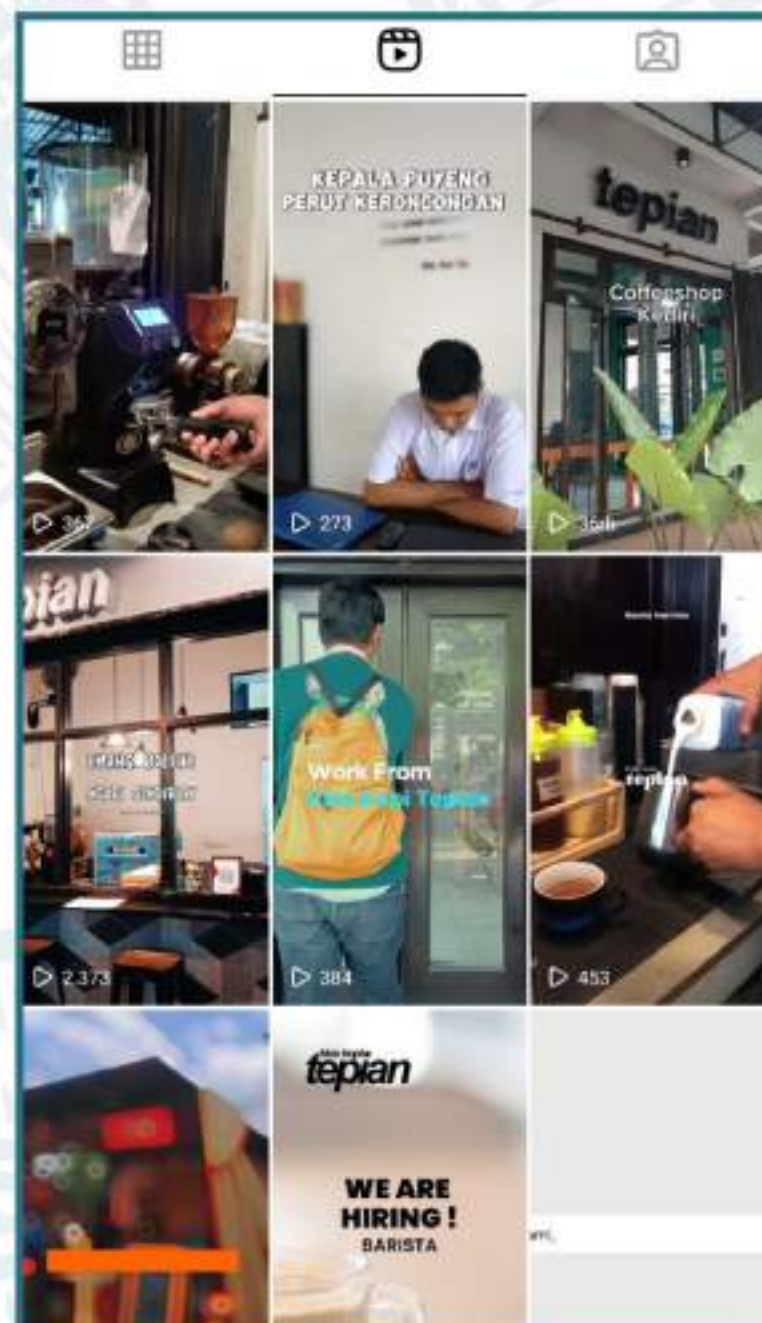
ORGANIC CHANNELS

ORGANIC INSTAGRAM REPORT

Feeds (5)



Reels (7)



Story (30)



ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
6 Nov 2023	Reels	Entertainment	Booth Tepian	Kios Kopi Tepian at SuryaNation	275	531	30	0	
7 Nov 2023	Story	Promosi	Special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Kopi Pagi 10 Ribu Jam 07:30 - 11:00	99	107	1	0	
7 Nov 2023	Story	Inspirasi	Coffee Qoutes	Tetap kalem, seruput dulu	113	119	1	0	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
8 Nov 2023	Story	Promosi	Special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Kopi Pagi 10 Ribu Jam 07:30 - 11:00	101	109	2	0	
8 Nov 2023	Story	Inspirasi	Kutipan dalam buku	"Bermimpilah dalam hidup. Jangan hidup di dalam mimpi." Andrea Hirata	95	101	1	0	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
8 Nov 2023	Reels	Entertainment	Barista Takeover	Barista Free-time	205	449	20	0	
9 Nov 2023	Story	Promosi	Special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Kopi Pagi 10 Ribu Jam 07:30 - 11:00	100	108	2	0	
9 Nov 2023	Story	Inspirasi	Coffee Qoutes	Seperti Superposisi kuantum, kita tidak akan tau hasilnya jika belum ngopi	105	110	2	0	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
9 Nov 2023	Feeds	Promosi	Customer Review	Testimoni Penikmat Kios Kopi Tepian	186	222	18	2	
10 Nov 2023	Story	Inspirasi	Kutipan dalam buku	"Berjuang bukan untuk kesuksesan, namun untuk menjadi sebuah nilai." Albert Einstein	101	104	2	0	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
10 Nov 2023	Feeds	Inspirasi	Mengucapk an hari nasional	Selamat Hari Pahlawan Nasional	123	164	15	0	
10 Nov 2023	Story	Inspirasi	Mengucapk an hari nasional	Selamat Hari Pahlawan Nasional	99	102	2	0	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
10 Nov 2023	Feeds	Promosi	special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Special Promo Hari Pahlawan buy 1 get 1 periode 10-12 november	123	164	15	0	
10 Nov 2023	Story	Promosi	special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Special Promo Hari Pahlawan buy 1 get 1 periode 10-12 november	99	102	2	0	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
11 Nov 2023	Reels	Entertainment	POV kerja di rumah kurang kondusif, cari workspace yg kondusif buat kerja	Work From Tepian (WFT)	196	379	21	0	
11 Nov 2023	Story	Promosi	Mengingatkan Special Promo Hari Pahlawan buy 1 get 1 periode 10-12 november	special promo produk tertentu pada waktu tertentu	83	84	0	0	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
11 Nov 2023	Story	Inspirasi	coffee qoutes	Biar tipis yang penting refresh. Jangan lupa ngopi karena sibuk kerja.	78	78	2	0	
12 Nov 2023	Feeds	Inspirasi	Mengucapkan an hari nasional	Selamat Hari Ayah	138	163	9	0	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
12 Nov 2023	Story	Promosi	Mengingatkan Special Promo Hari Pahlawan buy 1 get 1 periode 10-12 november	special promo produk tertentu pada waktu tertentu	73	76	1	0	
12 Nov 2023	Story	inspirasi	"Kita terlahir kembali setiap paginya. Apa yang kita lakukan hari ini adalah yang terpenting." Siddhartha Gautama	Kutipan dalam buku	87	90	1	0	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
13 Nov 2023	Reels	Entertainment	POV customer: semi cafe tour	Pov Customer Kios Kopi Tepian	8.551	2.358	63	2	
14 Nov 2023	Story	Promosi	Special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Kopi Pagi 10 Ribu Jam 07:30 - 11:00	92	96	2	0	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
14 Nov 2023	Story	Promosi	Showcasing Menu Tepian	Pilihan Asupan untuk Memulai Harimu	88	93	2	0	
14 Nov 2023	Story	Inspirasi	Kutipan dalam buku	"A book is a gift you can open and open again." Garrison Keillor	85	90	2	0	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
15 Nov 2023	Story	Promosi	Special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Kopi Pagi 10 Ribu Jam 07:30 - 11:00	79	84	1	0	
15 Nov 2023	Story	Inspirasi	Coffee Qoutes	Dibalik setiap gelas kopi ada, kehangatan yang menguatkan hati	82	87	1	0	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
15 Nov 2023	Reels	Promosi	Kios Kopi Tepian tour	Tour Intip-intip cafe kios kopi tepian	29.293	36.013	59	0	
15 Nov 2023	Feeds	Entertainment	Quiz/Game (giveaway)	Kios Kopi Tepian Giveaway "dad jokes"	3.488	5.380	17	8	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
15 Nov 2023	Story	Entertainment	Quiz/Game (giveaway)	Kios Kopi Tepian Giveaway "dad jokes"	77	80	0	0	
16 Nov 2023	Story	Promosi	Special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Kopi Pagi 10 Ribu Jam 07:30 - 11:00	86	89	1	0	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
16 Nov 2023	Story	Inspirasi	Motivasi Pagi	Nikmati pagimu, syukuri harimu	79	80	1	0	
16 Nov 2023	Feeds	Promosi	Corndog dan Sampler	Menu cemilan andalan teman minum kopi tepian	166	185	16	0	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
17 Nov 2023	Story	Promosi	Special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Kopi Pagi 10 Ribu Jam 07:30 - 11:00	84	85	2	0	
17 Nov 2023	Story	Entertainment	Quis/Games (giveaway)	Mengingatka n Kios Kopi Tepian Giveaway "dad jokes"	72	75	2	0	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
17 Nov 2023	Story	Inspirasi	Coffee Qoutes	Procaffeinati on (Noun) The tendency to not start anything until you've had a cup of coffee	74	78	1	0	
18 Nov 2023	Story	Promosi	Special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Kopi Pagi 10 Ribu Jam 07:30 - 11:00	85	86	3	0	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
18 Nov 2023	Story	Entertainment	Quis/Games (giveaway)	Mengingatka n Kios Kopi Tepian Giveaway "dad jokes"	85	87	1	0	 A screenshot of an Instagram story from the account 'tepianked Kopi'. The story features a green background with yellow and white text and graphics. It announces a 'Special Time GIVEAWAY' with three steps: 1. Follow @tepianked Kopi, 2. Like the post, and 3. Tag a friend. A cartoon character is shown holding a megaphone. The text at the bottom says 'Hari terakhir lohh, jangan sampai kelewatan ikutin giveaway nya sob!'. The story has 1 like and 0 comments.
18 Nov 2023	Story	Inspirasi	Motivasi Pagi	Lakukan tanpa 'nanti', buat tanpa 'tapi'	85	88	3	0	 A screenshot of an Instagram story from the account 'tepian'. The story shows a person's hands making coffee on a machine. The text overlay reads 'Lakukan tanpa 'Nanti' Buat tanpa 'tapi''. The story has 3 likes and 0 comments.

