

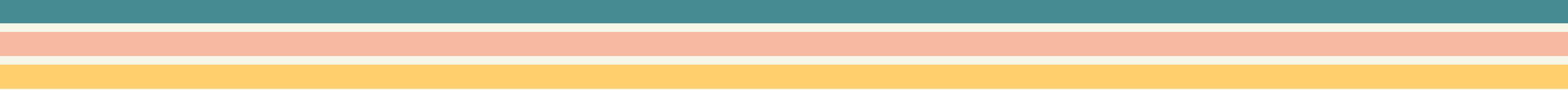
SOCIAL MEDIA

DATA

ANALYSIS

ANNISA DWI ARI - JCDS2204

WHAT IS SOCIAL MEDIA DATA



This data relates to analytical data that shows the performance and measures the performance of content or posts created by Instagram users with the profile names strawberry spot and orange_id. This performance is referred to as insight which is based on the type of content created. From the insight gained, whether it can become a business for the owner of the profile or not.



FEATURES DESCRIPTION

Profile Name

the name that appears at the top of your profile and is typically your real name or the name of your business.

Channel

name of the social media application used

Content Type

the type of content uploaded

Likes

the number of people who like our content

Comments

a response that users can leave on a content.

Labels

- Organic : that appear naturally in users' feeds or pages without any payment to increase the reach of their content.
- Promoted : the content has been promoted or advertised by another user or entity.

FEATURES DESCRIPTION

Interactions

interaction includes likes, comments, direct messages, shares, saves, poll responses, visiting your profile, clicking links, mentions, tagging, and more (numeric)

Insight - Reach

measures how many people saw your post. This includes both your followers and non-followers.

Insight - Impression

measures how often your posts appear in users' feeds.

Insight - Saves

the number of people who saved our content

Insight - Engagement

engagement analytics that empower you to improve your Instagram for Business strategy

Insight - Video Views

the number of people who view our video content

OUTLINE

1

Load Data

2

Data Preprocessing

3

Data Analysis

4

Result &
Recommendation

LOAD DATA

OBJECT
(Januari,
Februari,
Maret)

OBJECT
(Orange_id,
Strawberry Spot)

OBJECT
(CAROUSEL,
VIDEO,
IMAGE, NAN)

Month

Date

Profile Name

Channel

Content Type

Likes

Comments

Labels

Interactions

Insights - Reach

FLOAT64
FLOAT64

Insights - Impressions

Insights - Saves

INT64
INT64

Insights - Engagement

Insights - Video Views

| | Month | Date | Profile Name | Channel | Content Type | Likes | Comments | Labels | Interactions | Insights - Reach | Insights - Impressions | Insights - Saves | Insights - Engagement | Insights - Video Views |
|---|---------|---------------------|--------------|-----------|--------------|-------|----------|---------|--------------|------------------|------------------------|------------------|-----------------------|------------------------|
| 0 | Januari | 2019-01-01 19:22:27 | Orange_id | INSTAGRAM | carousel | 282.0 | 4.0 | ORGANIC | 286 | 3732.0 | 7367.0 | 1.0 | 287 | NaN |
| 1 | Januari | 2019-01-02 17:54:18 | Orange_id | INSTAGRAM | video | 158.0 | 2.0 | ORGANIC | 160 | 3407.0 | 4696.0 | 11.0 | 171 | 1110.0 |
| 2 | Januari | 2019-01-03 14:37:55 | Orange_id | INSTAGRAM | carousel | 346.0 | 11.0 | ORGANIC | 357 | 4607.0 | 8526.0 | 6.0 | 363 | NaN |
| 3 | Januari | 2019-01-04 17:42:28 | Orange_id | INSTAGRAM | carousel | 197.0 | 1.0 | ORGANIC | 198 | 3412.0 | 6446.0 | 11.0 | 209 | NaN |
| 4 | Januari | 2019-01-08 14:32:41 | Orange_id | INSTAGRAM | carousel | 674.0 | 15.0 | ORGANIC | 689 | 9156.0 | 15817.0 | 134.0 | 823 | NaN |

DATETIME64

OBJECT

FLOAT64

OBJECT

FLOAT64

FLOAT64

FLOAT64

(INSTAGRAM)

(Organic,
Promoted)

DTYPE

DATA PREPROCESSING

FULL DATA

454 rows x
14 columns

MISSING VALUES

- Content Type
- Likes
- Comments
- Labels
- Insights - Reach
- Insights - Impressions
- Insights - Saves
- Insights - Video Views

DROP

Rows :

- Content Type
- Likes
- Comments
- Labels
- Insights - Reach
- Insights - Impressions

Column :

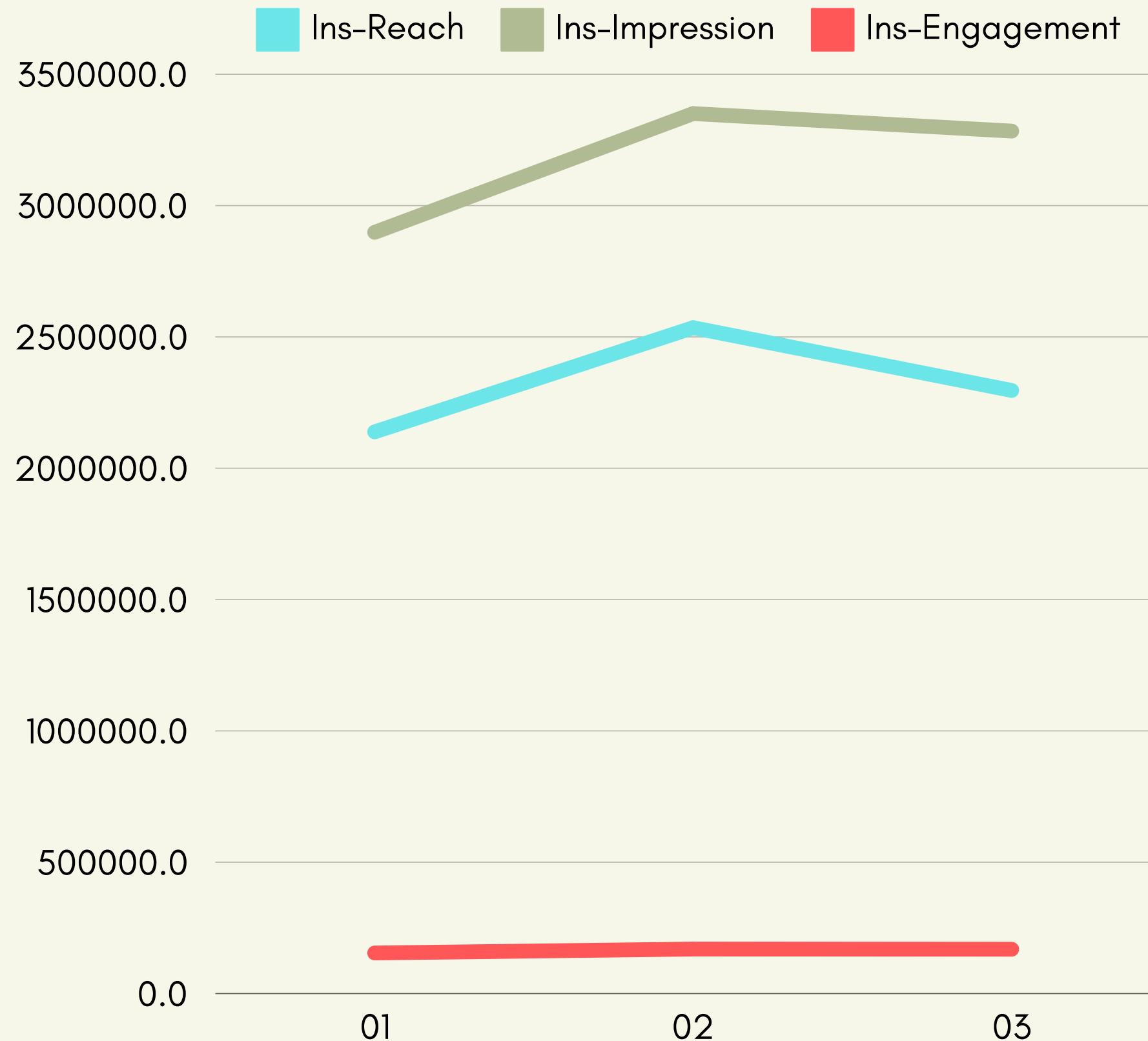
- Insights - Saves
- Insight - Video Views

