

ANALISIS PERFORMA SOSIAL MEDIA

MARET 2025
ALFA ISA DEWA

1 BULAN
11 FEB 25 - 13 MAR 2025

TABLE OF CONTENT

(1) INTRODUCTION	CONTEXT PROBLEM STATEMENT GOALS
(2) DATA UNDERSTANDING	DATASET
(3) PERFORMANCE	BRAND PERFORMANCE TOTAL VIEWS TOTAL METRIK LAIN
(4) ANALISIS KONTEN	SOMETHING SCARLETT MS GLOW
(5) KESIMPULAN	SOMETHING SCARLETT MS GLOW
(6) REKOMENDASI	SOMETHING SCARLETT MS GLOW

INTRODUCTION

INDUSTRI SKINCARE LOKAL SEMAKIN KOMPETITIF. SOMETHINC, SCARLETT WHITENING, DAN MS GLOW BEAUTY MENJADI TIGA MEREK TERLARIS (TEMPO, 2024). AKTIF DI TIKTOK, KINI MENJANGKAU 70,8% PENGGUNA INDONESIA.

ANALISIS 30 HARI TERAKHIR DILAKUKAN UNTUK MELIHAT TREN ENGAGEMENT DAN EFEKTIVITAS STRATEGI KONTEN TERBARU.

CONTEXT

SUMBER:

- [TEMPO : 7 MEDIA SOSIAL PALING BANYAK DIGUNAKAN DI INDONESIA](#)
- [RRI: 10 MERK SKINCARE LOKAL TERLARIS DI INDONESIA-379732](#)

INTRODUCTION

- SEBERAPA BAIK PERFORMA KONTEN DALAM 30 HARI TERAKHIR?
- BAGAIMANA PERBANDINGAN PERFORMA KONTEN ANTAR BRAND?
- JENIS KONTEN APA YANG PALING EFEKTIF?
- MENGUKUR PERFORMA KONTEN (VIEWS, LIKES, COMMENTS, SHARES, ENGAGEMENT).
- MEMBANDINGKAN PERFORMA BRAND (VIEWS & INTERAKSI TERTINGGI).
- MENEMUKAN KONTEN PALING EFEKTIF (ENGAGEMENT TERTINGGI).

PROBLEM
STATEMENTS

GOALS



DATA UNDERSTANDING

CLEANED DATASET

VIEWS	POST_DATE	DESCRIPTION	HASHTAGS	MUSIC	LIKES	COMMENTS	SHARES	SAVES
1487	2025-03-13	UDAH PERTENGAHAN PUASA TAPI KAMU MASIH BINGUNG...	#SOMETHINC, #PAKAISOMETHINC, #RAMADANEKSTRAS..	MARHABAN YA RAMADAN - TONSTONE	15	0	0	2
3594	2025-03-13	SIAPA YANG BEGINI JUGA? PAS MEPET BUKA BARU KE...	#SOMETHINC, #PAKAISOMETHINC	OK ITS GOT A LITTLE KICK - ROSE 🇵🇹🇮🇩	15	1	3	1

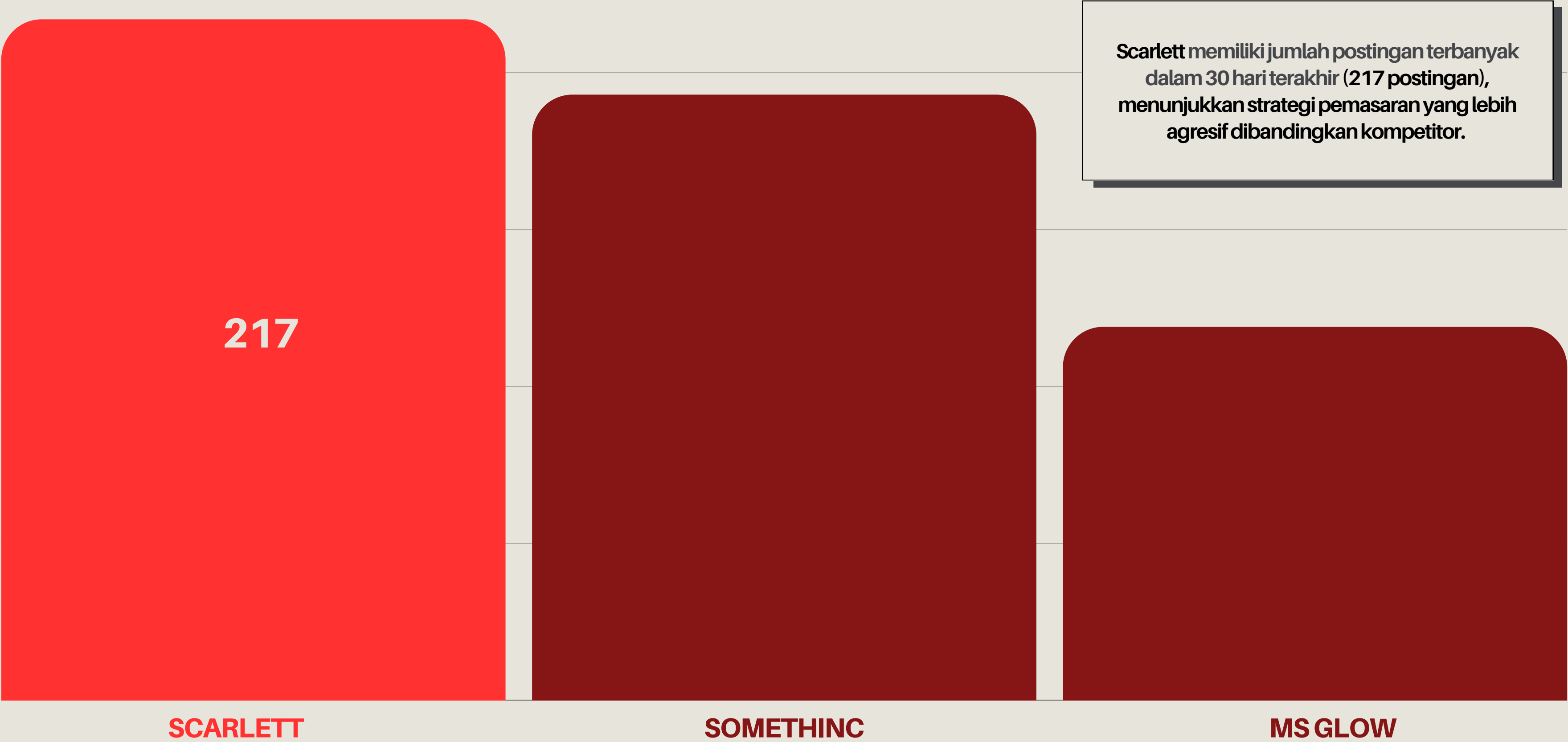
- DATA DIAMBIL DARI TIKTOK (SCRAPING) DENGAN MENAATI ROBOTS.TXT
- DIAMBIL SEKITAR PUKUL 14.00 SAMPAI 21.00 WIB, TANGGAL 13 MARET 2025 (ADA KEMUNGKINAN PERUBAHAN STATISTIK TIAP KONTEN HINGGA SEKARANG)