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
18 Nov 2023	Story	Promosi	Benefit membership	Get your membership card now!	74	79	2	0	
18 Nov 2023	Reels	Entertainment	Memes mood sebelum dan setelah minum kopi	pov lagi banyak deadline "sebelum dan sesudah minum kopi dengan corndog dan sampler"	118	227	12	1	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
19 Nov 2023	Story	Promosi	Special promo produk tertentu pada waktu tertentu	Kopi Pagi 10 Ribu Jam 07:30 - 11:00	97	99	3	0	
19 Nov 2023	Story	Entertainment	Quis/Games (giveaway)	Pengumuman Kios Kopi Tepian Giveaway "dad jokes"	119	126	1	0	

ORGANIC

INSTAGRAM CONTENT REPORT

Date	Type	Content Pillar	Topic	Headline	Reach	Impression	Like	Comment	Actual Design
19 Nov 2023	Story	Inspirasi	Motivasi Pagi	Every action you take is a vote for the type of person you wish to become	105	109	1	0	
19 Nov 2023	Reels	Education	Cara membuat latte art	Membuat Latte Art	189	300	10	0	

TOP PERFORMING CONTENT

Content Pillar	Entertainment	Entertainment	Entertainment
Type Content	Reels	Reels	Reels
			
Reach	275	205	196
Impressions	531	449	379

COPYWRITING

BEFORE



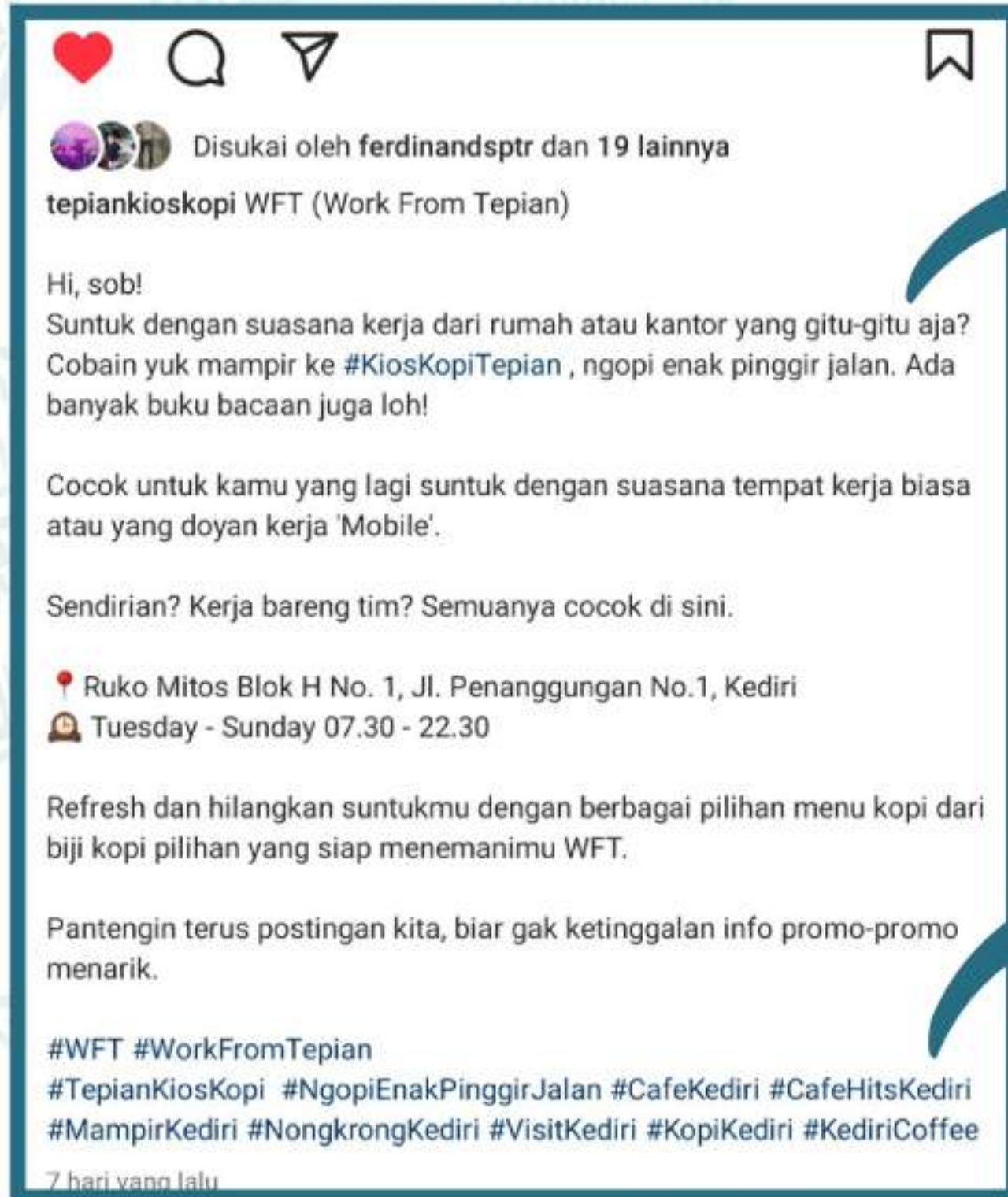
No Call Sign

Tidak ada CTA

**Hastag tidak mencerminkan
Key Messages**

COPYWRITING

AFTER



Menciptakan panggilan “Sob” agar lebih dekat dengan konsumen.

Penggunaan CTA “Cobain yuk mampir”

**Memaksimalkan fungsi hastag sesuai dengan Key Message
#Ngopienakpinggirjalan**

COPYWRITING

Hi, Sob!

Apa cuma kami di sini, yang kalau belum ngopi jadinya lola,
lemes dan ngantuk?

Apalagi pas ngerjain tugas yang deadline nya mepet.

Kalau kami, solusinya ngopi di #KiosKopiTepian .

Dengan biji kopi pilihan dan diproses dengan mesin modern
bisa jadi asupanmu saat mumet karena belum ngopi.
Ditambah menu snack andalan corndog atau sampler, bikin
nugasmu makin komplit.

Bingung mau ngemil apa, Sob?

Check it out!

In Frame :

- Corndog
- Sampler
- Kopi Susu Tepian

A

Attention

Kalimat yang mencerminkan permasalahan dari audien

I

Interest

Membuat audien menemukan solusinya

D

Desire

