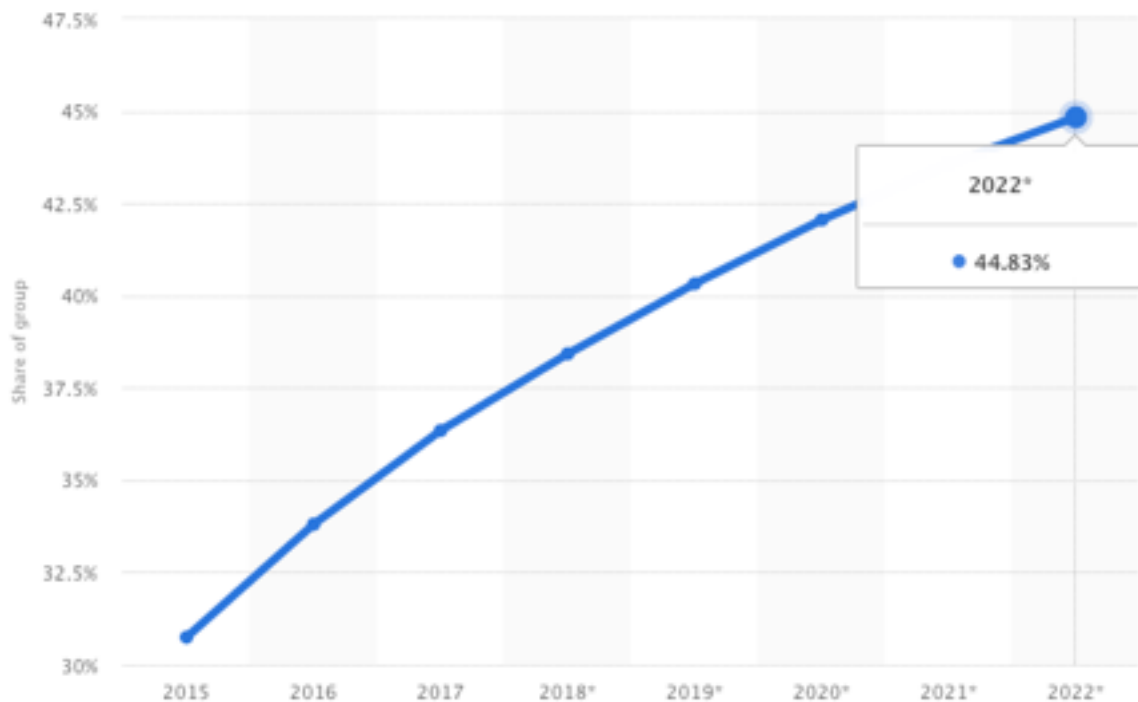


## Efektivitas media sosial bagi brand bisnis (panduan analisa)



Setiap bisnis pasti berharap bisa melebarkan sayapnya. Keinginan tersebut bisa terealisasi dengan mudah melalui media sosial. Yang notabene, tren penggunaannya semakin meningkat dari waktu ke waktu. Saya kutip dari situs [statista.com](https://www.statista.com), berikut penetrasi pengguna media sosial di Indonesia:



Potensi yang amat besar tersebut sangat sayang apabila diabaikan begitu saja. Namun, terlalu fokus tanpa mengetahui bagaimana cara mengoptimisasinya pun juga riskan. Berikut ini saya beri ilustrasi bagaimana melihat efektivitas digital campaign Anda terhadap perkembangan akun media sosial bisnis:

### **Cermati waktu yang tepat untuk berinteraksi dengan audience**

Waktu yang tepat akan menciptakan kesan tersendiri bagi audiens. Lebih lebih, setiap campaign Anda pun akan memperoleh tanggapan optimal dari audiens. Umumnya, momen tepat untuk mendistribusikan konten marketing yaitu di hari - hari besar. Misalnya, lebaran, natal, tahun baru, dan atau hari-hari besar lainnya. Bisa pula, Anda buat konten khusus yang dipublikasikan di setiap akhir pekan. Konten ringan dan menyegarkan di hari libur berpotensi mendapat atensi lebih besar dari audiense.