BRAND PERFORMANCE



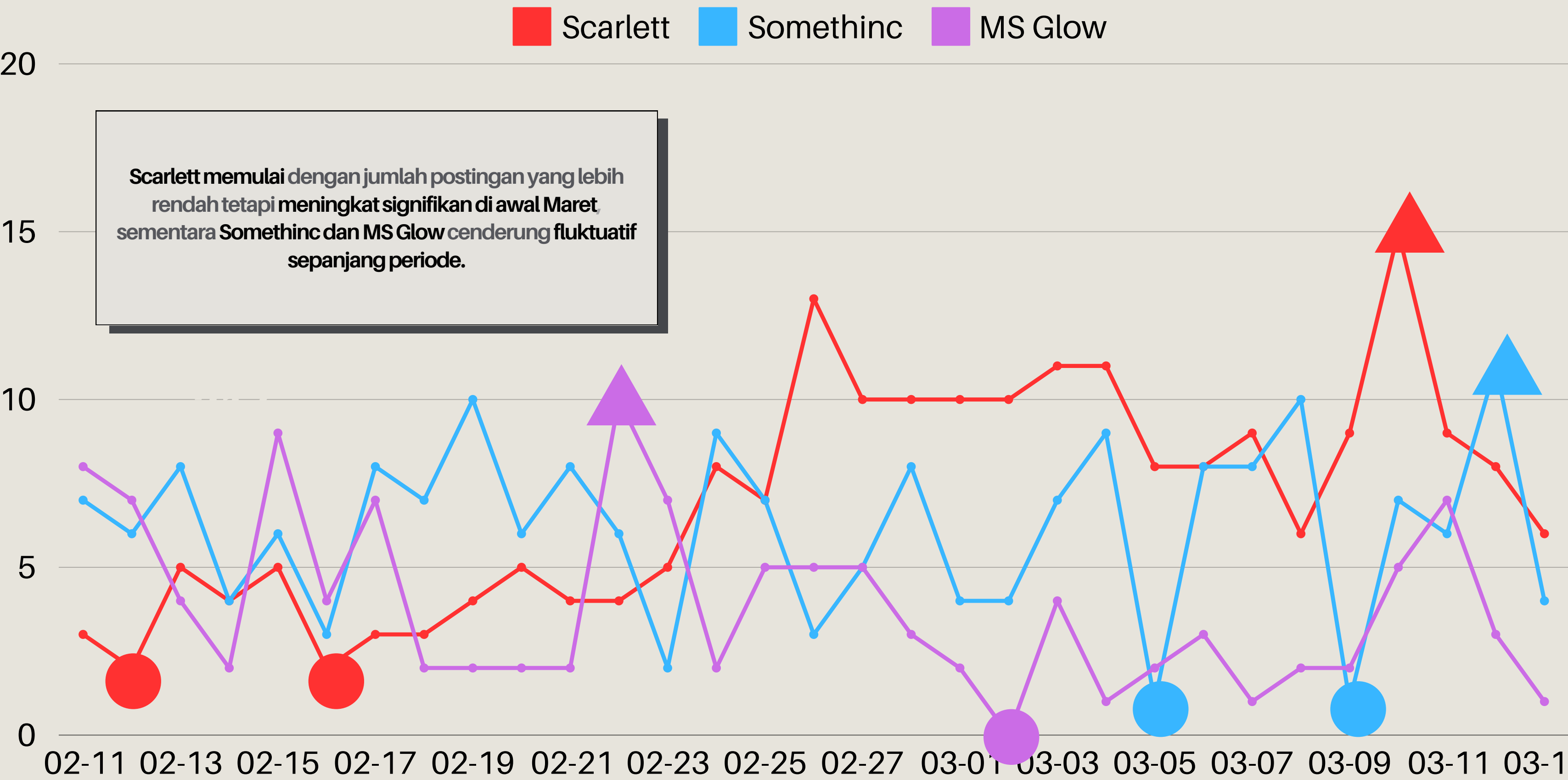
TOTAL POSTINGAN SETIAP BRAND

PERFORMANCE



TOTAL POSTINGAN PER HARI

PERFORMANCE



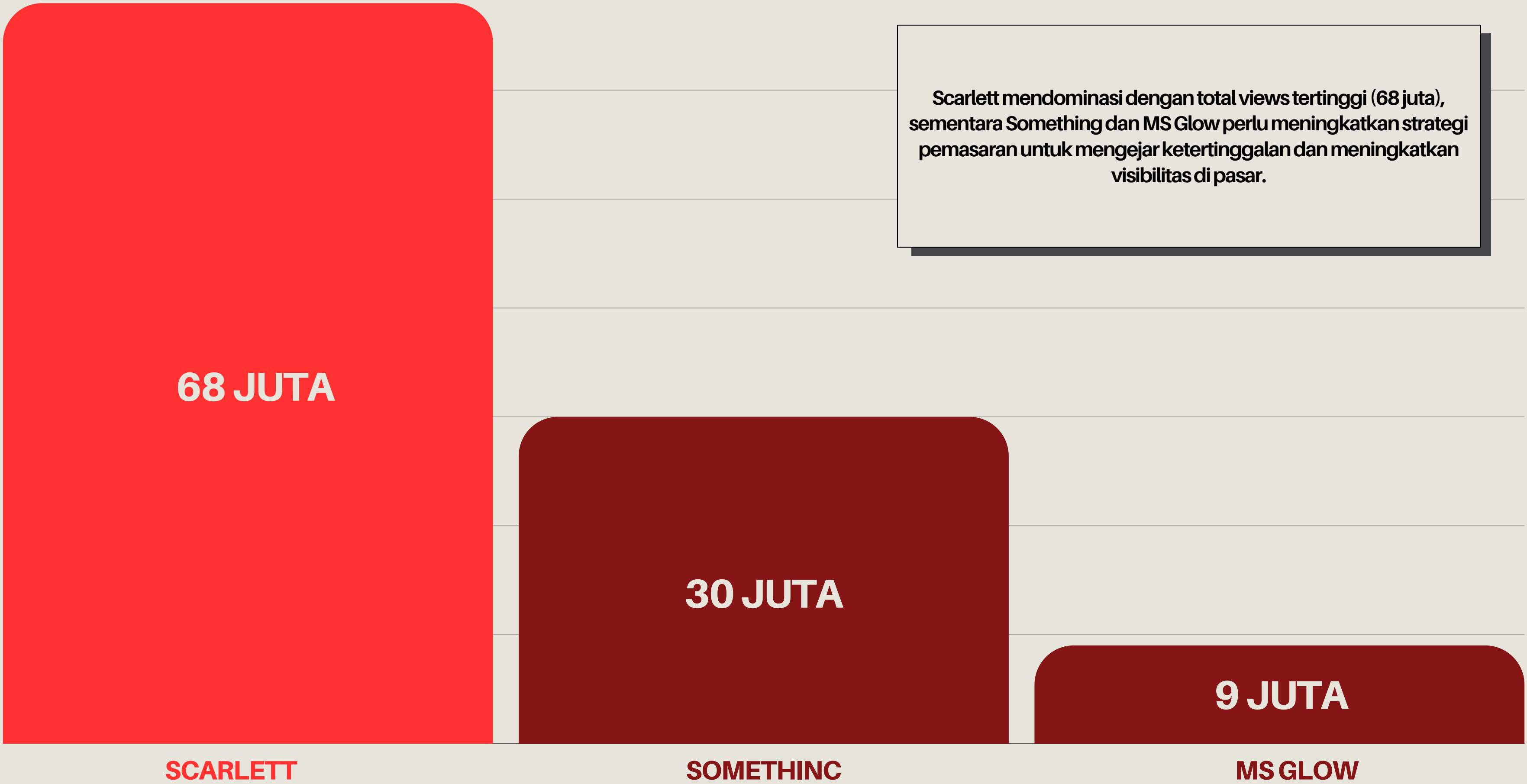
TOTAL VIEWS

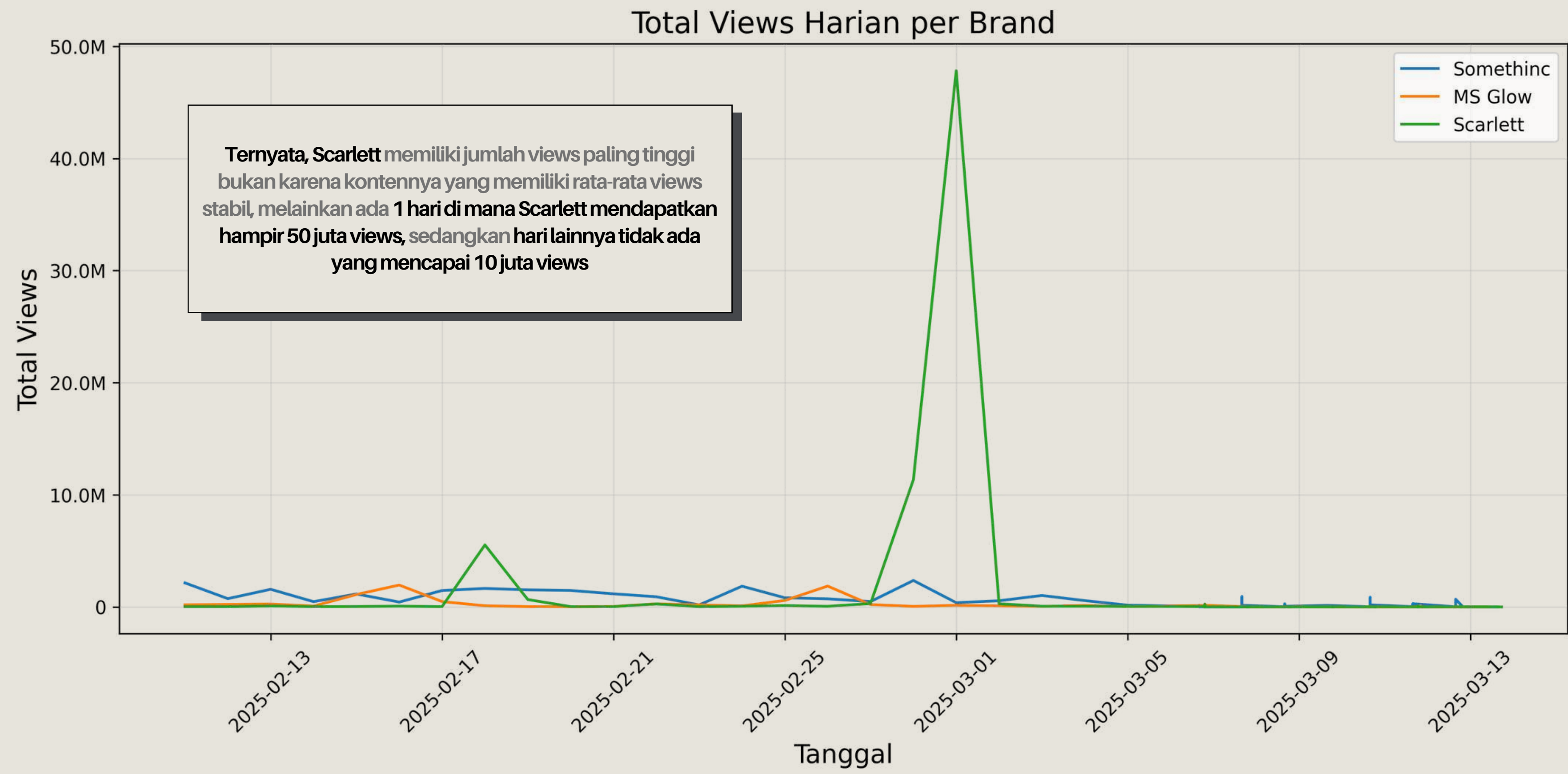
KITA AKAN MELIHAT
PERBANDINGAN