DATA

448 rows x
13 columns

DATA ANALYSIS

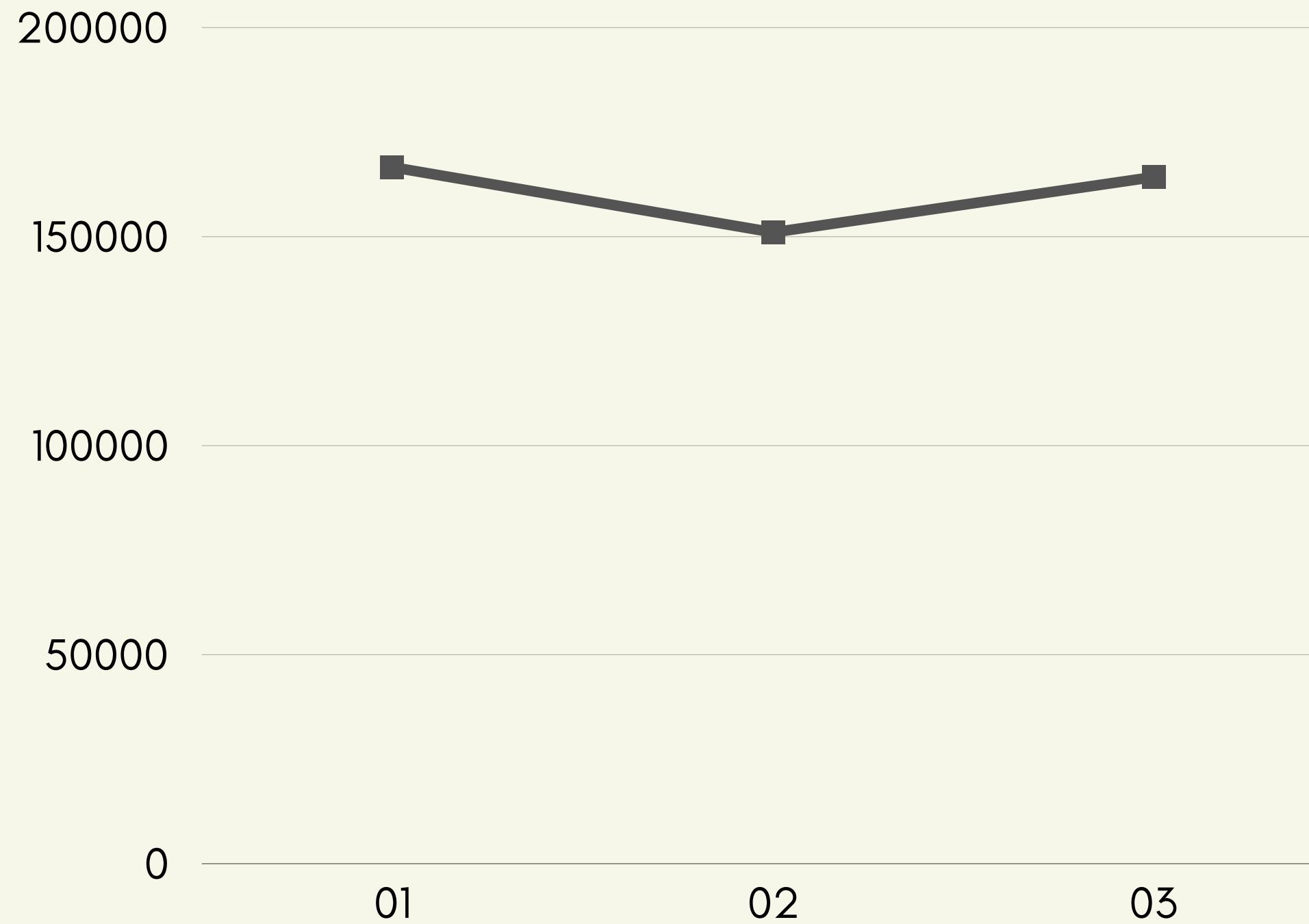
INSIGHT CHANNEL BY month



Terjadi beberapa kondisi di masing-masing insight pada channel instagram ini :

- Berdasarkan Insight Impression dan reach, tergolong cukup tinggi diatas 2.000.000 dan meningkat pada bulan februari kemudian menurun pada bulan maret
- Berdasarkan pada Insight Saves dan Engagement tergolong rendah yaitu dibawah 300.000 dan tidak terjadi kenaikan atau penurunan yang signifikan
- Berdasarkan pada insight Video-views terjadi penurunan pada bulan februari, dan kenaikan di bulan maret