Nah, cara termudah dalam mengetahui di hari apa para customer ter-engage oleh konten Anda, silakan cermati ini:

Bila menggunakan Facebook, silakan praktikkan analisa waktu dengan cara seperti ini:



Sedangkan ini, Anda terapkan di media sosial Instagram. Pastikan jangan salah mengikuti panduannya:



Terakhir, lakukan hal sama pada akun Twitter Anda. Caranya mirip dengan dua platform media sosial sebelumnya:

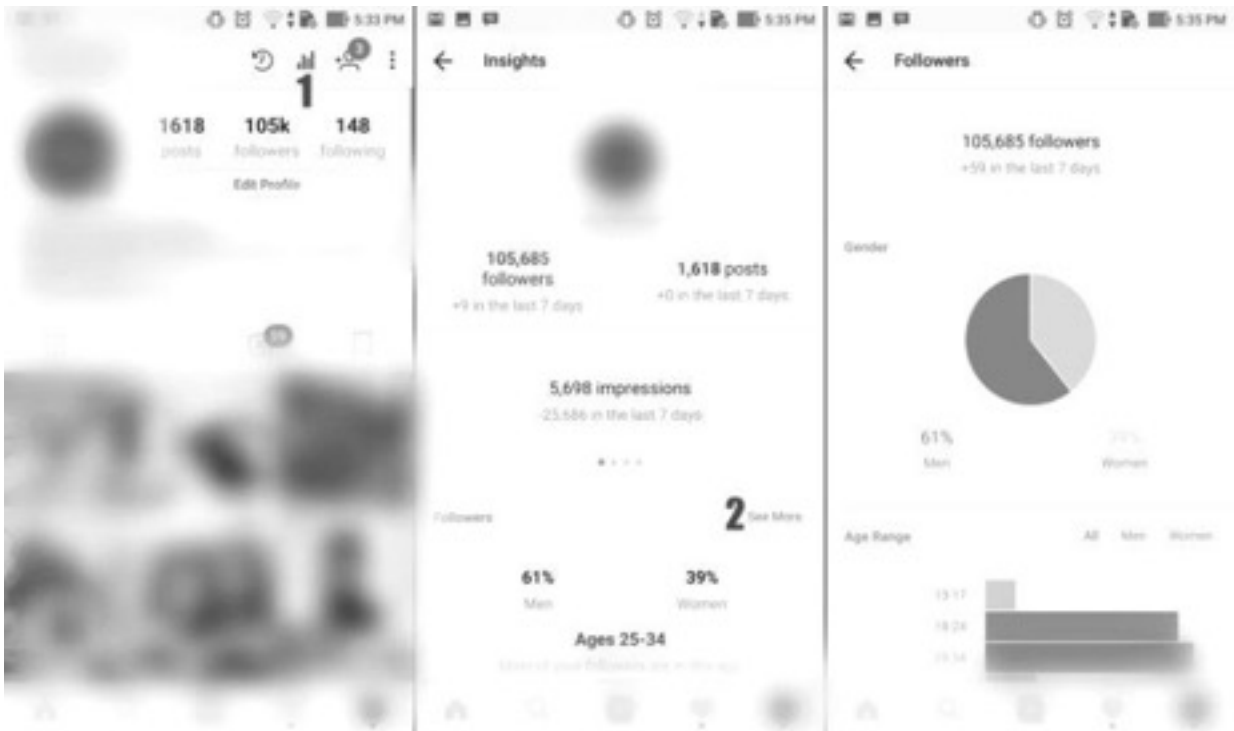


## Kenali dengan baik demografi audiens

Pengenalan terhadap demografi audiens akan membantu Anda dalam proses produksi konten. Informasi demografi akan memberi "insight" bagi tim untuk mendesain atau menulis konten yang "audiens" banget.

Di tengah persaingan content marketing seperti saat ini, atensi audiens menjadi rebutan banyak brand bisnis. Itu mengapa, mayoritas brand bisnis cenderung memproduksi konten yang "wah" atau "nyentrik" banget supaya atensi audiens tertuju pada mereka.