DARI TOTAL VIEWS
SECARA TOTAL DAN
PER HARI



TOTAL VIEWS SETIAP BRAND

PERFORMANCE





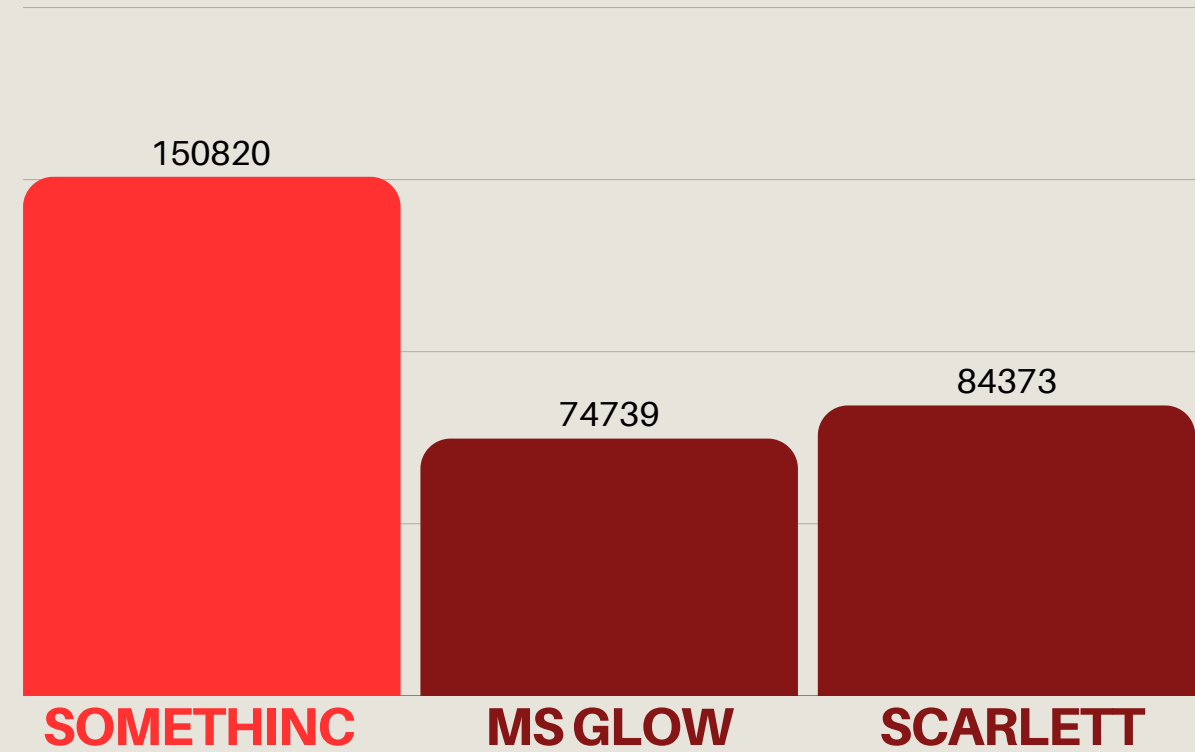
TOTAL METRIK LAIN



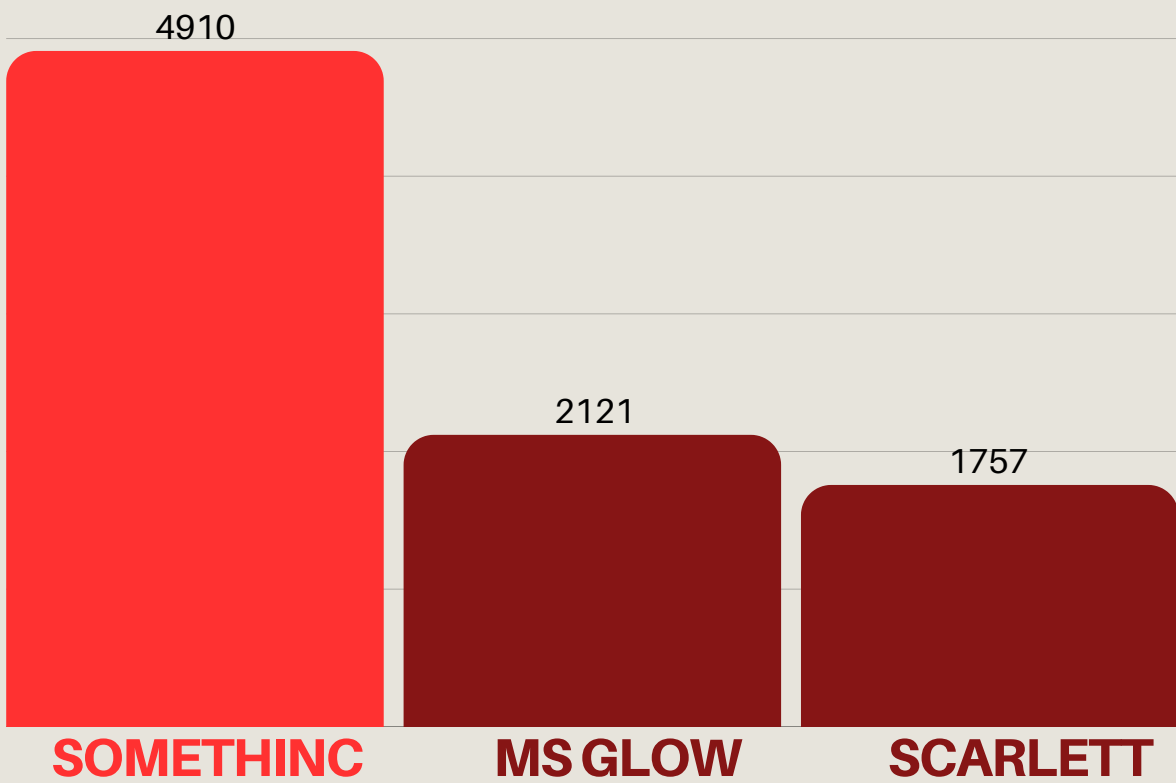
SEKARANG KITA AKAN
MELIHAT LIKES,
COMMENTS, SHARES,
SAVES

LIKES-COMMENTS-SHARES-SAVES