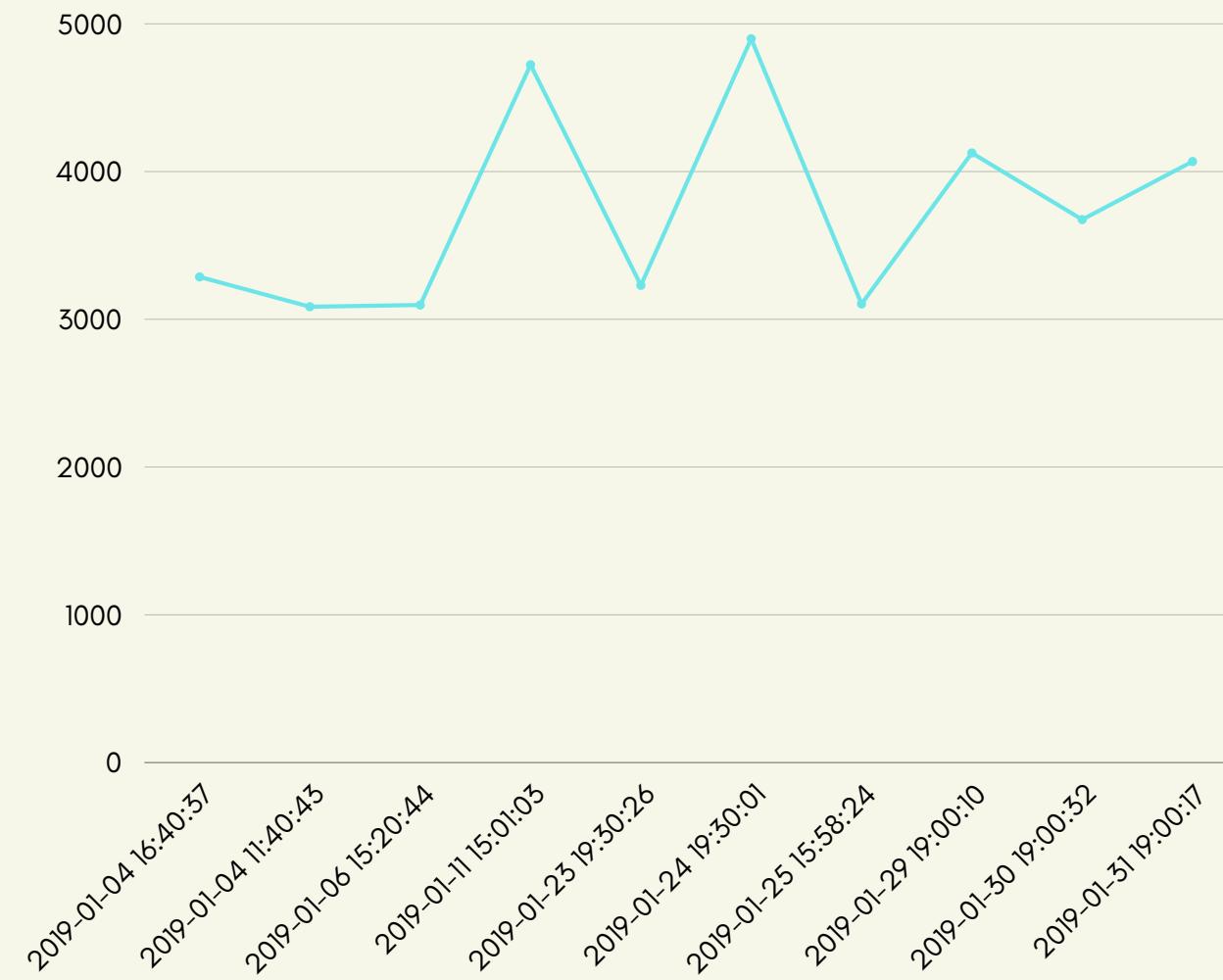
INTERACTIONS CHANNEL BY month



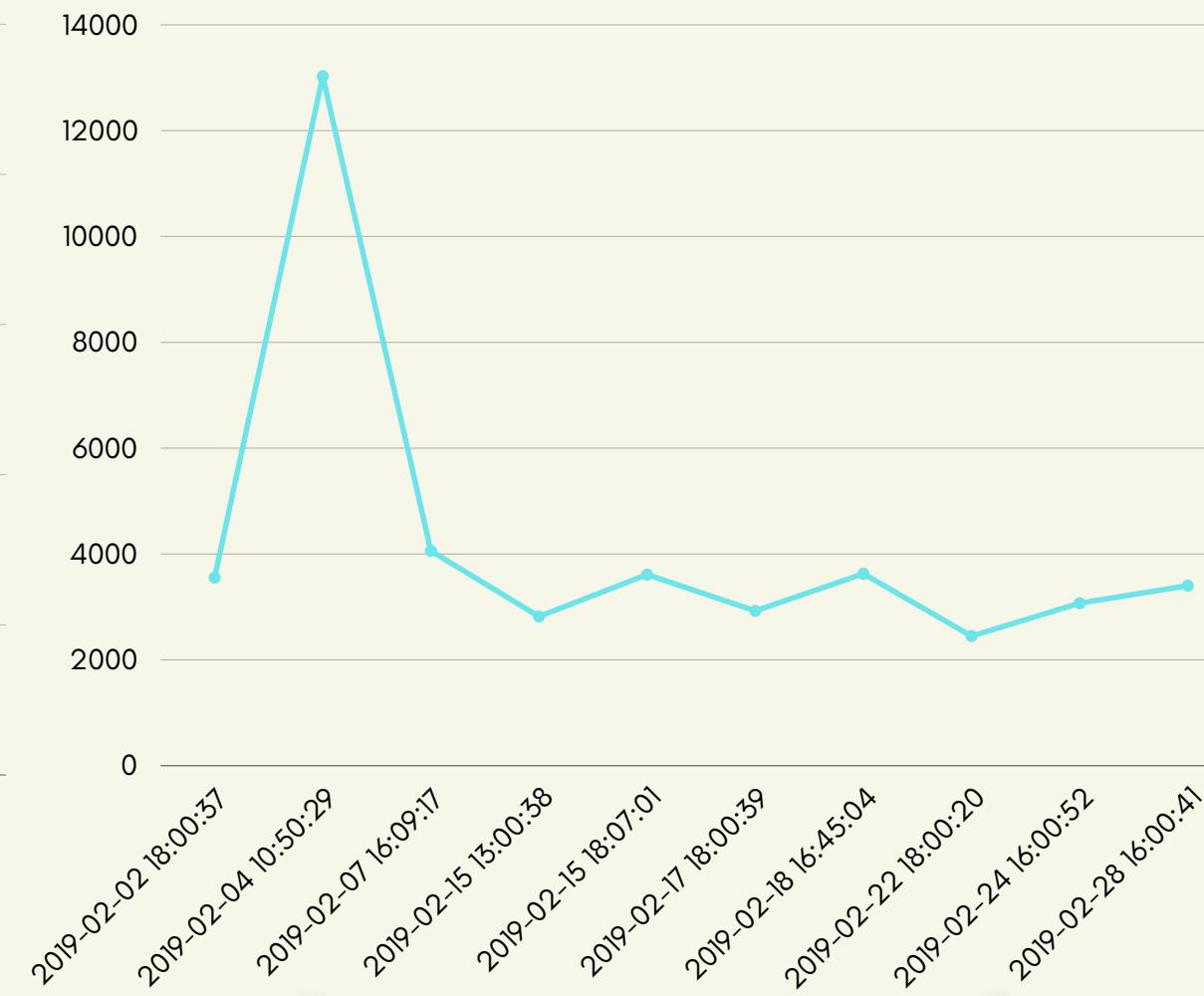
| MONTH | INTERACTIONS |
|----------|--------------|
| JANUARI | 166618 |
| MARET | 164270 |
| FEBRUARI | 151019 |

Berdasarkan pada data, **interactions tertinggi** pada penggunaan channel **instagram** terjadi pada bulan januari yaitu sebanyak **16.618 interaksi**.