Apabila Anda menggunakan Facebook, silakan ikuti panduan ini:



Sedangkan untuk platform Instagram, Anda bisa ikuti step by step seperti di bawah ini:

Home Notifications Messages Search Twitter

What's happening?

See 3 new Tweets

42.5K 1,225 333K

**Jakarta trends** [Change](#)

- #PP190018
- #GresdadiMenguntungkanRogers
- #ESBUKERSAMNOTODRUG
- #Bantareja
- Presidential Threshold  
1,044 Tweets
- #PramborsThrowback
- 18.30 WIB
- Mutlu Futbol
- Sewelco
- Golden Globe Awards  
301K Tweets

**Safeguard your account**

Add your phone number now to help ensure that you can log in to Twitter, even if you lose your password.

[Get started](#)

**Who to follow** [Refresh](#)

**Analytics** Home Brand Hub Tweets More

Brand insights **2**

Custom insights

Cards

Page loaded daily

### 28 day summary with change over previous period



Jan 2018 - 10 days so far...

### JAN 2018 SUMMARY



**Analytics** Home Brand Hub Tweets More

### Interests

Interest name	% of audience
Comedy movies and television	55%
Music	55%
Comedy (stand-up and rowdies)	31%
Fox	44%
Movie news and general info	44%
Business and news	40%
Music news and general info	41%
Politics and current events	40%
Hip hop and rap	34%
Action and adventure	33%

### Occupation

Occupation type	% of audience
Professional/technical	30%
Homemaker	27%
Self-employed	20%
Health services	18%
White collar worker	17%
Management	14%

### Household income categories

Income category	% of audience
\$75,000 - \$99,999	17%
\$100,000 - \$124,999	13%
\$60,000 - \$74,999	11%
\$150,000 - \$199,999	10%
\$125,000 - \$149,999	9%

Values based on 43.8% match rate from Twitter partners

### Net worth

Net worth category	% of audience
\$100,000 - \$1,000,000	30%
\$1,000,000 - \$1,999,999	19%
\$1 - \$100,000	15%
\$2,000,000 +	12%
\$2,000 to \$24,999	5%
\$250,000 to \$774,999	3%
\$50,000 to \$74,999	3%

Values based on 3.4% match rate from Twitter partners

### Marital status

Marital status	% of audience

Di samping itu, Twitter pun memiliki layanan yang sama soal analisa demografi. Coba kunjungi halaman [analytics.twitter.com](https://analytics.twitter.com). Berikutnya, klik Brand Hub dan Audience insights:







**When Your Posts Are Online**

Date	Reach
Mon	500,000
Tue	500,000
Wed	500,000
Thu	500,000
Fri	500,000
Sat	500,000
Sun	500,000

**Top posts from pages you watch**

Data shown for a recent 7-day period. Times of day are shown in your computer's local time zone.

Line graph showing the number of posts watched over time. The y-axis represents the number of posts watched, ranging from 0 to 100,000. The x-axis represents time, with labels for Mon, Tue, Wed, Thu, Fri, Sat, and Sun. The graph shows a steady increase in posts watched over the week, peaking around 100,000 on Sunday.

All Posts Published						
<input type="checkbox"/> Reach: Organic Post <input checked="" type="checkbox"/> Post Clicks <input type="checkbox"/> Reactions, comments & shares						
Published	Post	Type	Targeting	Reach	Engagement	Promote
08/01/2017 11:00	 <b>3</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	US	16.8K	443 284	<a href="#">Secret Post</a>
08/01/2017 11:00		<input checked="" type="checkbox"/>	US	27.6K	1.1K 389	<a href="#">Secret Post</a>
01/01/2017 11:00		<input checked="" type="checkbox"/>	US	18.3K	329 212	<a href="#">Secret Post</a>
06/1/2017 11:00		<input checked="" type="checkbox"/>	US	14.4K	254 140	<a href="#">Secret Post</a>
06/1/2017 09:00		<input checked="" type="checkbox"/>	US	16.8K	380 177	<a href="#">Secret Post</a>
10/1/2017 10:00		<input checked="" type="checkbox"/>	US	12.4K	212 115	<a href="#">Secret Post</a>
12/1/2017 10:00		<input checked="" type="checkbox"/>	US	10.7K	253 150	<a href="#">Secret Post</a>