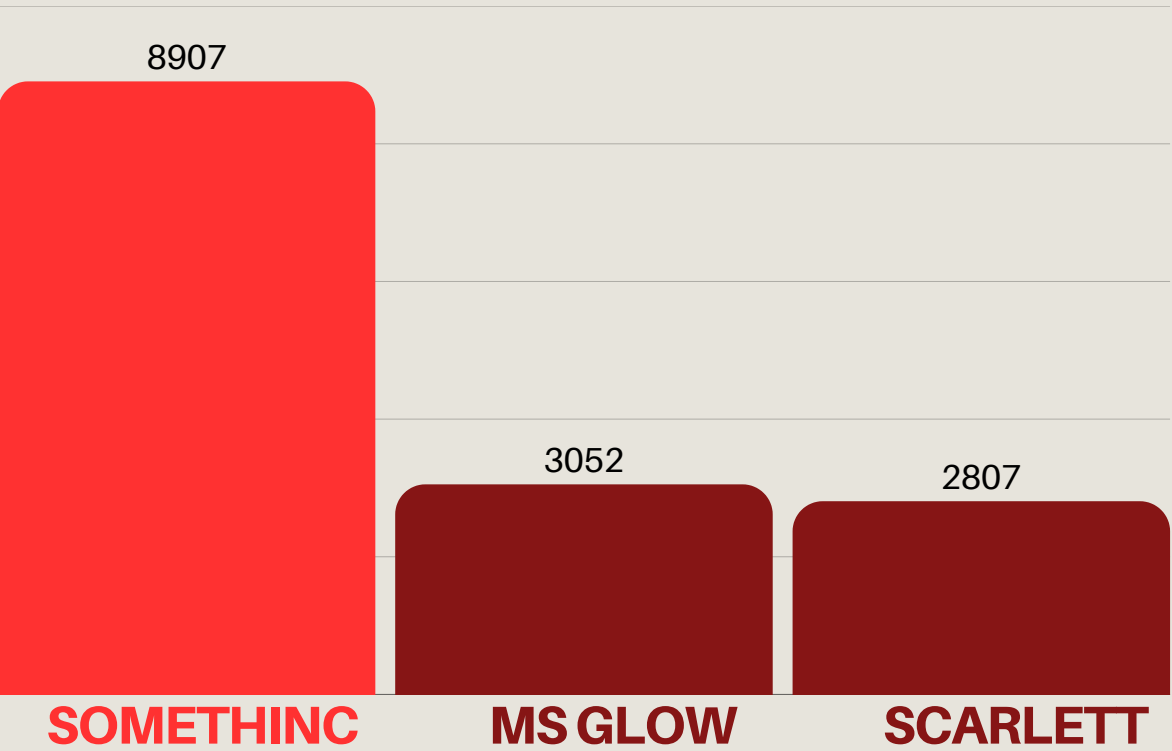
LIKES



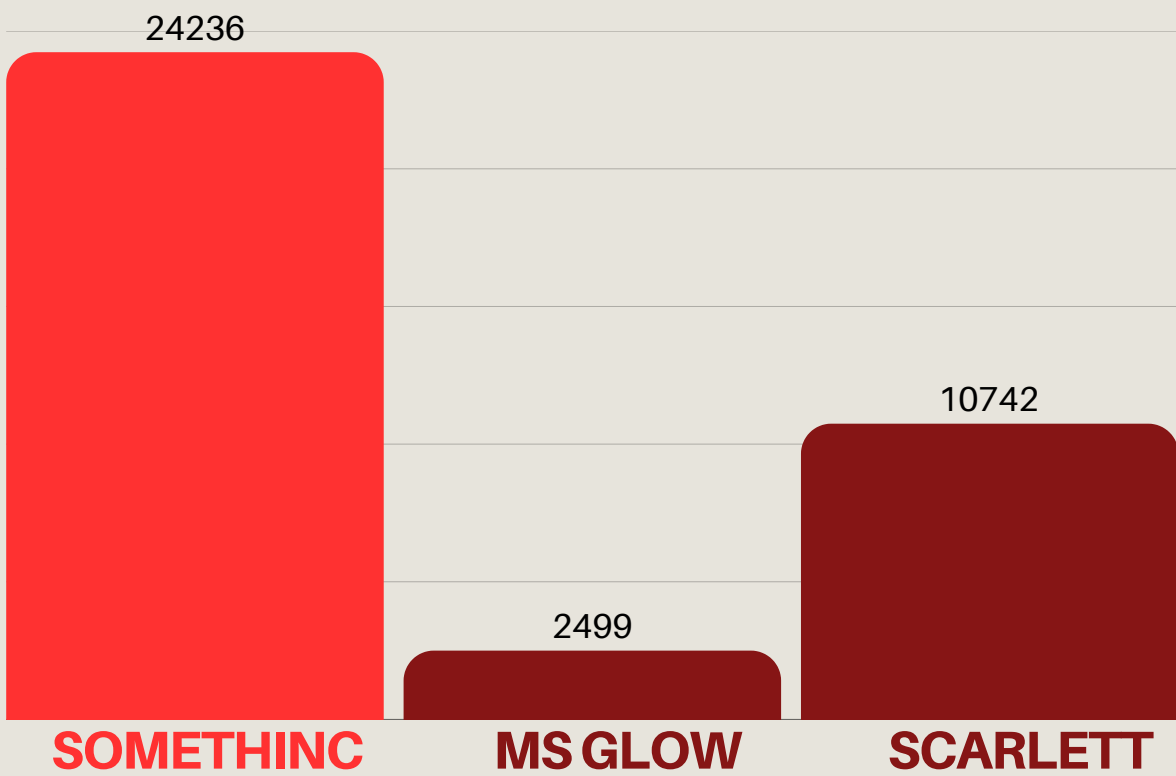
COMMENTS



SHARES



SAVES

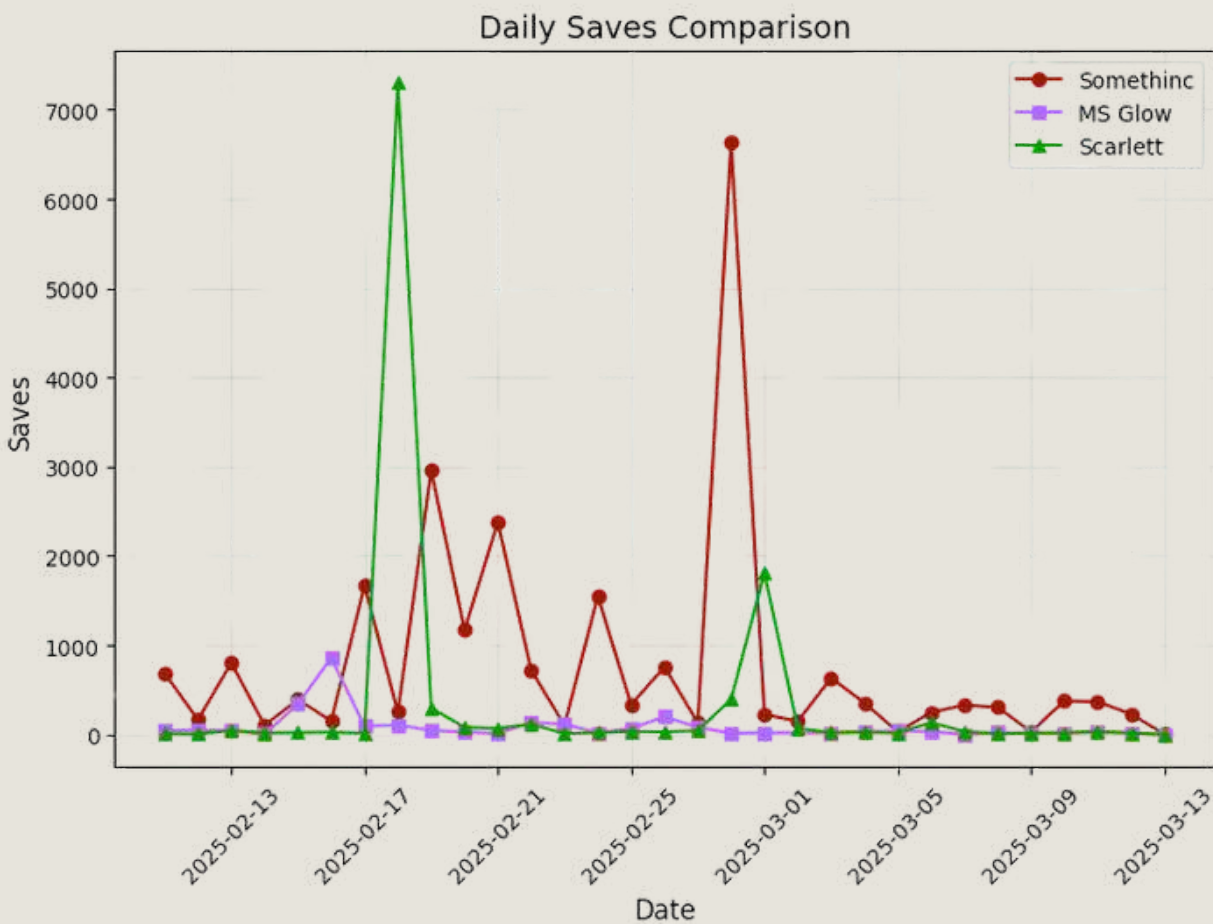
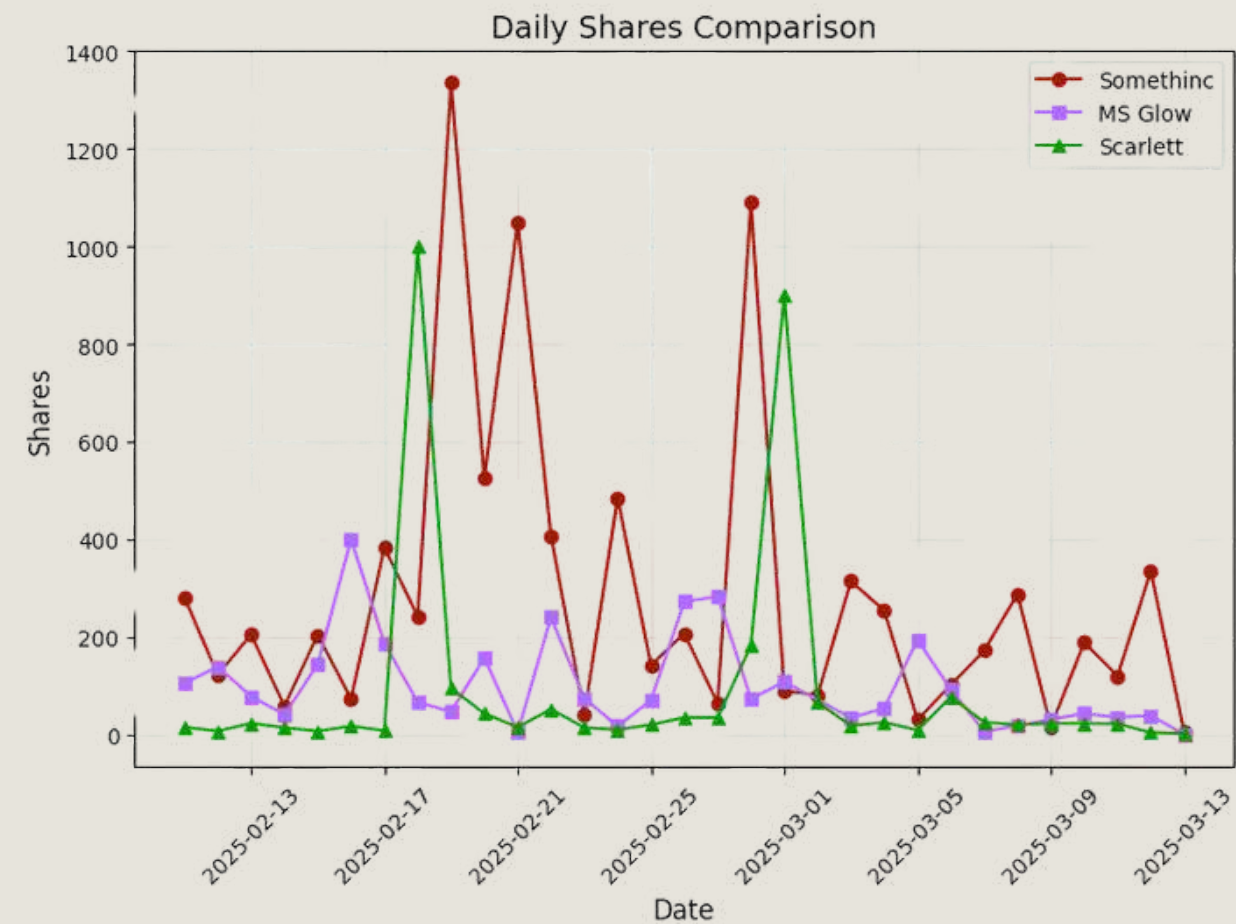
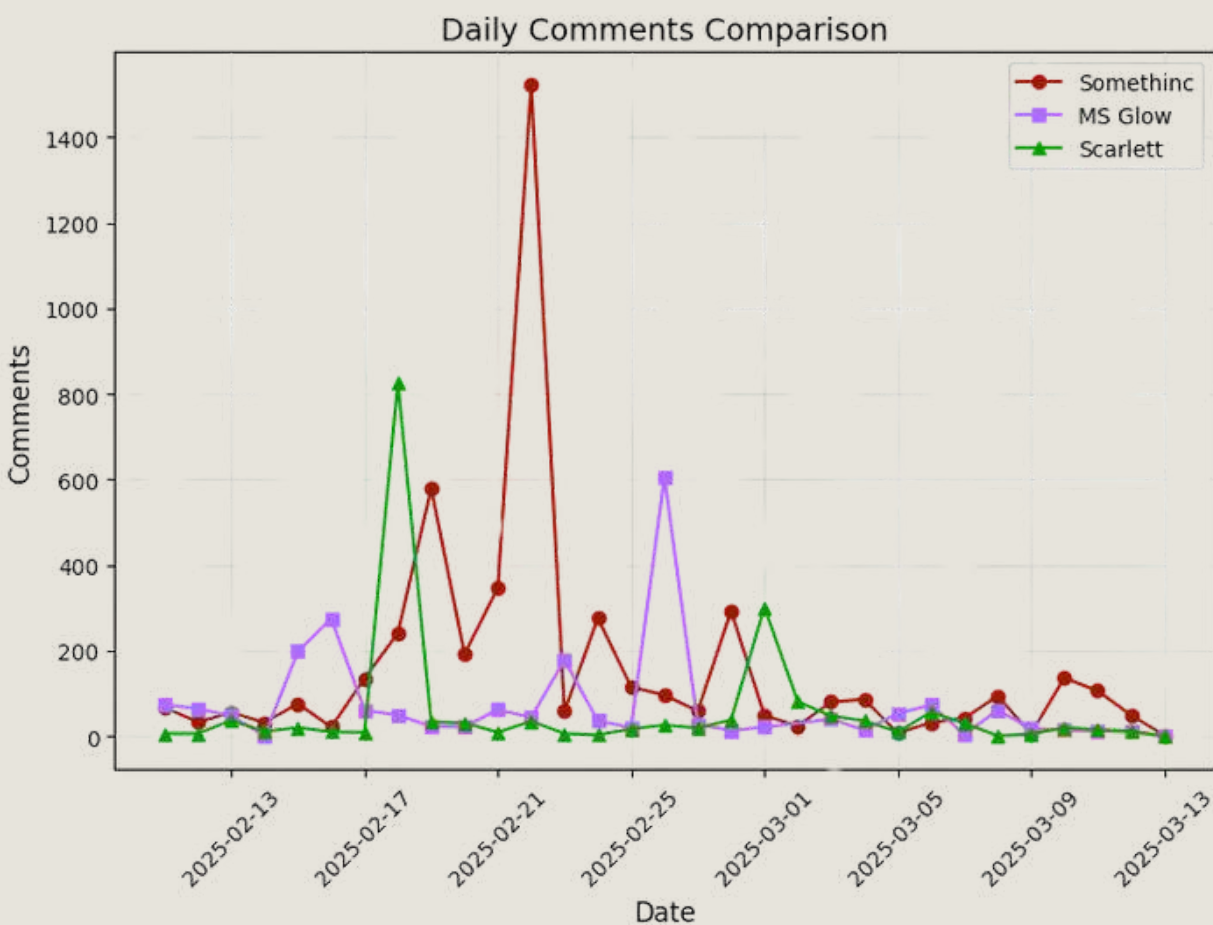
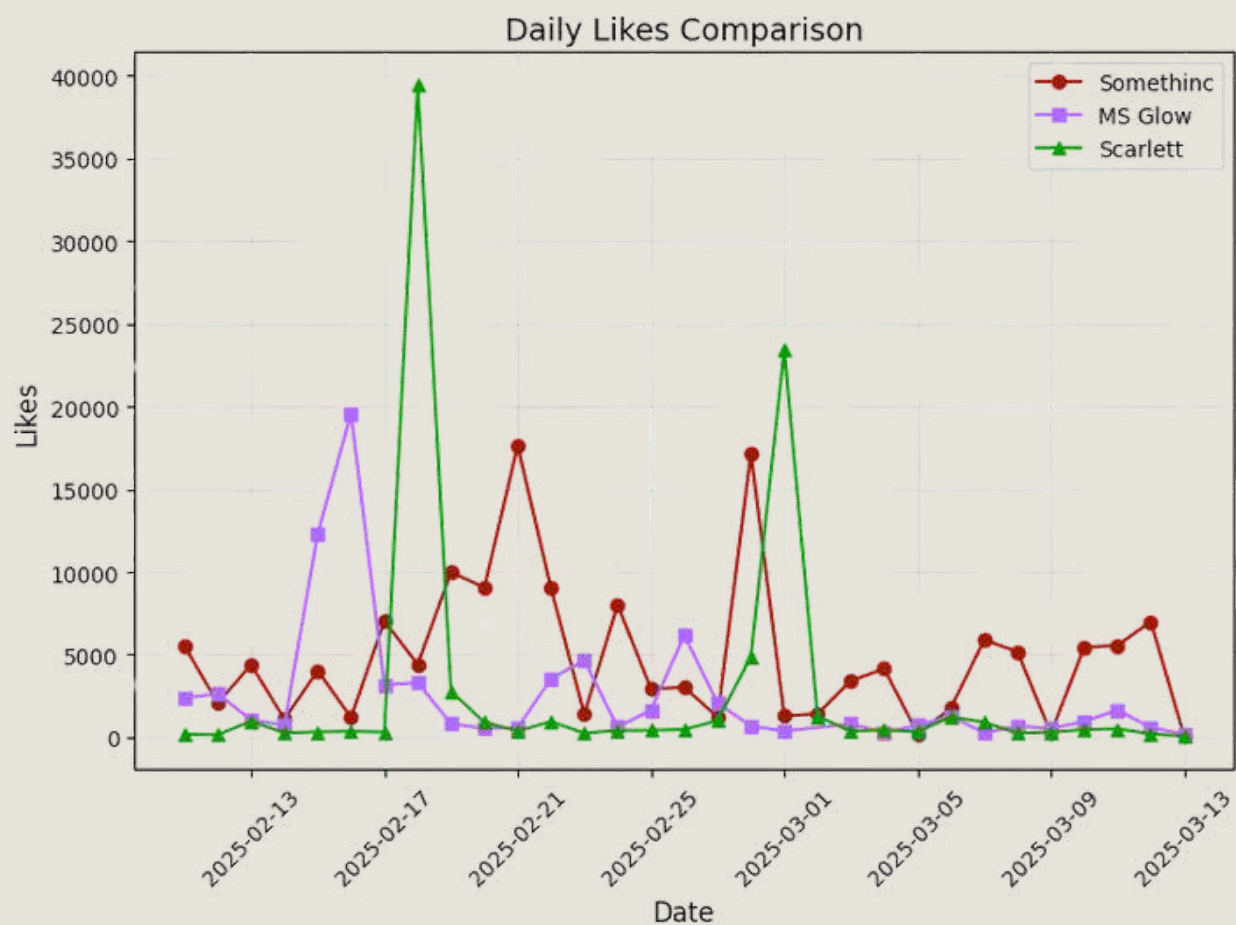