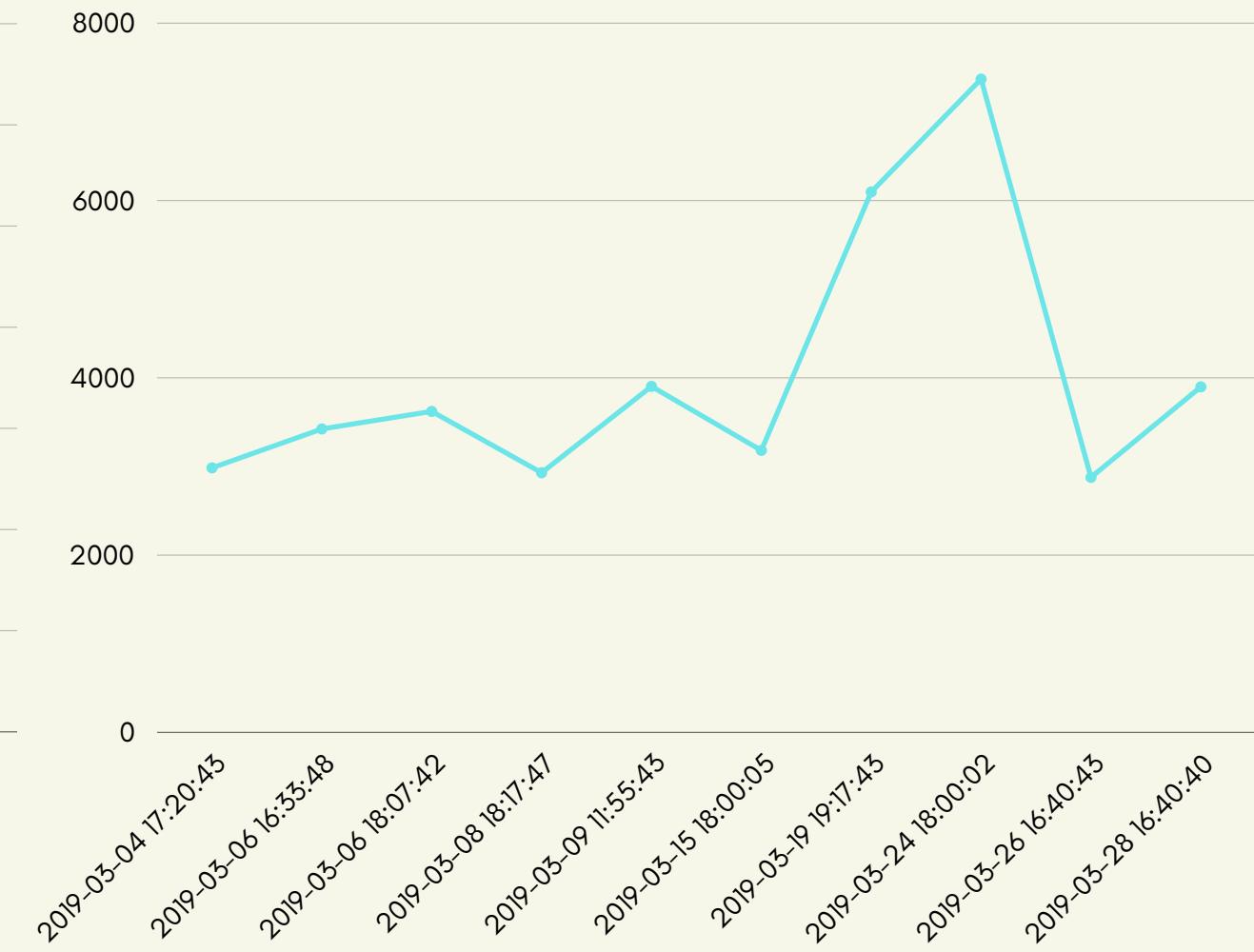
TOP 10 INTERACTIONS CHANNEL PER month



JANUARY



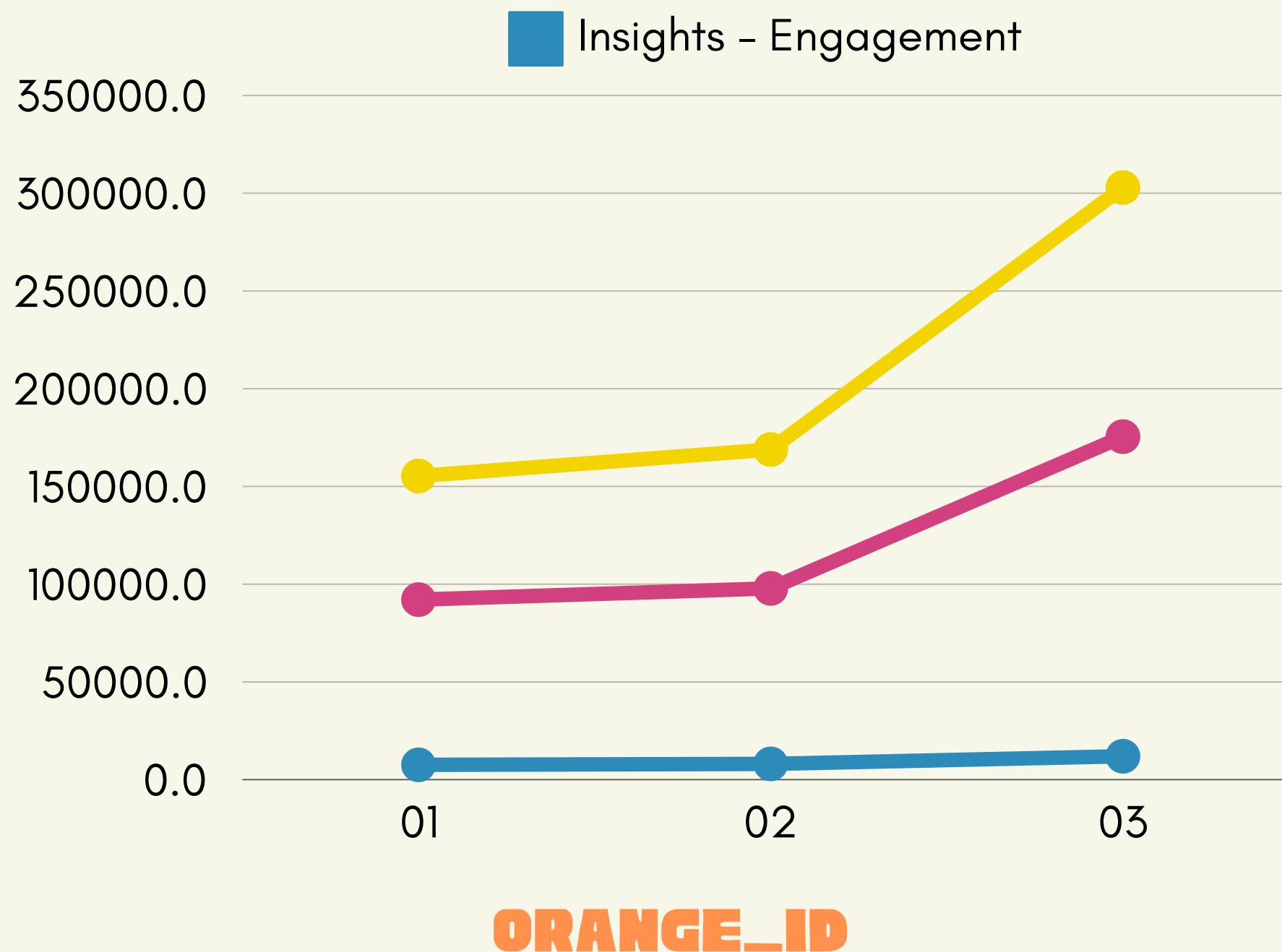
FEBRUARY



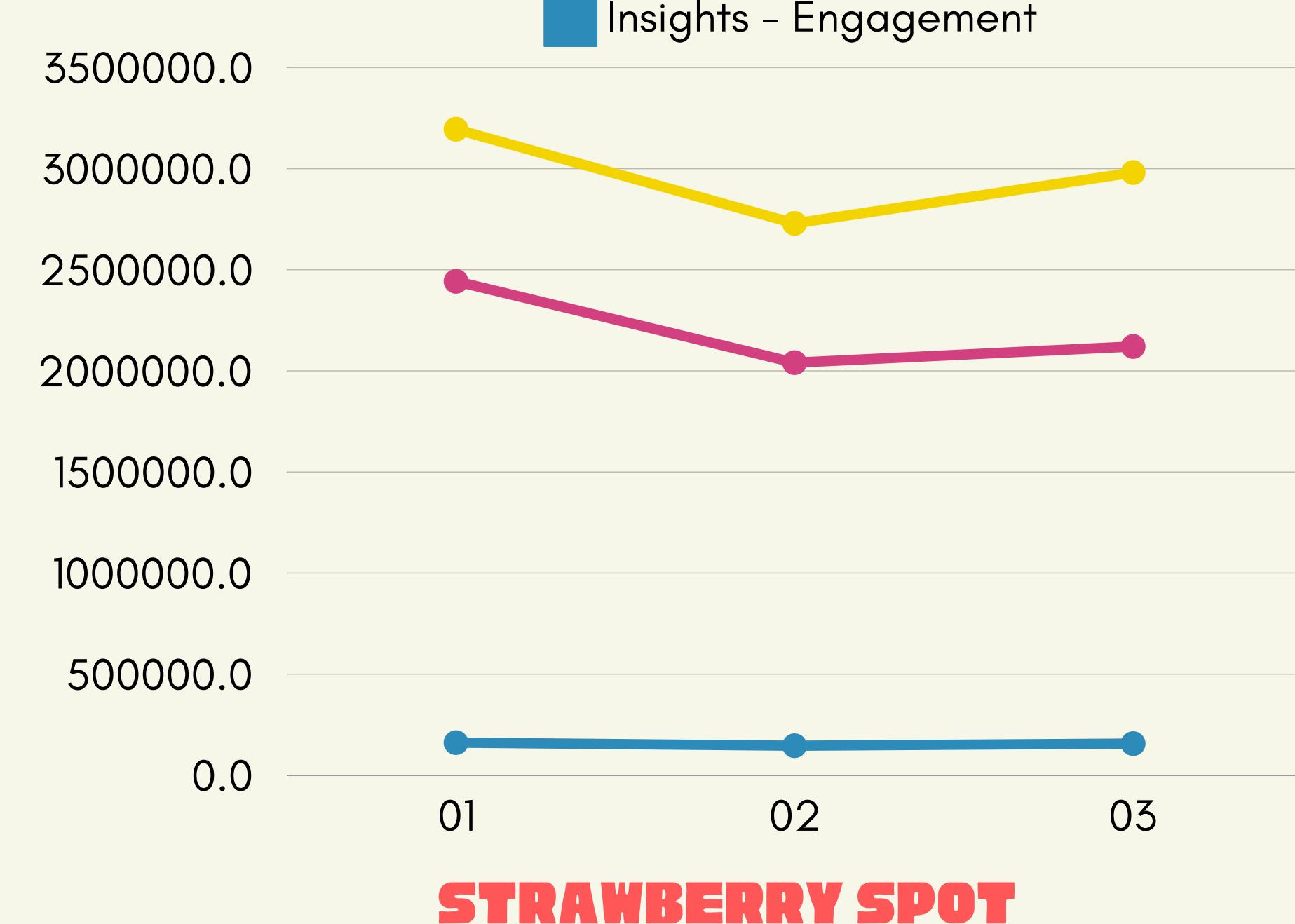
MARCH

Berdasarkan pada grafik diatas, didapatkan interaksi tertinggi pada bulan januari terjadi pada tanggal **24 pukul 19.30** sebanyak **4899** interaksi yang terdiri dari **4590 likes** dan **309 comments** yaitu konten image strawberry spot , tidak jauh berbeda pada tanggal **11 pukul 15.01** sebanyak **4723** interaksi. Sedangkan pada bulan februari interaksi tertinggi pada tanggal **4 Februari pukul 10.50** sebanyak **13.027** interaksi terdiri dari **12474 likes** dan **553 comments** yaitu konten image strawberry