Membuat audien menginginkan produk dengan pengenalan produk

A

Action

Mendorong audien untuk melakukan keputusan memilih /membeli produk

The background of the slide is a light gray color with a repeating pattern of coffee beans. The beans are drawn in a simple, sketchy style with fine lines indicating texture. They are scattered across the entire background.

PAID CHANNELS

PAID CHANNELS REPORT

META ADS

No	Nama	Objective	Periode	Budget
1	Video IG Reels Pov Customer	Engagement	15 - 16 November 2023	Rp. 16.000
2	Video IG Reels Tour Cafe	Awareness	15 - 18 November 2023	Rp. 60.000
3	Giveaway	Traffic	16 - 18 November 2023	Rp. 40.000

Campaign name ↑	Ad set name	Reach	Impressions	Frequency	Results	Amount spent	Cost per result	Schedule
Awareness Reels 1	All	29,656	37,520	1.27	29,656 Reach	Rp54,820	Rp1,849 Per 1,000 people reach...	—
	New Awarene...	29,656	37,520	1.27	29,656 (12) Reach	Rp54,820	Rp1,849 (12) Per 1,000 people reach...	15 Nov 2023–18 Nov 2023
New Engagement campaign	All	8,353	9,247	1.11	5,228 Post engagements	Rp24,622	Rp5 Post engagements	—
	New Engage...	8,353	9,247	1.11	5,228 (12) Post engagements	Rp24,622	Rp5 (12) Post engagements	15 Nov 2023–16 Nov 2023
Traffic Campaign Giveaway	All	3,159	4,011	1.27	28 Instagram profile visits	Rp28,875	Rp1,031 Instagram profile visits	—
	Traffic Instagr...	3,159	4,011	1.27	28 (12) Instagram profile visits	Rp28,875	Rp1,031 (12) Instagram profile visits	16 Nov 2023–18 Nov 2023
Total results 6/6 rows displayed		40,366 Accounts Centr...	50,778 Total	1.26 Per Accounts Centre...	— Multiple conversions	Rp108,317 Total Spent	— Multiple conversions	—

META ADS 1

Engagement



Ads Set Setting :

Budget : Rp. 16.000 (1 Hari)

Publish : 15 Nov - 16 Nov 2023

Location : Kediri (+17 km)

Age : 21-35

Gender : Male & Female

Audience : Books, Snack food, Chill (role-playing game), Coffee or Novels, Coffee shops or Cafe

Ad Placement :

Instagram : Feeds, Explore, Explore Home, Stories, Reels, Search Result

Facebook : Feeds, Marketplace, Video Feeds, Stories, Reels, In-stream for videos, Ads on Facebook Reels, Search results