PERFORMANCE

SOMETHINC
MENDOMINASI SEMUA
METRIK TIKTOK DI
SEMUA LINI JAUH
MENGUNGGULI MS
GLOW DAN SCARLETT
WHITENING.

MS GLOW MESKIPUN
FOLLOWERS TERPAUT
JAUH, MASIH BISA
MENUNGGULI SCARLETT
DI COMMENTS DAN
SHARES

LIKES-COMMENTS-SHARES-SAVES PER HARI



PERFORMANCE

SCARLETT UNGGUL
DALAM LIKES DAN
SAVES BERKAT
LONJAKAN VIRAL.

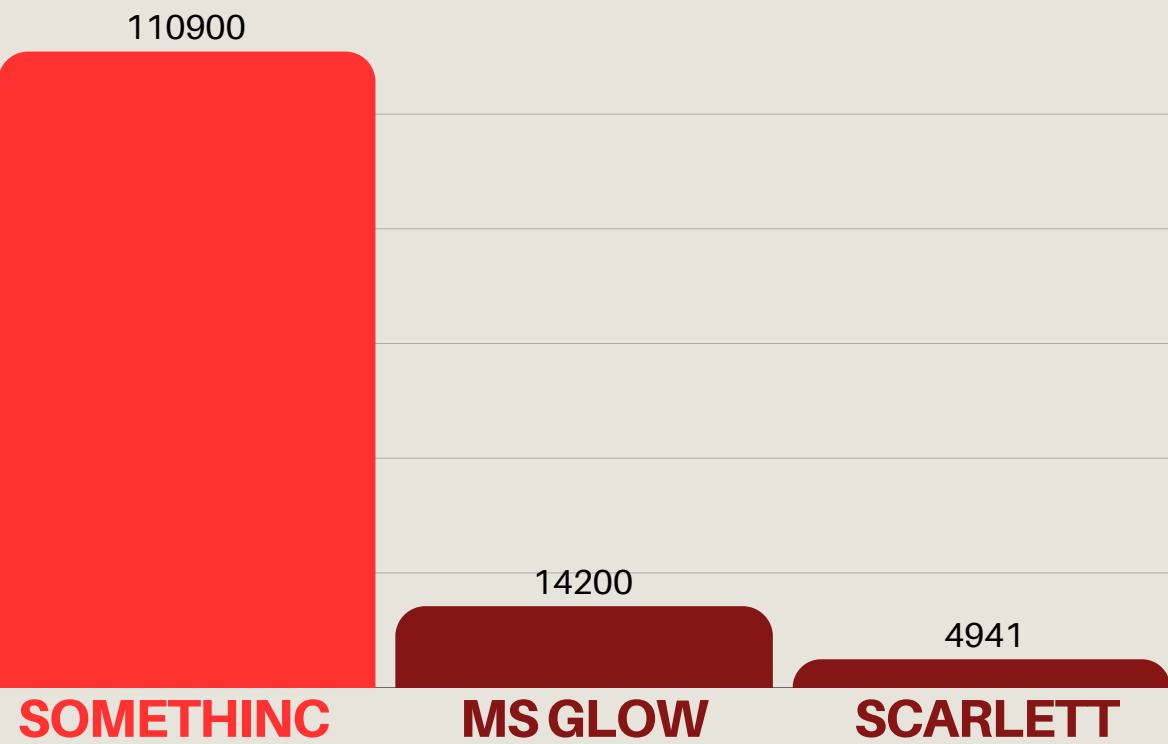
SOMETHINC LEBIH
STABIL DAN DOMINAN
DALAM ENGAGEMENT
HARIAN.