spot, namun setelahnya terjadi penurunan sangat signifikan menjadi **4059** dan tidak ada lagi kenaikan yang signifikan. Pada bulan maret interaksi tertinggi terjadi pada tanggal **24 pukul 18.00** sebanyak **7369** interaksi terdiri dari **7056 likes** dan **313 comments** yaitu konten image strawberry spot, setelahnya terjadi penurunan interaksi menjadi **2877** interaksi.

INSIGHT monthly BY PROFILE name

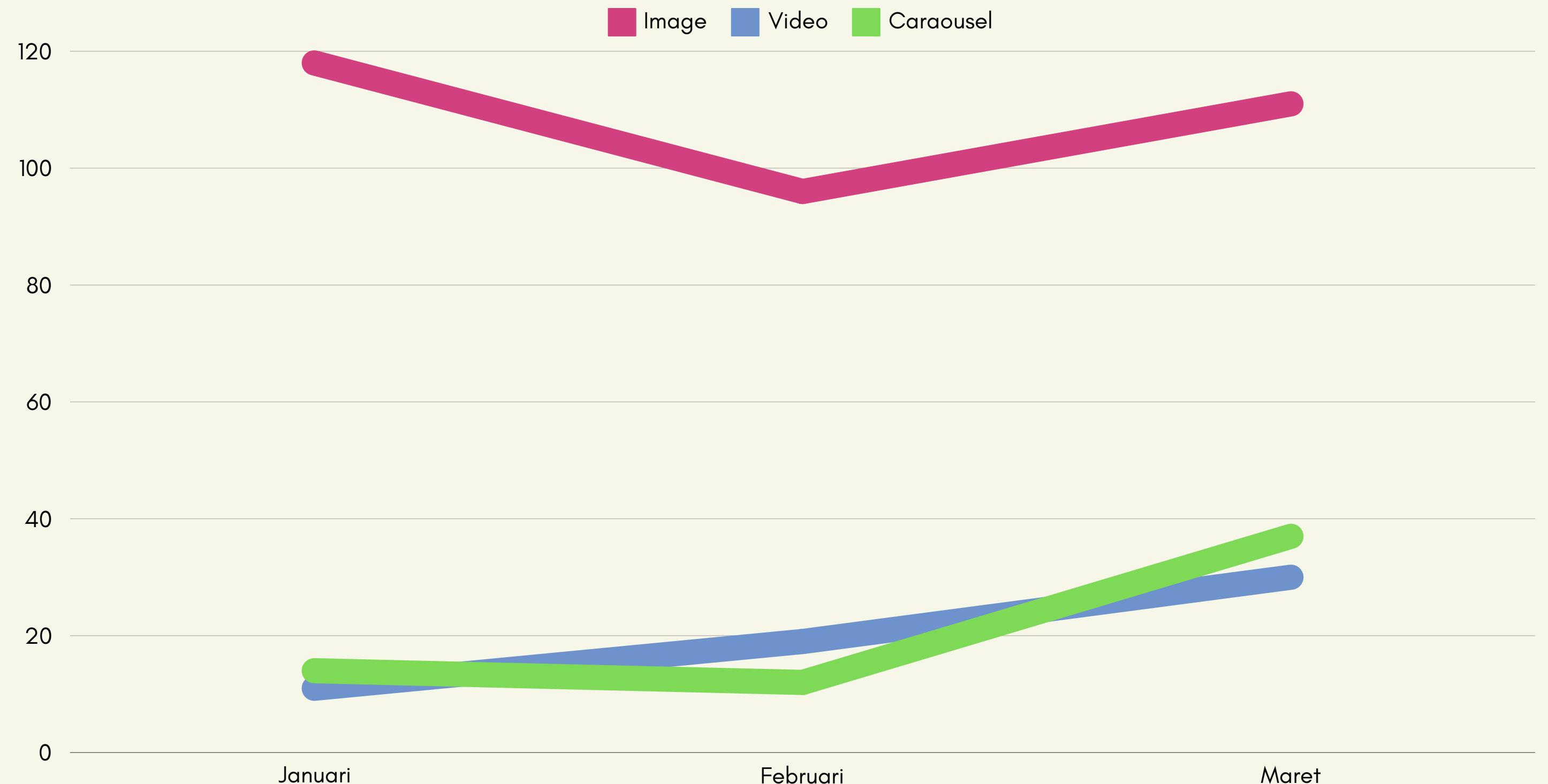


Pada profile name Orange_Id insight yang paling banyak adalah insight impression dan bulan tertinggi didapatkan pada bulan maret dengan insight 302.923, sedangkan insight terendah adalah insight saves, dimana pada semua bulan insightnya dibawah 1.000.