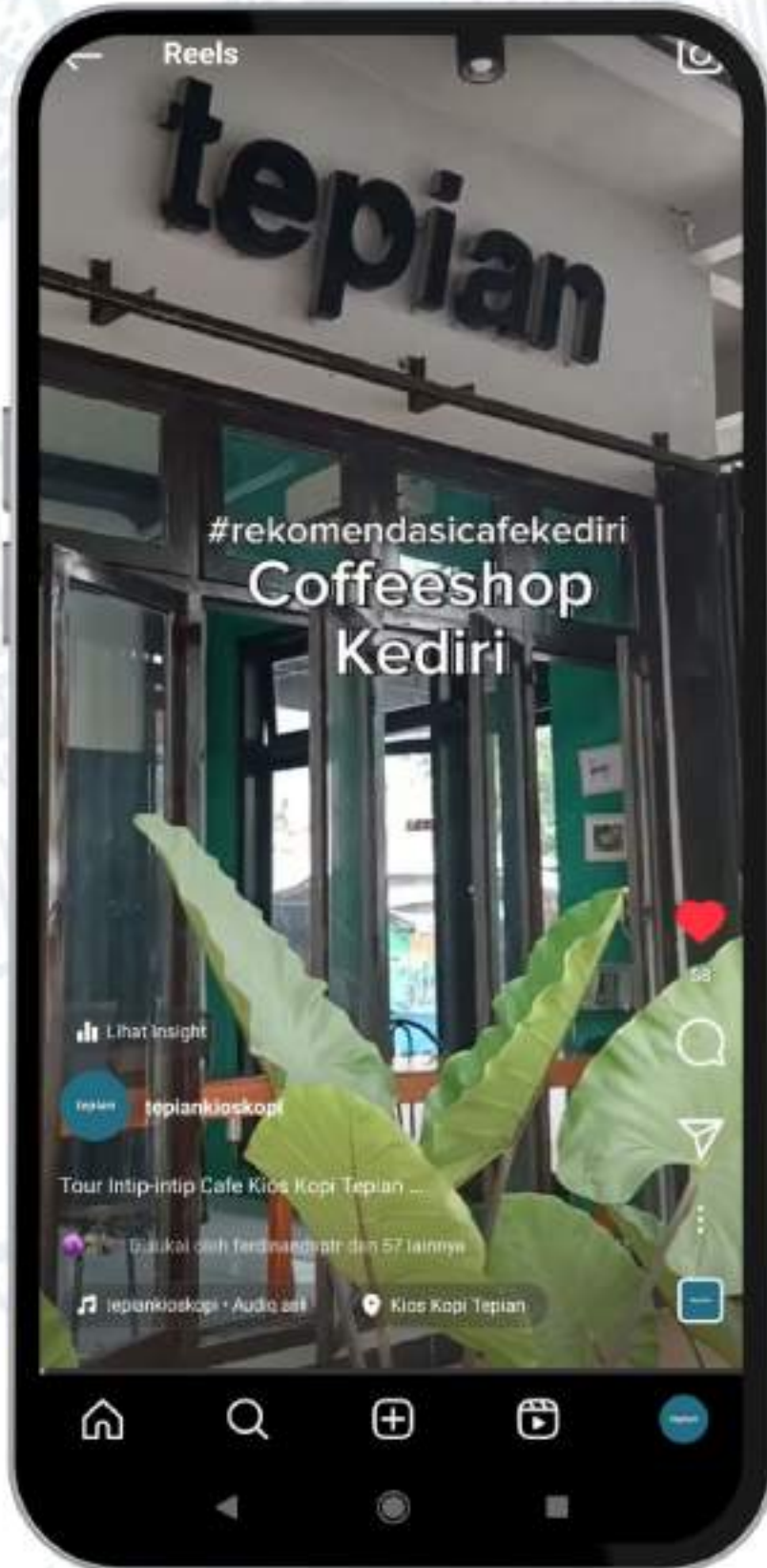
Reach	Impressions	Frequency	Results	Amount spent	Cost per result	Schedule
8,353	9,247	1.11	5,228 Post engagements	Rp24,622	Rp5 Post engagements	—
8,353	9,247	1.11	5,228 Post engagements	Rp24,622	Rp5 Post engagements	15 Nov 2023–16 Nov 2023
8,353 Accounts Centr...	9,247 Total	1.11 Per Accounts Centre...	5,228 Post engagements	Rp24,622 Total Spent	Rp5 Post engagements	—

Reach : **8.353**
Impressions : **9.247**
Post Engagement : **5.228**
Ammount Spent : **Rp.24.622**
CPR : **Rp.5**

Type Content : Reels

META ADS 2

Awareness



Ads Set Setting :

Budget : Rp. 60.000 (3 Hari)

Publish : 15 Nov - 18 Nov 2023

Location : Kediri (+40 km)

Age : 22-40

Gender : Male & Female

Audience : Coffee lovers, Cafe Barista lovers, Iced coffee, Specialty coffee, Cappuccino, Coffee preparation, Espresso, Coffeehouses, Coffee lover, Espresso machine, Arabic coffee, Coffee bean, Food, Nescafé, Coffeemaker, Kediri, East Java, Coffee roasting, coffee shop, hangout, Foodie, Coffee, Starbucks or Latte, College Student Personnel, CAFE, The Coffee Bean & Tea Leaf or Government Employee, Barista

Ad Placement :