MS GLOW HAMPIR
TERTINGGAL DALAM
SEMUA ASPEK, NAMUN
MASIH BERSAING

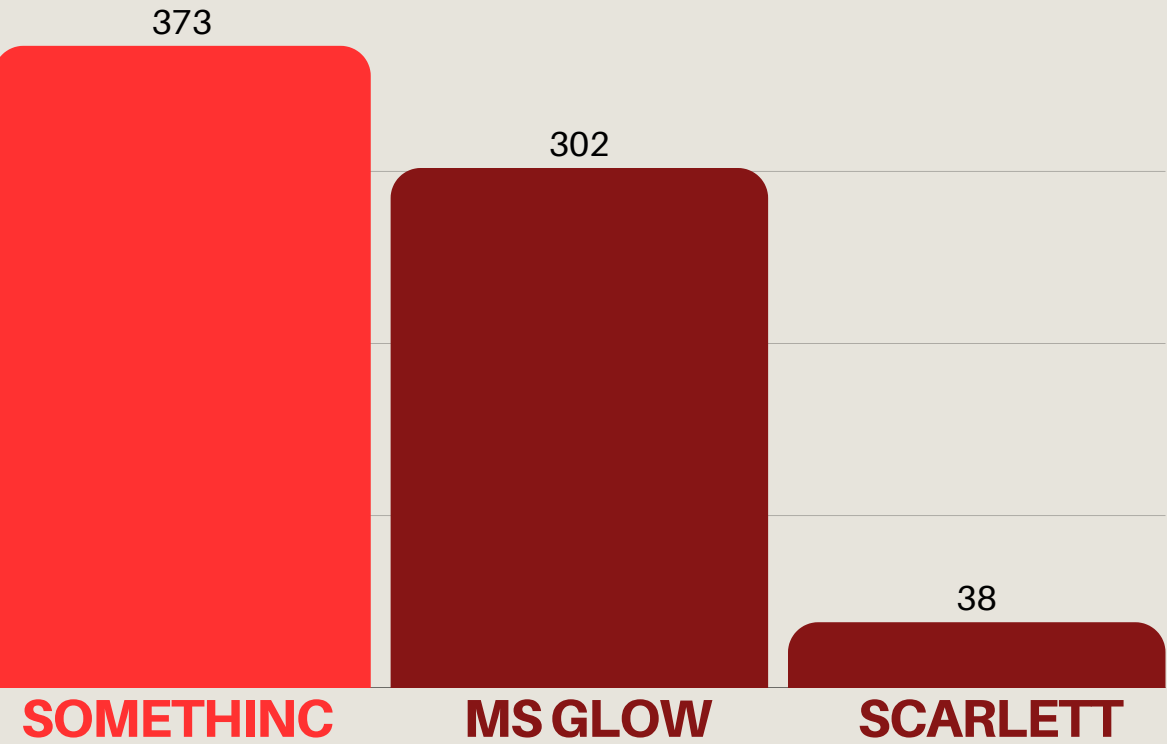
MEDIAN METRIK

PERFORMANCE

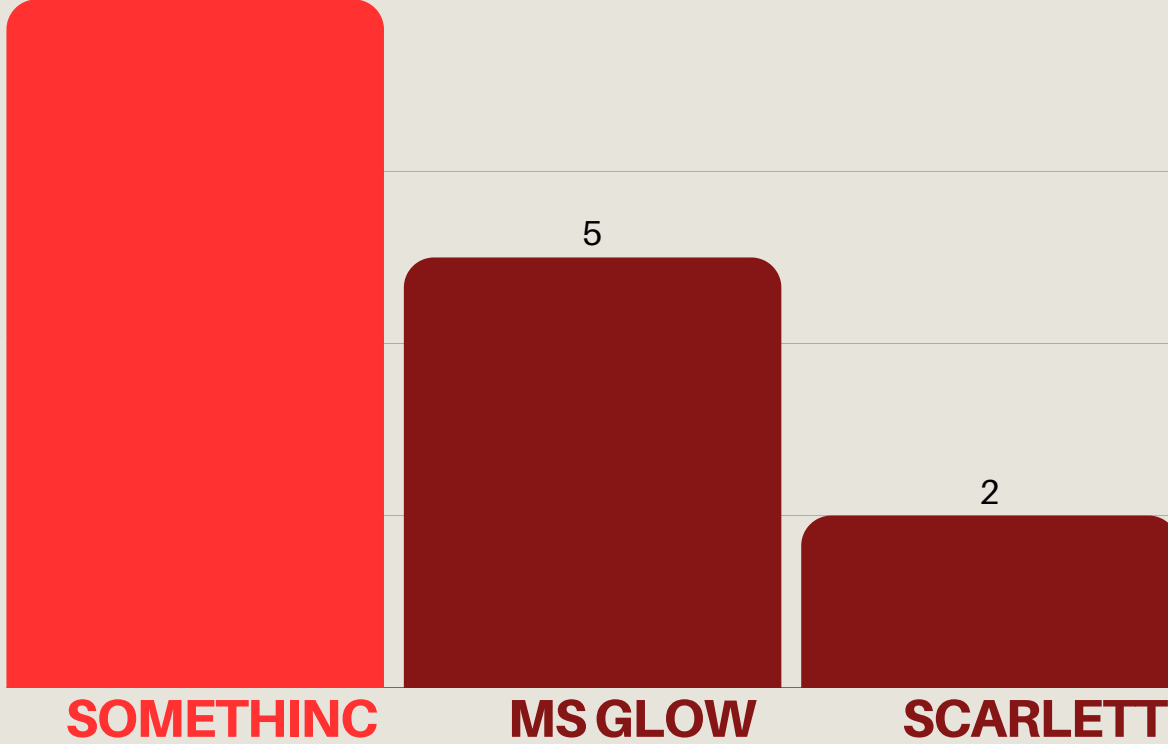
VIEWS



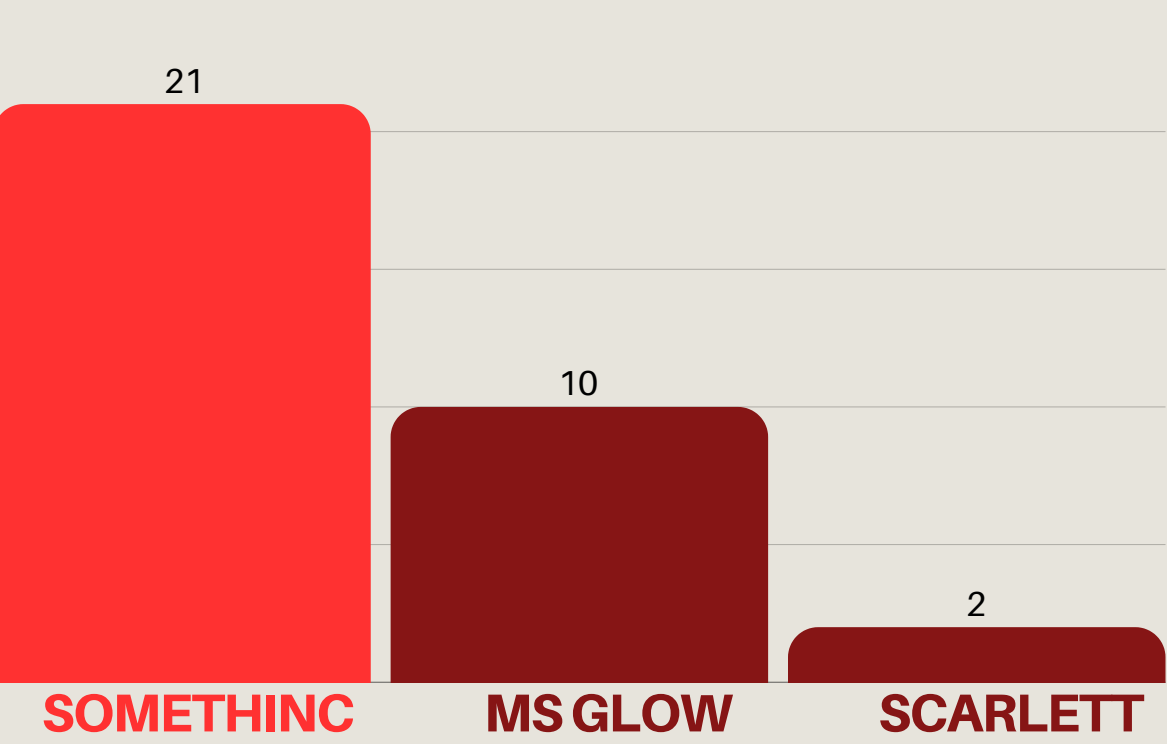
LIKES



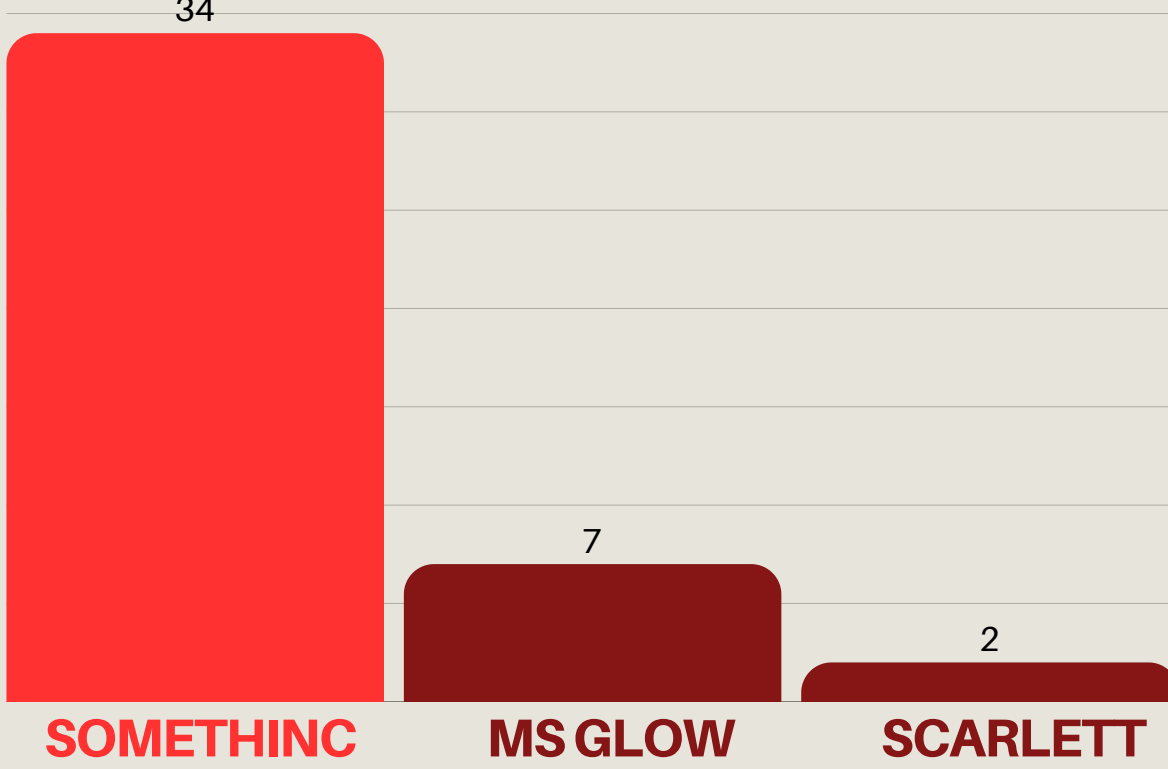
COMMENTS



SHARES



SAVES

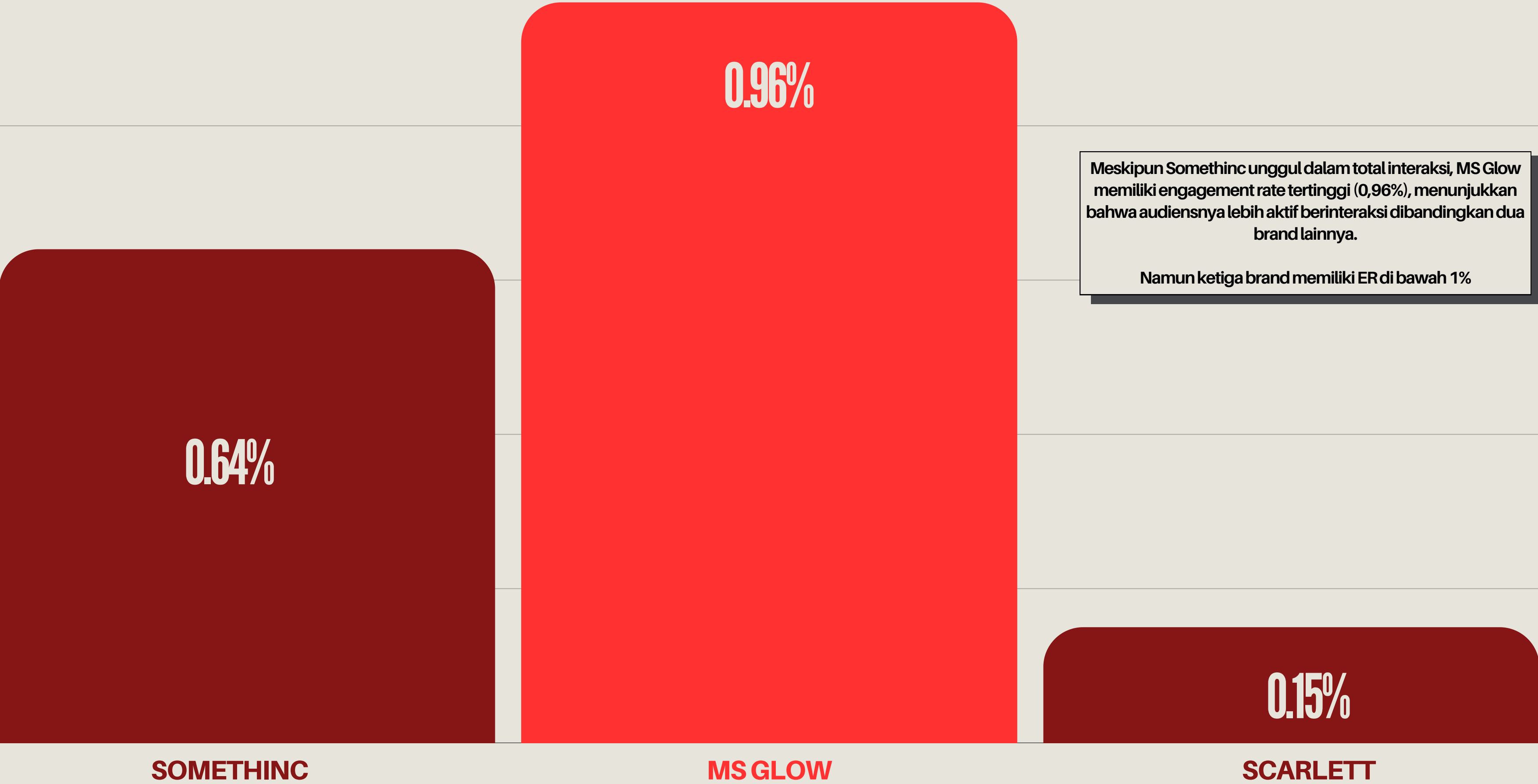


POSISI 1: SOMETHINC
POSISI 2: MS GLOW
POSISI 3: SCARLETT

ENGAGEMENT RATES

$$ER_{views} = \frac{(Likes + Comments + Shares + Saves)}{TotalViews} \times 100\%$$