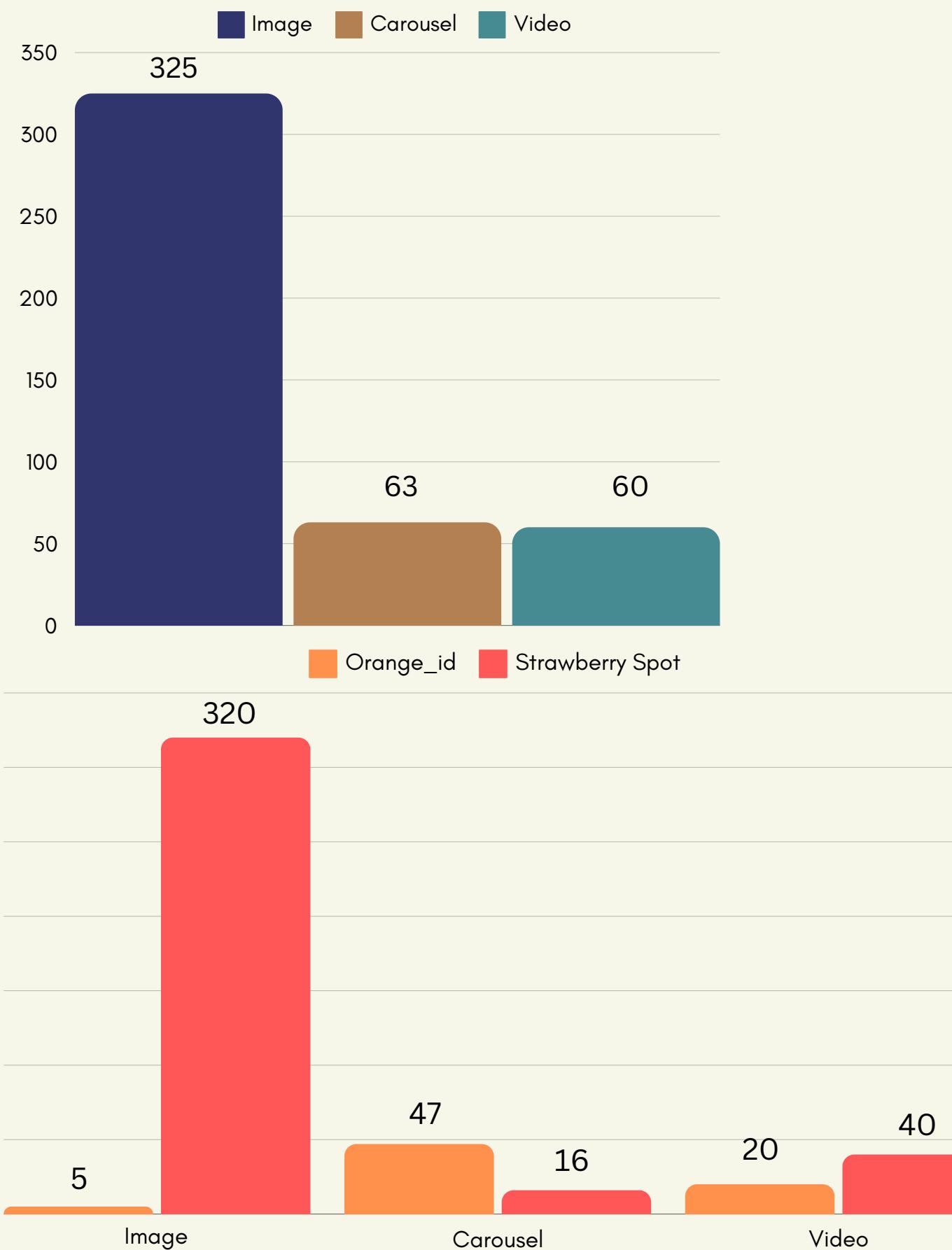


Pada profile name Strawberry Spot insight yang paling banyak adalah insight impression dan bulan tertinggi didapatkan pada bulan Januari dengan insight 3.195.004, sedangkan insight terendah adalah insight saves, dimana pada semua bulan insightnya dibawah 1.510.

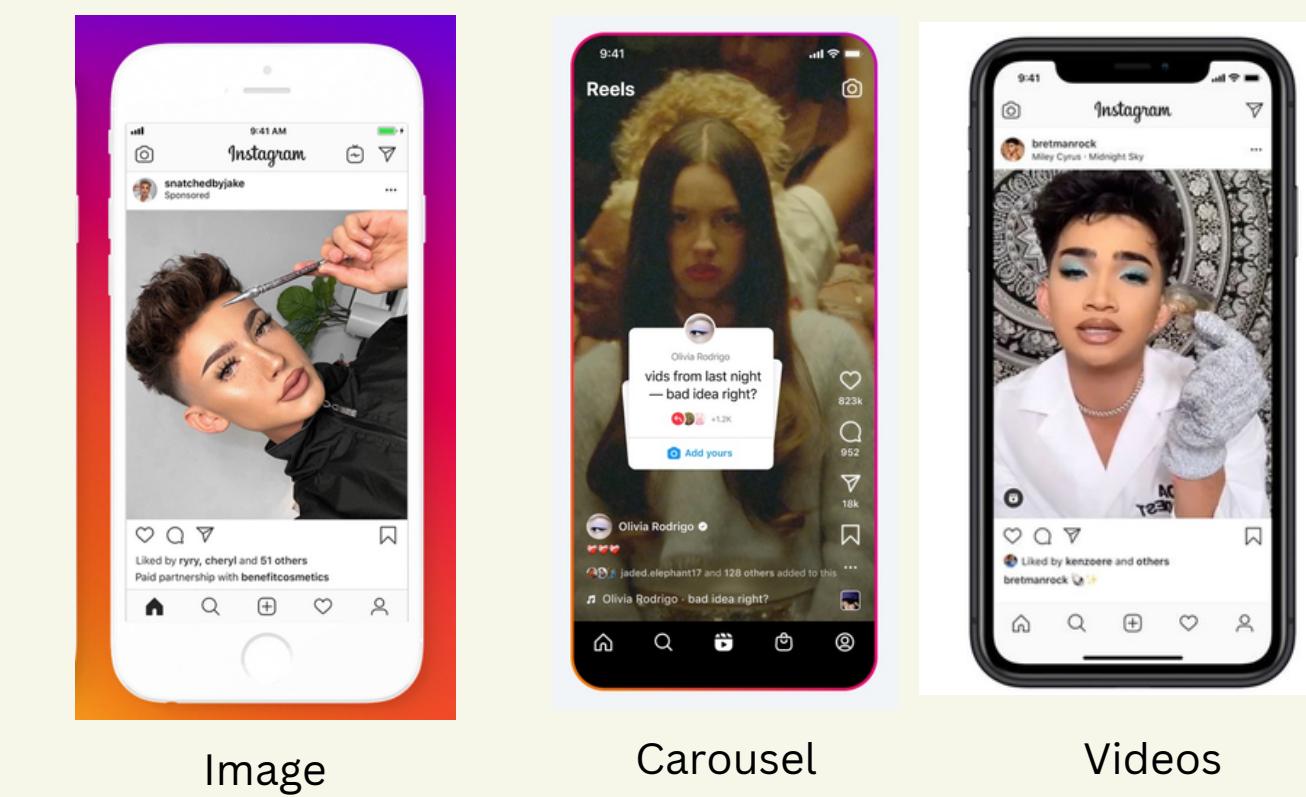
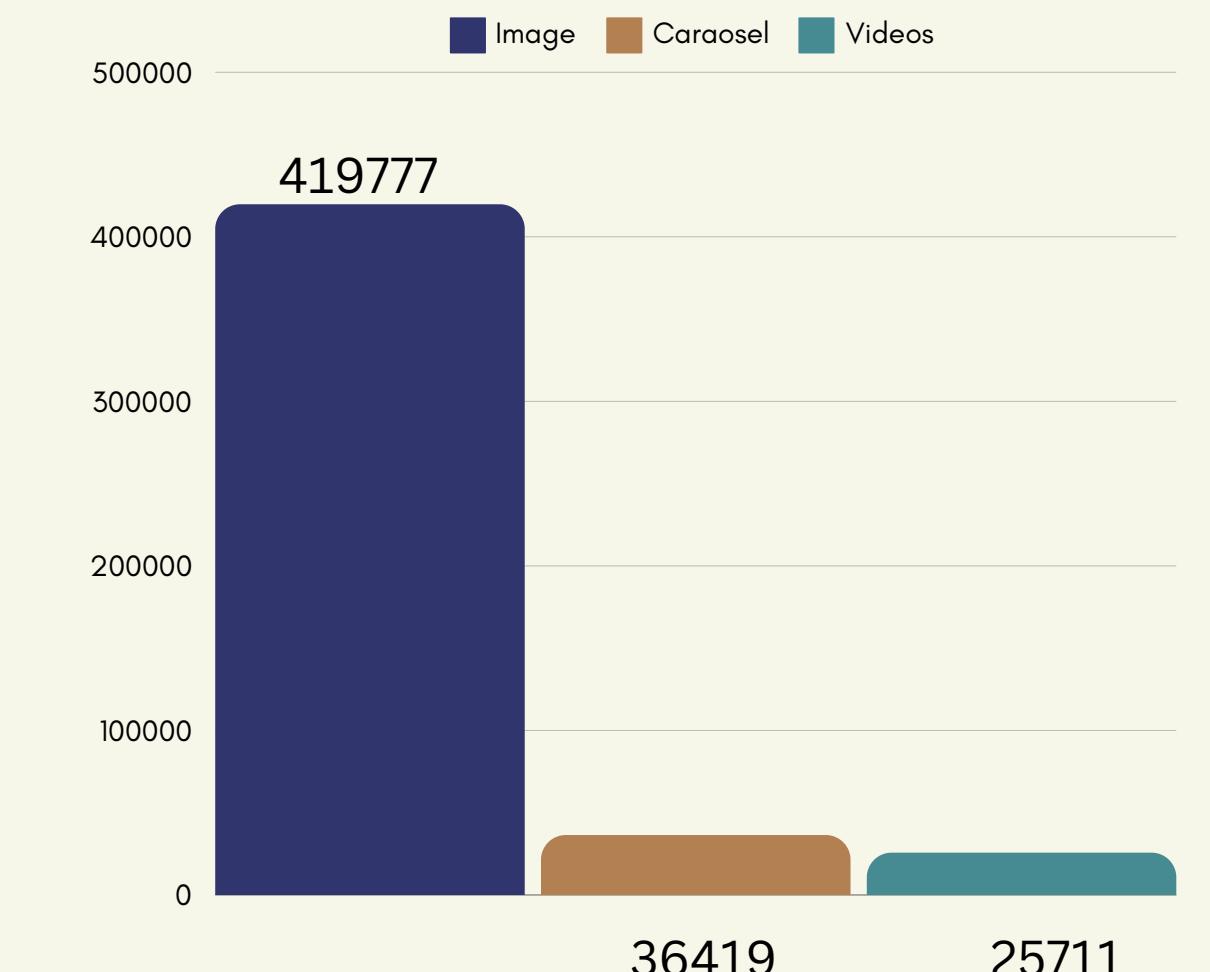
CONTENT TYPE BY month