Instagram : Feeds, Explore, Explore Home, Stories, Reels, Search Result

Reach	Impressions	Frequency	Results	Amount spent	Cost per result	Schedule
29,656	37,521	1.27	29,656 Reach	Rp54,822	Rp1,849 Per 1,000 people reach...	—
29,656	37,521	1.27	29,656 Reach	Rp54,822	Rp1,849 Per 1,000 people reach...	15 Nov 2023–18 Nov 2023
29,656 Accounts Centr...	37,521 Total	1.27 Per Accounts Centre...	29,656 Reach	Rp54,822 Total Spent	Rp1,849 Per 1,000 people reach...	—



Reach : **29.656**

Impressions : **37.521**

Amount Spent : **Rp.54.822**

CPR : **Rp.1.849**

Type Content : Reels

META ADS 3

Traffic



Type Content : Feeds

Ads Set Setting :

Budget : Rp. 40.000 (2 Hari)

Publish : 16 Nov - 18 Nov 2023

Location : Kediri (+30 km)

Age : 22-40

Gender : Male & Female

Audience : Coffee lovers, Iced coffee, Specialty coffee, Cappuccino, Coffee preparation, Espresso, Coffeehouses, Coffee lover, Espresso machine, Arabic coffee, Coffee bean, Local food, Coffeemaker, Kediri, East Java, Coffee roasting, coffee shop, hangout, Foodie, Coffee, Starbucks or Latte, Barista, CAFE, Government Employee, karyawan swasta or Mahasiswa

Ad Placement :

Instagram : Feeds, Explore, Explore Home, Stories, Reels, Search Result

Reach	Impressions	Frequency	Results	Amount spent	Cost per result	Schedule
3,162	4,015	1.27	28 Instagram profile visits	Rp28,897	Rp1,032 Instagram profile visits	—
3,162	4,015	1.27	28 Instagram profile visits	Rp28,897	Rp1,032 Instagram profile visits	16 Nov 2023–18 Nov 2023
3,162 Accounts Centr...	4,015 Total	1.27 Per Accounts Centre...	28 Instagram profile visits	Rp28,897 Total Spent	Rp1,032 Instagram profile visits	—