PERFORMANCE



ANALISIS KONTEN



**BERDASARKAN DESKRIPSI,
KITA AKAN MENGANALISA
KONTEN MANA YANG
MENGHASILKAN
INTERAKSI/ENGAGEMENT
TINGGI**



**TIDAK AKAN
MENGUNAKAN
NLTK/CARA TRADISIONAL**

**AKAN MENGGUNAKAN AI
UNTUK MENGEKSTRAK
KATA YANG PENTING**

 **SOMETHING**

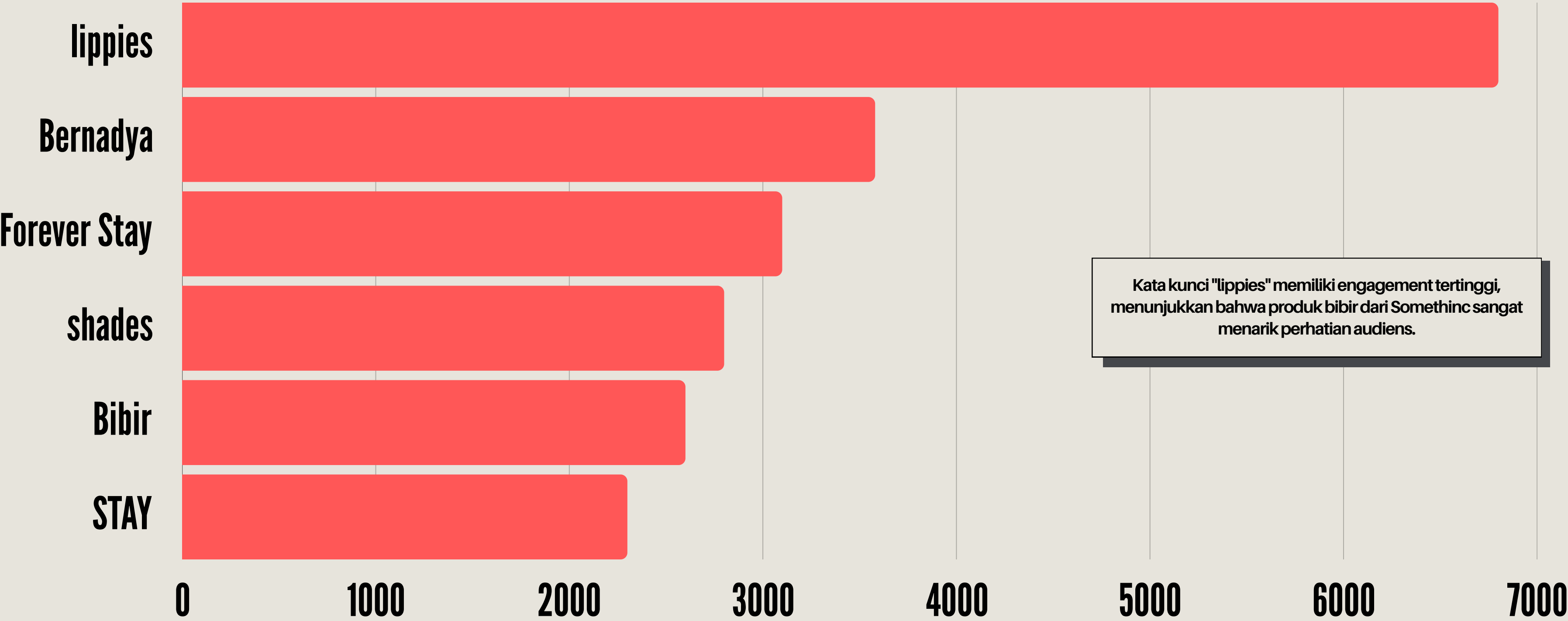
WORDCLOUD



ANALISIS KONTEN

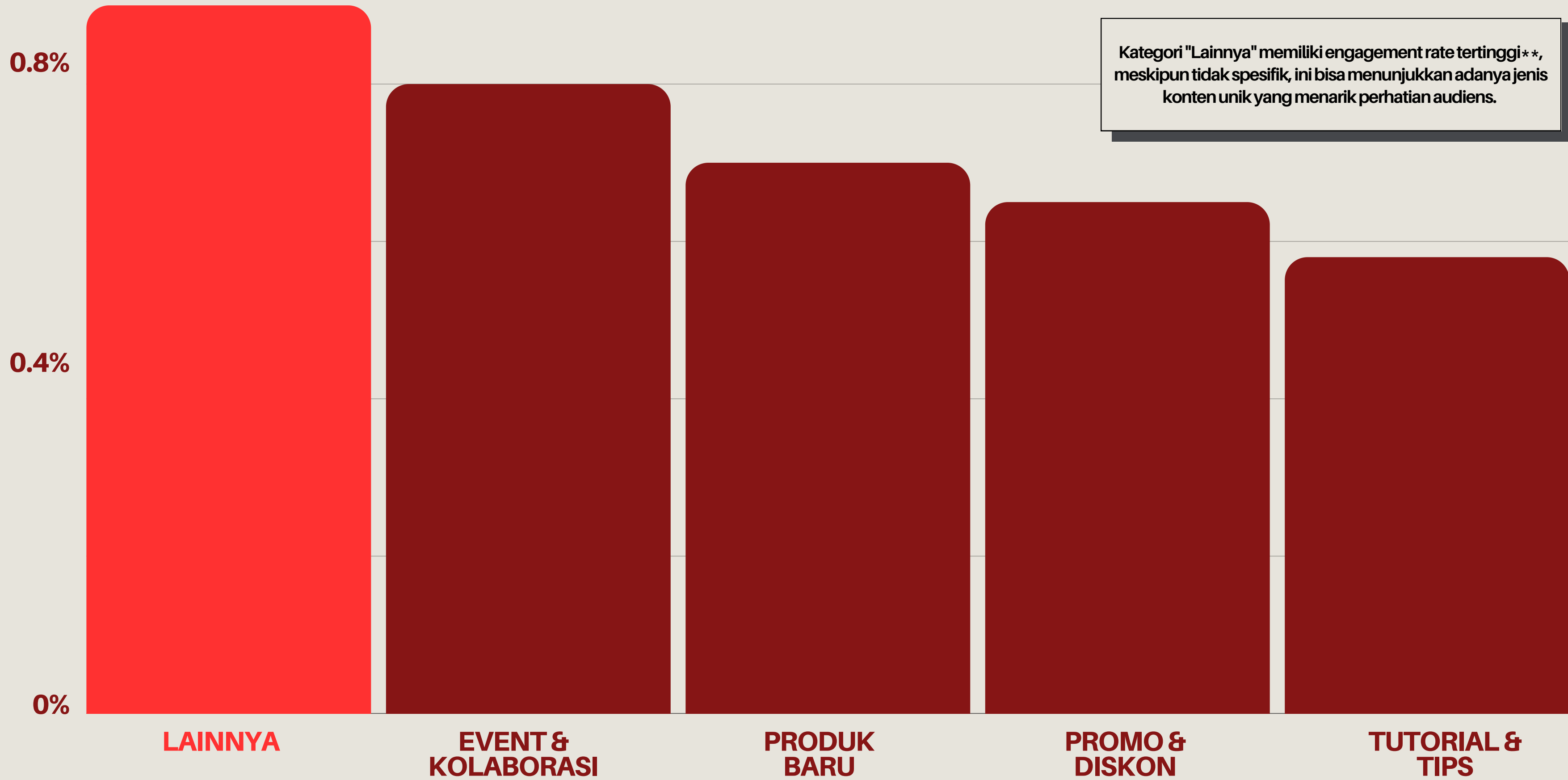


KATA KUNCI DENGAN ENGAGEMENT TERTINGGI



RATA RATA ER BERDASARKAN JENIS POSTINGAN

ANALISIS KONTEN



SCARLETT

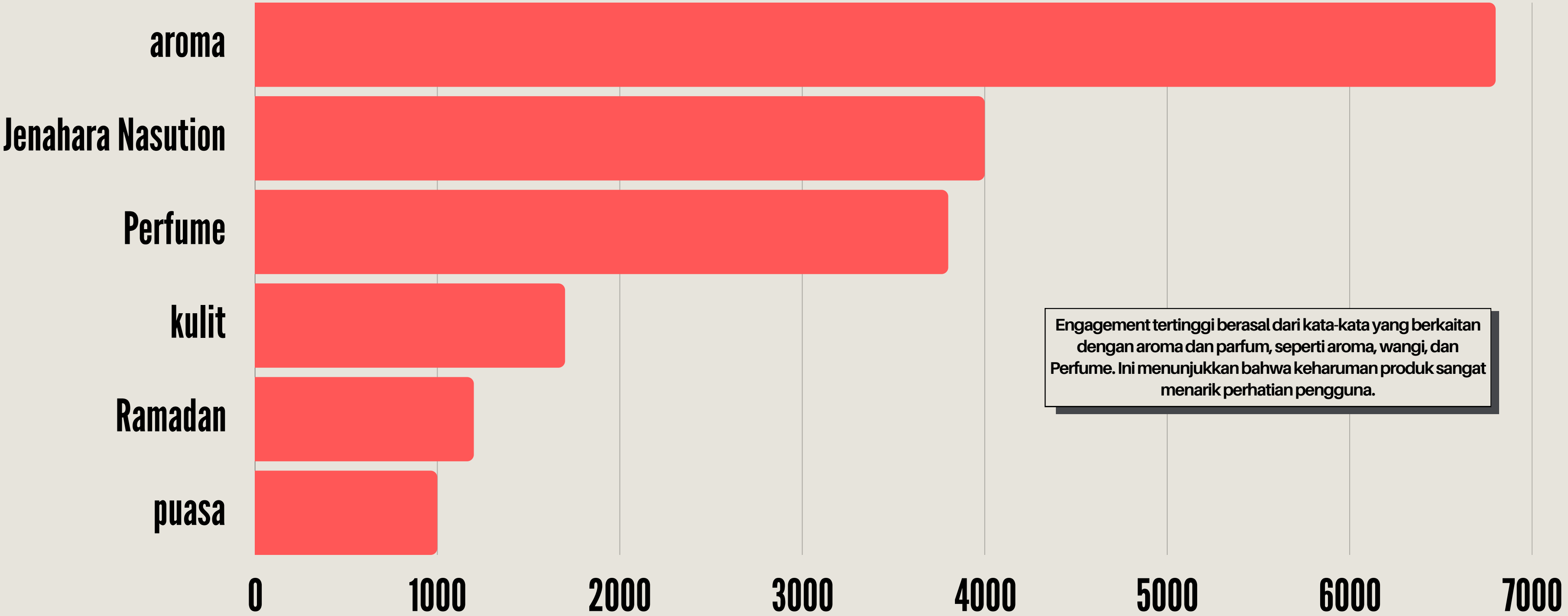
WORDCLOUD



ANALISIS KONTEN

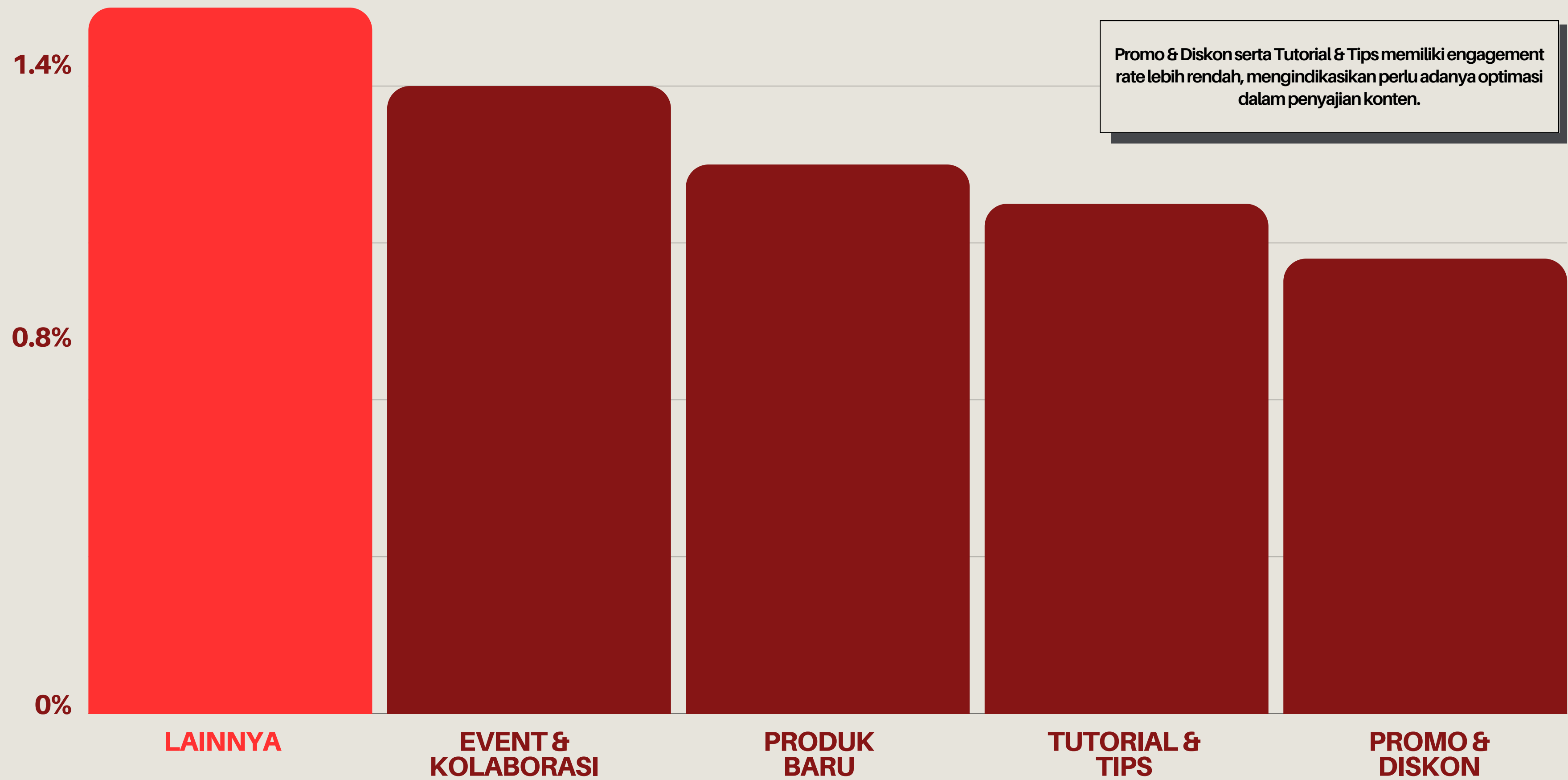


KATA KUNCI DENGAN ENGAGEMENT TERTINGGI



RATA RATA ER BERDASARKAN JENIS POSTINGAN

ANALISIS KONTEN