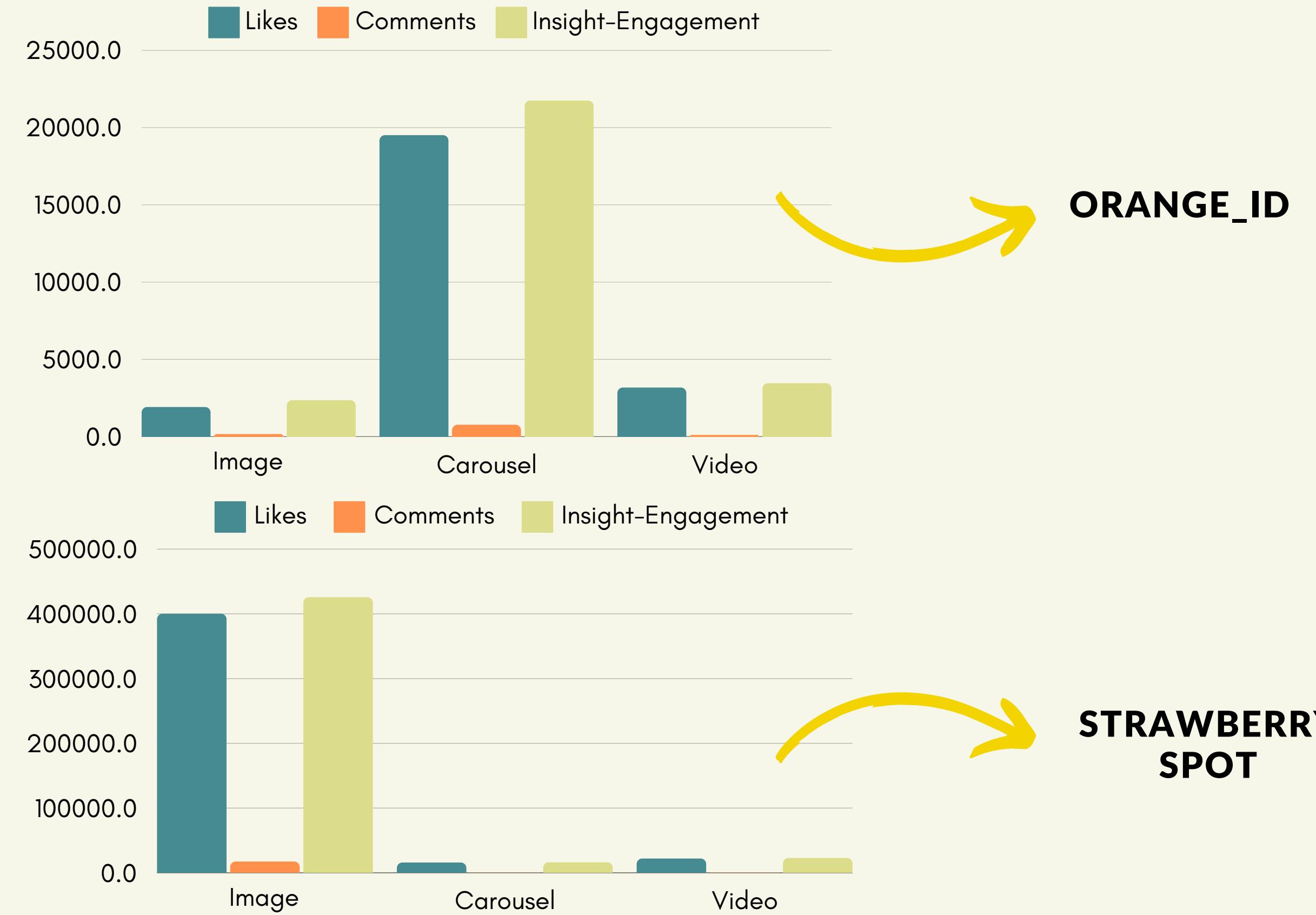
THE AMOUNT OF EACH CONTENT



INTERACTION OF EACH TYPE OF CONTENT



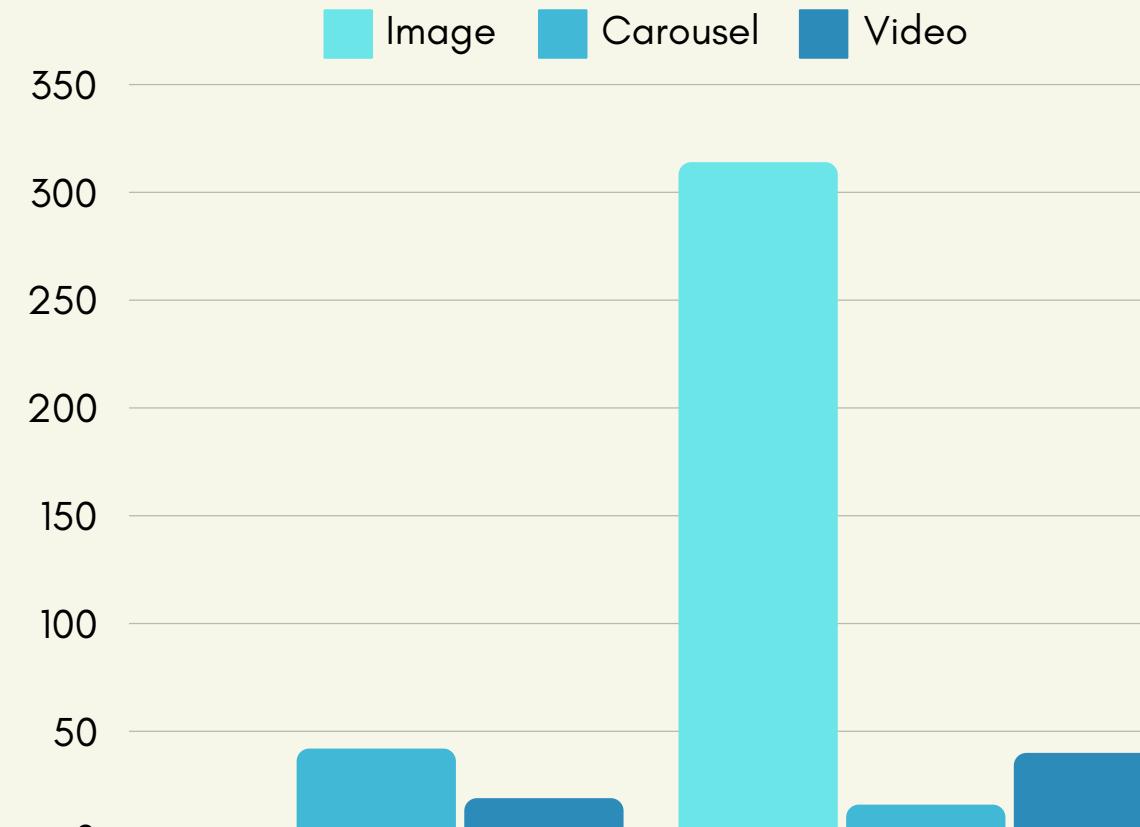
ENGAGEMENT INSIGHT, LIKES, COMMENTS BY PROFILE NAME AND CONTENT TYPE



Berdasarkan grafik disamping, dapat dilihat pada orange_id dan strawberry spot paling banyak likesnya adalah tipe konten carousel berbanding lurus dengan insight engagement pada kedua profile name tersebut.

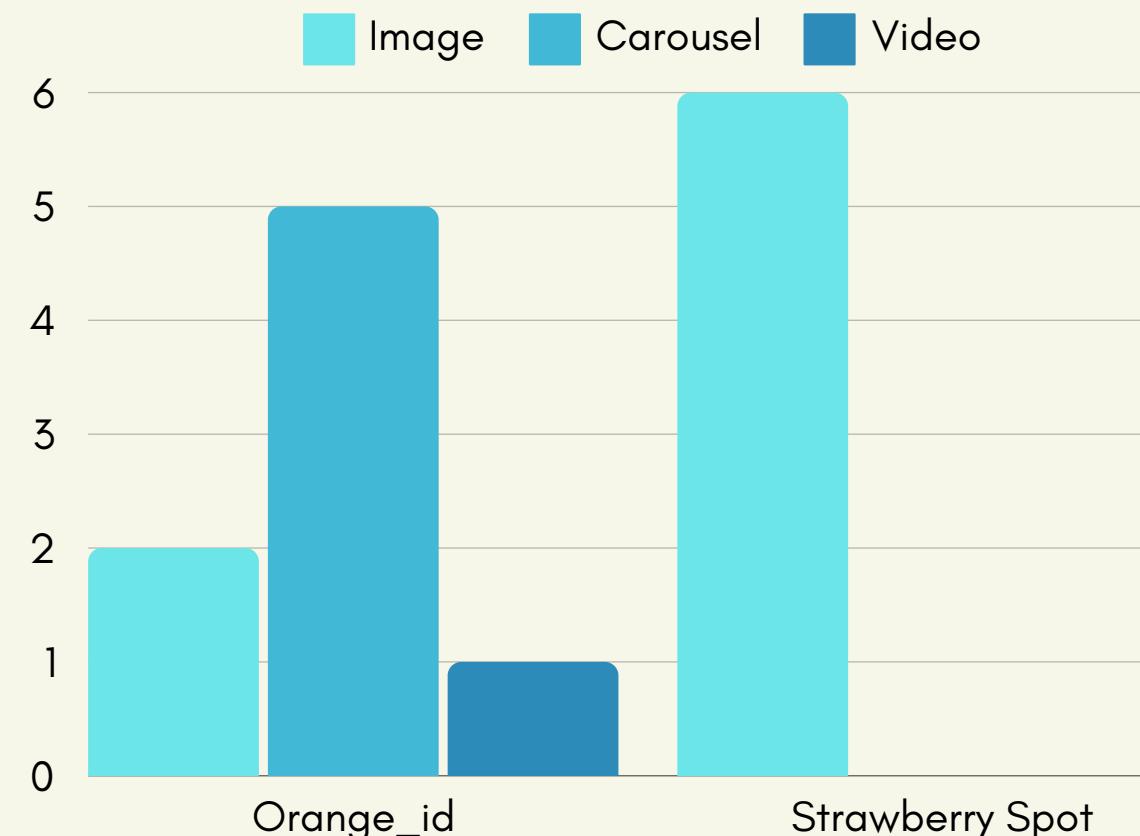
sedangkan untuk konten video, orange_id cukup tinggi dibandingkan oleh konten foto.

PROFILE NAME, CONTENT TYPE BY LABELS



ORGANIC

Berdasarkan grafik, dapat dilihat bahwa strawberry spot lebih menyukai dengan labels organic terutama untuk konten Caraousel dan video yang hanya menggunakan labels organic.



PROMOTED

Orange_id pun sama dengan strawberry spot yang mana lebih menyukai labels organic, tetapi ia masih ingin mencoba untuk menggunakan promoted untuk konten carousel dan video.

RESULT

- **Insight tertinggi yaitu impression** kemudian dilanjutkan oleh **insight reach** yang terjadi pada bulan **Februari 2019**
- **Total Interaction** yang meliputi likes dan comments **tertinggi terjadi pada bulan Januari 2019**. Namun jika dicari berdasarkan tanggal, **interactions tertinggi terjadi pada Senin, 4 Februari 2019** jika dibandingkan dengan interactions tertinggi bulan januari yaitu Kamis, 24 Januari 2019 dan bulan maret yaitu Minggu, 24 Maret 2019 cukup jauh.
- **Orange_id** memiliki **insight tertinggi pada impression** yang terjadi pada **bulan maret 2019**, hal yang sama yaitu **Strawberry Spot** memiliki **insight tertinggi pada impression** tetapi terjadi pada **bulan januari**.
- **Foto merupakan tipe konten terbanyak** yang diunggah ke channel instagram di profile orange_id dan strawberry spot, **strawberry spot memiliki insight dan interaction yang tinggi** dibandingkan oleh orange_id, hal ini disebabkan konten yang diunggah lebih banyak dibandingkan orange_id.