Reach : **3.162**

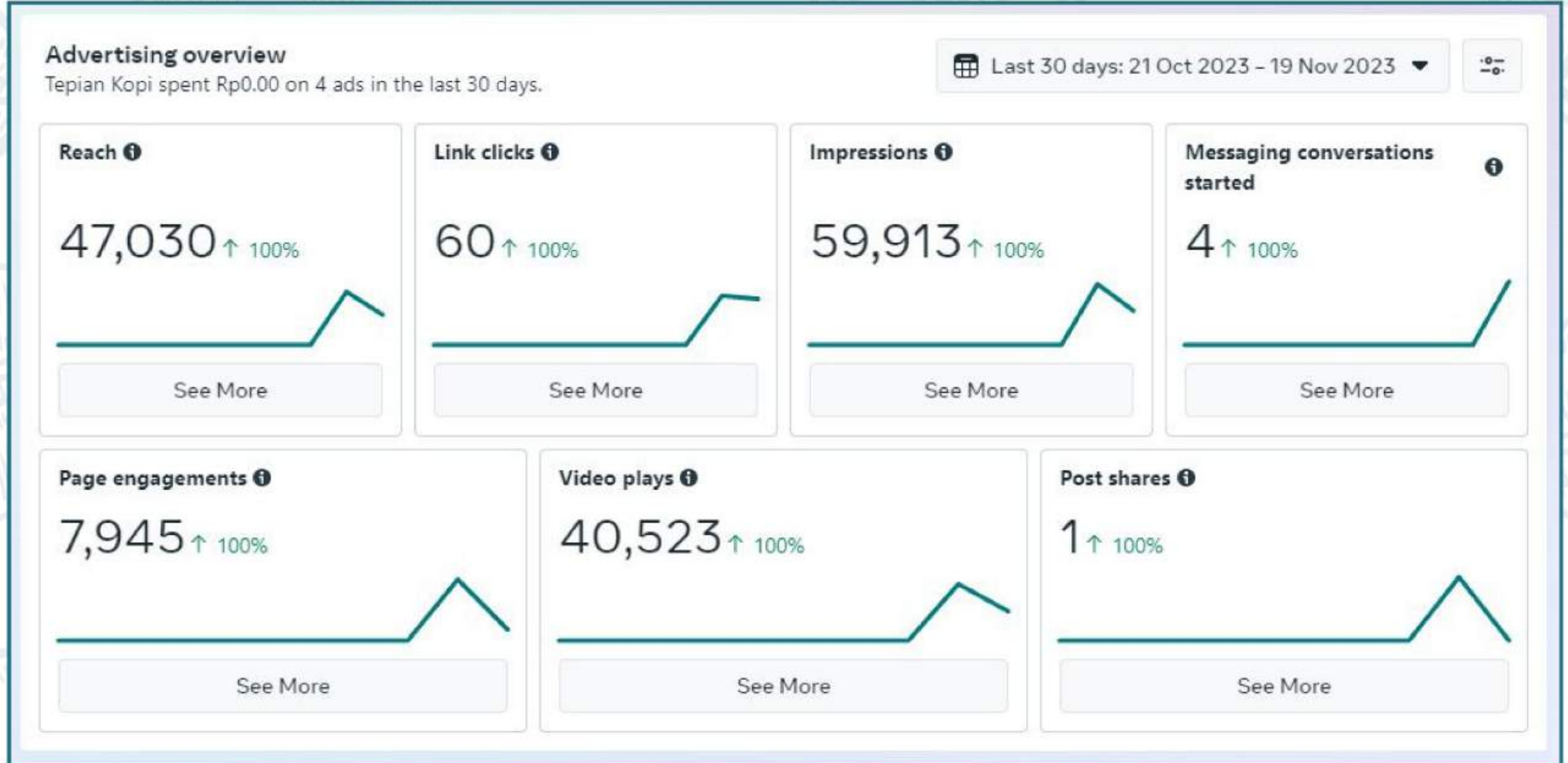
Impressions : **4.015**

Instagram Profile Visit : **28**

Amount Spent : **Rp.28.897**

CPR : **Rp.1.032**

META ADS REPORT



Meta Ads 21 Oktober - 19 November 2023 (30 Hari terakhir)

SOCIAL MEDIA CAMPAIGN REPORT

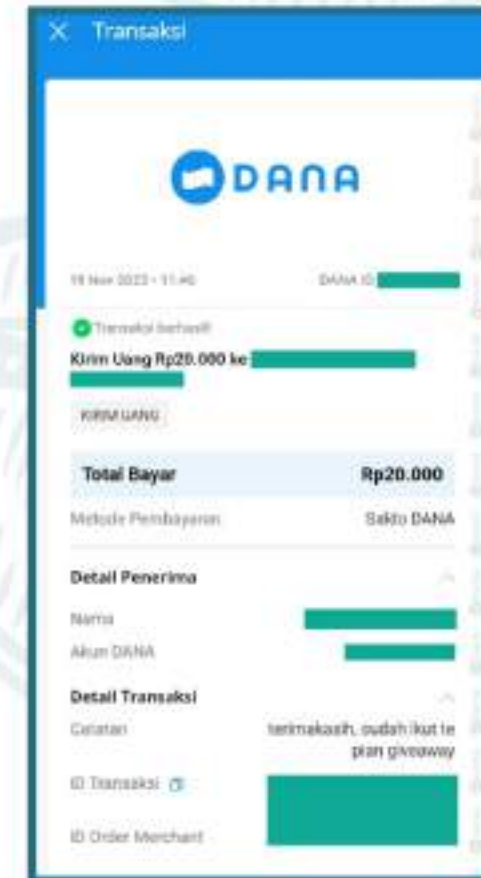
GIVEAWAY REPORT

(Diumumkan pada 19 November 2023)

Pemenang dipilih berdasarkan pada kelengkapan melakukan rules yang telah ditetapkan pada program giveaway yang dijalankan.