### **Ketahui seperti apa reaksi audiens**

Selain dua hal tadi, masih ada perilaku audiens yang perlu Anda cermati lagi yaitu reaksi. Setiap konten sudah diunggah, apa reaksi audiense terhadap konten tersebut. Tentu sangat beragam, tetapi secara umum reaksi cenderung untuk:

- Like post
- Comment
- Share atau reaksi lain yang bermakna sama

Setiap perilaku menjadi penanda kualitas konten dan konsep campaign. Semakin banyak tanggan, (umumnya) dianggap sebagai sebuah keberhasilan campaign. Untuk mengetahui soal makna dari setiap reaksi audiense, Anda bisa membaca artikel saya sebelumnya soal metrik keberhasilan media sosial ini (<http://bisnisbisnis.id/2017/09/22/metrik-menentukan-keberhasilan-instagram-marketing>).

Facebook menjadi media sosial paling bagus dari sisi pertumbuhan. Tak ayal, Anda mesti menggunakannya untuk "menjangkau" segmentasi bisnis dari rentang usia 20 hingga 30.an. Sedangkan twitter dan Instagram memiliki karakternya masing-masing. Secara general, rentang usia penggunaanya sama seperti Facebook.



Berikut ini adalah cara bagaimana mengukur atau melihat reaksi audiens selama campaign berlangsung:

The screenshot displays the Instagram analytics interface for the user 'Pete Dinklage'. The top navigation bar includes 'notifications', 'insights', 'publishing tools', and 'feed'. The left sidebar lists navigation options: Overview, Promotions, Followers, Likes, Reach, Page views, Page previews, Actions on page, Posts (highlighted with a red badge showing '2'), Events, Videos, People, and Messages.

The main content area is titled 'When Your Posts Are Online' and 'Post Types', with a subtitle 'Top posts from pages you watch'. Below this, a note states: 'Data shown for a recent 14-day period. Times of day are shown in your computer's local time zone.' A table of data is presented with columns for dates and corresponding values:

2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019
04/04/2019	04/05/2019	04/06/2019	04/07/2019	04/08/2019	04/09/2019	04/10/2019
1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000

Below the table, a line graph shows the 'reach' of posts over time. The y-axis is labeled 'reach' and ranges from 0 to 1,000,000. The x-axis is labeled 'time' and shows dates from 4/4 to 4/10. The graph shows a steady increase in reach over the period, peaking around 1,000,000 on 4/10.

All Posts Published						
<input type="checkbox"/> Reach: Organic Post <input checked="" type="checkbox"/> Post Clicks <input type="checkbox"/> Reactions, comments & shares						
Published	Post	Type	Targeting	Reach	Engagement	Promote
08/01/2017 11:00	 <b>3</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	US	16.8K	443 284	<a href="#">Secret Post</a>
08/01/2017 11:00		<input checked="" type="checkbox"/>	US	27.6K	1.1K 389	<a href="#">Secret Post</a>
01/01/2017 11:00		<input checked="" type="checkbox"/>	US	18.3K	329 212	<a href="#">Secret Post</a>
06/1/2017 11:00		<input checked="" type="checkbox"/>	US	14.4K	254 140	<a href="#">Secret Post</a>
06/1/2017 09:00		<input checked="" type="checkbox"/>	US	16.8K	380 177	<a href="#">Secret Post</a>
10/1/2017 10:00		<input checked="" type="checkbox"/>	US	12.4K	212 115	<a href="#">Secret Post</a>
12/1/2017 10:00		<input checked="" type="checkbox"/>	US	10.7K	253 150	<a href="#">Secret Post</a>

**Source:**

<https://www.pexels.com/>

<https://www.statista.com/statistics/486480/mobile-messaging-user-reach-indonesia/>

<https://id.techinasia.com/media-sosial-untuk-brand>