- Berdasarkan pada tipe konten, **Foto pada Strawberry spot menjadi konten yang paling banyak disukai** sedangkan pada **orange_id crousel menjadi konten yang paling disukai** hal ini berbanding lurus dengan insight nya.
- **Organic menjadi jenis konten yang diminati oleh kedua profile**, Strawberry spot paling banyak mengunggah foto sedangkan orange_id lebih banyak mengunggah carousel. untuk promoted, orange_id lebih banyak mengunggah konten dibandingkan strawberry spot, hal ini dijelaskan pada grafik bahwa strawberry spot hanya melakukan promoted pada konten foto, jika orange_id melakukan promoted pada semua tipe konten yang ada.

RECOMMENDATION

- Untuk mendapatkan insight dan interactions yang tinggi, **upload konten dapat dilakukan pada hari Senin, Kamis, dan Minggu sekitar pukul 16.00 - 20.00**. Dengan waktu tersebut, dapat membuka kemungkinan untuk meningkatkan engagement.
- Untuk profile **Orange_id**, dapat membuat **konten yang lebih banyak dan menarik** sehingga akan menarik perhatian pengguna sosial media instagram, **konten yang disarankan lebih banyak yaitu foto** karena berdasarkan data selisih dengan strawberry spot sangat jauh dan juga interactions untuk foto ini cukup tinggi. Selain itu, hal ini digunakan untuk jangkauan profile Anda agar interaksi pengguna dengan akun anda dan algoritma instagram menjadi luas.
- Untuk **profile Strawberry Spot**, untuk konten sudah cukup baik dan untuk **carousel bisa ditambahkan**. Jika ingin **memperluas jangkauan dan tepat sasaran dapat digunakan labels promoted** karena dengan label promoted konten yang diunggah akan muncul di feed orang yang tidak mengikuti anda dan tepat sesuai sasaran yang diinginkan.