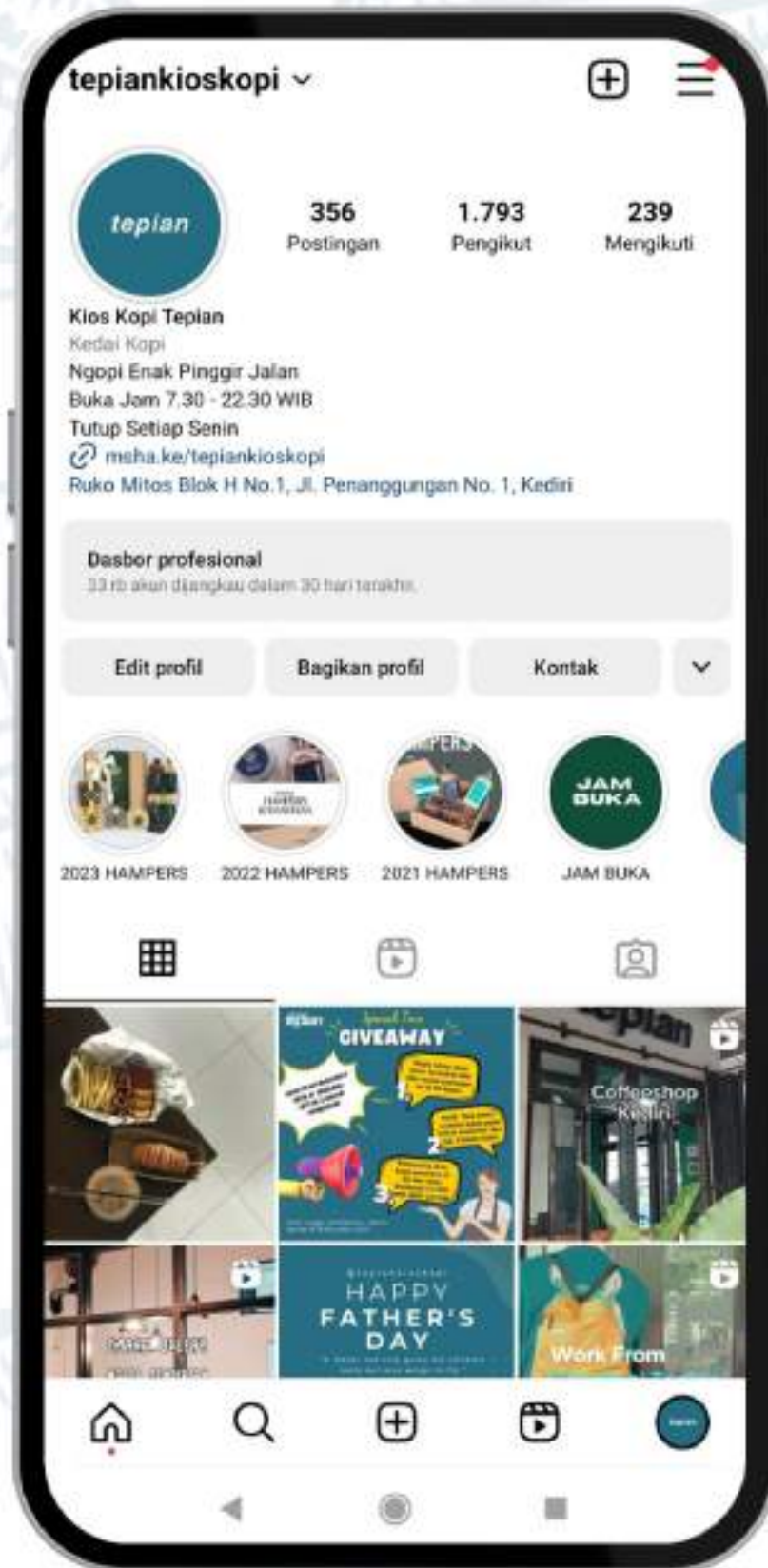
Dari 7 peserta yang mengikuti program giveaway, hanya 3 peserta yang melengkapi rules yang telah ditetapkan (follow akun, repost pada story IG, dan komentar)

BUKTI PENYERAHAN HADIAH
GIVEAWAY KEPADA 3 ORANG
PEMENANG



TAKEOVER & META ADS RESULT

QUANTITATIVE



INDICATOR	BEFORE	TARGET	AFTER	GROWTH
FOLLOWERS	1.778	1.850	1.793	0,84%
CONTENT/DAY	0	1	1-5	100-500%
PROFILE VISIT	389	1.556	728	87%
ACCOUNT ENGAGED	36	216	171	375%
ACCOUNT REACH	925	3.700	42.410	4.477%
IMPRESSIONS	9.393	15.000	65.891	702%
ENGAGEMENT RATE	0,6%	1,2%	1,45%	140%

The background of the slide is a light gray color with a repeating pattern of coffee beans. The beans are drawn in a simple, sketchy style with fine lines indicating texture. They are scattered across the entire background.

REVIEW & FEEDBACK

WHAT WENT WELL ?



1. Proses takeover berjalan sesuai dengan agenda.
2. Account reach dan impressions jauh melampaui target yang telah ditetapkan.
3. Dengan perencanaan audiences yang mendetail pada ads yang dijalankan, dapat memberikan pengaruh yang baik sebanyak 97,9% dari total reach account instagram tepiankioskopi.
4. Konten berupa video reels menjadi top konten dengan jumlah account reach terbanyak.

WHAT DIDN'T GO WELL



1. Jumlah account engaged tidak mencapai target yang telah ditetapkan.
2. Jumlah profile visit yang tidak mencapai target yang telah ditetapkan.
3. Jumlah pertumbuhan followers tidak sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

WHAT CAN BE IMPROVED ?



1. Menambah variasi berupa ide konten yang sedang trend sesuai dengan jenis UMKM.
2. Melakukan engagement secara manual dengan cara follow akun customer dari instagram competitor.
3. Meningkatkan intensitas konten promosi namun dikolaborasikan dengan ide-ide tertentu sehingga tidak terkesan hard selling.

OVERALL OUTPUT & TESTIMONY FROM THE OWNER



Terimakasih untuk Mas Yoga & Tim sudah melakukan takeover sosial media kami selama sebulan.

Hasilnya sangat keren! Terbukti dengan reach dan engagement yang meningkat.

Berkat variasi konten yang menarik.

Takeover ini sangat membantu kita sebagai brand lokal daerah untuk ikut tahu lebih dalam tentang handling sosial media yang seharusnya.

Kita bisa ikut mengenali kekurangan-kekurangan yang ada dalam sosial media marketing kita selama ini, sehingga ke depan bisa mengimprovenya.

Sukses selalu Mas Yoga & Tim!

Semoga makin bersinar dalam berkarir dimanapun!

*Thank
you*

