

I. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan industri F&B di Indonesia, para pedagang semakin mengadopsi model perdagangan berbasis konten untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen dan persaingan yang semakin ketat. TikTok GO by Tokopedia memberdayakan para pedagang untuk mengubah konten menjadi interaksi pelanggan yang bermakna serta kunjungan ke toko fisik melalui ekosistem terintegrasinya.

Melalui penempatan konten di media sosial di berbagai platform media konvensional dan digital-first, TikTok GO dari Tokopedia akan mengangkat kisah-kisah pelaku usaha F&B terkemuka yang menerapkan strategi-strategi ini dalam praktiknya. Disusun menjadi konten yang menarik dan berfokus pada media sosial, setiap kisah akan menyoroti wawasan praktis, tren industri, dan pengalaman bisnis nyata untuk menginspirasi inovasi di seluruh industri kuliner Indonesia.

- Format Publikasi:
 - Format Instagram Carousel
 - Keterangan gambar (*caption*), narasi konten, dan desain akan disesuaikan dengan gaya penulisan dan pendekatan editorial media masing-masing.
- Brightminds akan menyediakan materi briefing, informasi pendukung, dan data yang relevan (silakan lihat tabel di bawah ini pada bagian Materi Pendukung Konten).

II. Materi Pendukung Konten

Kegiatan	Timeline	Scope of Work	Materi Pendukung
Social Media Placement #3 on @gatherich	First Draft: 19 August Published: 26 August	1x Instagram Carousel - Maximum 2 revisions	Slide 1: Headline: Penjualan Bulanan Tumbuh Hingga 30x: Bagaimana ekosistem di TikTok GO by Tokopedia Mendorong Bisnis Kopi Kenangan Subheadline: Melalui ekosistem TikTok GO by Tokopedia, Kopi Kenangan menggabungkan produk, kreator, dan berbagai format konten untuk menjangkau konsumen dan mendorong transaksi. Visual: Kopi Kenangan's page in TikTok GO by Tokopedia Slide 2 Visual: Logo Kopi Kenangan dan TikTok GO by Tokopedia Copy: Cerita dari kreator dan konsumen dapat menjadi titik awal perjalanan konsumen menuju pembelian. Di TikTok, perjalanan konsumen dapat dimulai dari: ○ Temukan Konten Menemukan produk lewat berbagai video di TikTok ○ Ikuti Tren Tertarik dan ikut mencoba produk yang sedang ramai ○ Lakukan Pembelian Rasa penasaran akhirnya mendorong pembelian Perjalanan ini tercermin dari semakin banyaknya percakapan dan interaksi

dengan produk Kopi Kenangan di TikTok.

Slide 3:

- **Visual:** [Kopi Kenangan's account in TikTok](#)

- **Copy:**

Pertumbuhannya datang bersama semakin banyaknya cerita tentang produk.

Selama periode **Januari–Maret 2026**, tercatat:

125.000+ video
tentang Kopi Kenangan dibuat.

267 juta+ views
dihasilkan dari berbagai video tersebut.

80%+ peningkatan *creator Conversion Rate*
dalam hanya 3 bulan

Menariknya, **54% video berasal dari konten organik yang dibuat oleh creator**, menunjukkan bagaimana pengalaman konsumen ikut memperluas percakapan tentang produk Kopi Kenangan.

Lalu, apa yang membuat produk Kopi Kenangan menarik untuk menjadi bagian dari percakapan di TikTok?

Slide 4:

- **Visual:** [Pistachio Latte, Toffee, dan Tiramisu Product](#)

- **Copy:**

Di TikTok, produk tidak hanya menjadi sesuatu yang dibeli, tetapi juga bisa menjadi bagian dari

konten. Produk dengan tampilan atau karakter yang menarik dapat memicu perhatian dan membuat konsumen tertarik untuk mencoba.

Beberapa produk Kopi Kenangan yang populer di TikTok antara lain:

- **Pistachio Latte**
- **Toffee / Toffee Nut**
- **Tiramisu**

Ketika produk menjadi bagian dari konten yang dibagikan kreator dan konsumen, semakin banyak orang dapat menemukan, mengenal, dan tertarik untuk mencobanya.

Slide 5:

- **Visual:** [Product](#) and [Logo](#) of Kopi Kenangan
- **Copy:**

Pada akhirnya, konten bukan hanya mendorong pembelian.

Bagi Kopi Kenangan, setiap konten dan respons konsumen di TikTok, membuka peluang untuk memahami apa yang mereka sukai dan ingin coba.

Dari produk yang menarik perhatian, tren yang diikuti, hingga produk yang akhirnya dibeli, **setiap interaksi memberikan *insight* baru bagi Kopi Kenangan.**

Itulah bagaimana konten tidak hanya membantu menjual produk, tetapi juga membuka cerita baru tentang konsumennya.

			Caption: Bagaimana sebuah produk bisa semakin dikenal, dibicarakan, hingga akhirnya dibeli lewat TikTok GO by Tokopedia? Bagi Kopi Kenangan, perjalanan tersebut berawal dari konten. Lewat ekosistem TikTok, cerita tentang produk hadir dari brand, kreator, hingga konsumen, membuat semakin banyak orang mengenal dan tertarik untuk mencoba. Dari produk yang menarik perhatian, tren yang memicu rasa penasaran, hingga pengalaman konsumen yang ikut memperluas percakapan, konten membantu mempertemukan produk dengan audiens yang tepat sekaligus memberi gambaran tentang apa yang menarik bagi konsumen. Pada akhirnya, perjalanan dari menemukan produk hingga memutuskan untuk mencoba menunjukkan bagaimana konten dapat berperan dalam mendorong product discovery dan membuka peluang baru bagi bisnis. #TikTokGObyTokopedia #TikTok #IndustriKuliner #BisnisKuliner Comment Section: Sudah menemukan produk yang bikin penasaran? Kenapa nggak sekalian coba? Yuk, temukan Kopi Kenangan dan promo yang tersedia melalui TikTok GO by Tokopedia.
--	--	--	--