MS GLOW

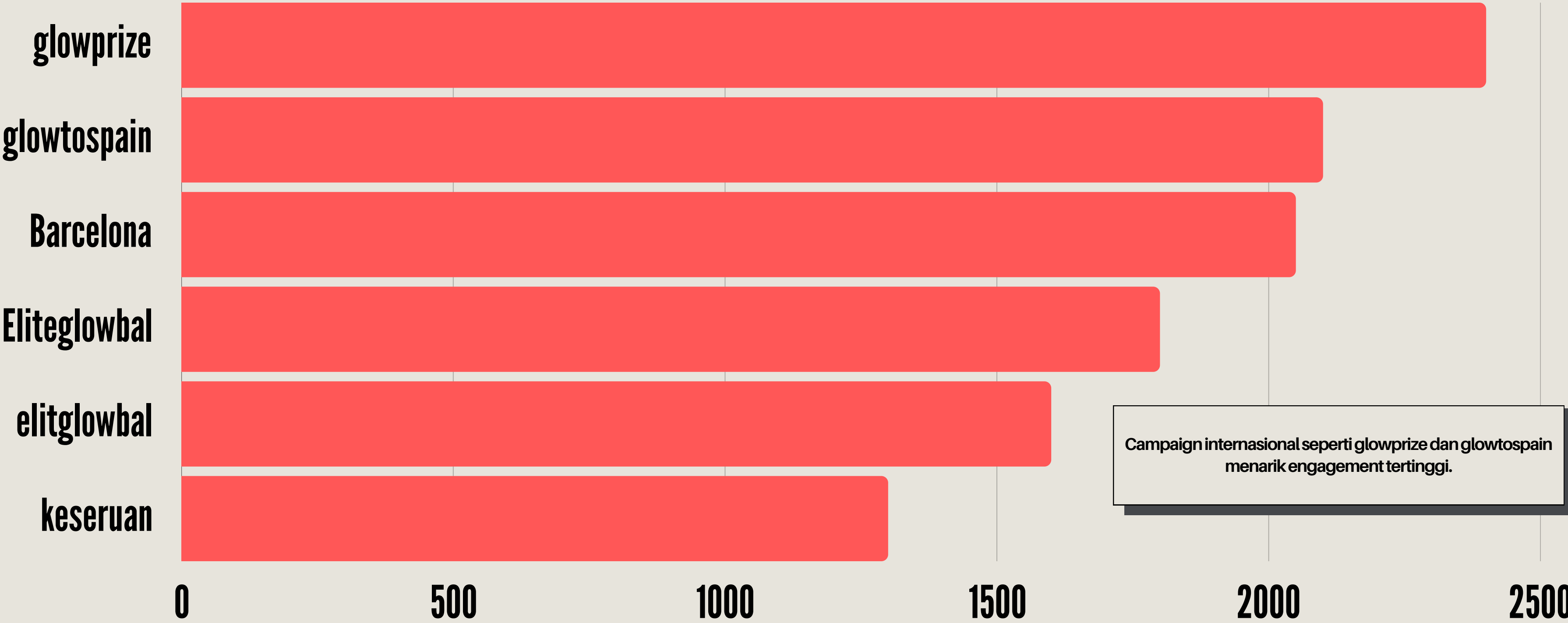
WORDCLOUD



ANALISIS KONTEN

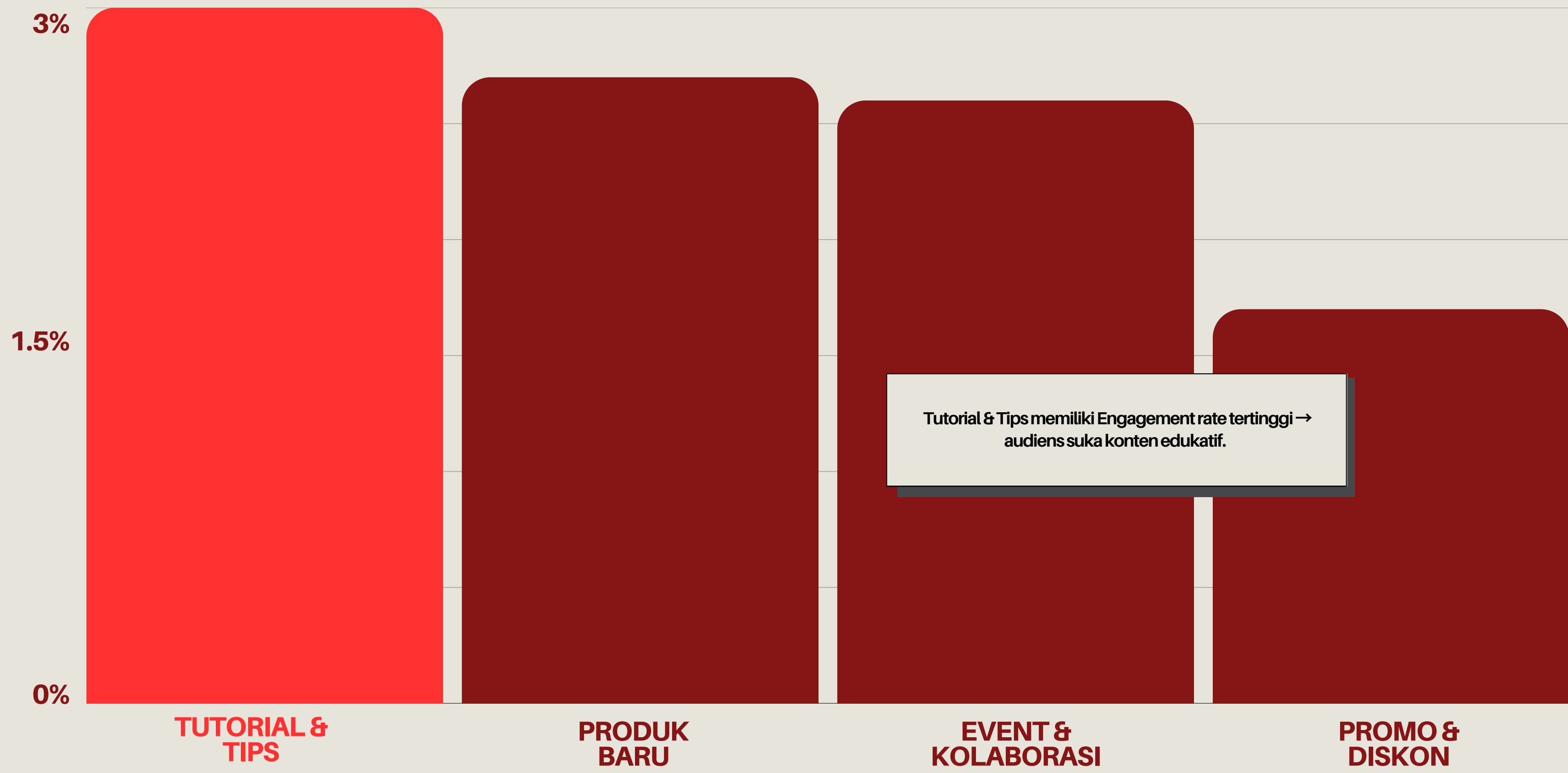


KATA KUNCI DENGAN ENGAGEMENT TERTINGGI



RATA RATA ER BERDASARKAN JENIS POSTINGAN

ANALISIS KONTEN



KESIMPULAN

MARET 2025
ALFA ISA DEWA

1 BULAN
11 FEB 25 - 13 MAR 2025

PERFORMA KONTEN

SOMETHING UNGGUL DI SEMUA ASPEK UTAMA (VIEWS, LIKES, COMMENTS, SHARES, SAVES), MENUNJUKKAN BAHWA BRAND INI PALING MENARIK PERHATIAN AUDIENS TIKTOK.

MS GLOW BERADA DI POSISI TENGAH DENGAN ENGAGEMENT RATE TERTINGGI (0.96%), MENANDAKAN BAHWA MESKIPUN VIEWS LEBIH SEDIKIT DIBANDINGKAN SOMETHING, KONTENNYA LEBIH EFEKTIF DALAM MENARIK INTERAKSI.

SCARLETT WHITENING MEMILIKI PERFORMA ENGAGEMENT PALING RENDAH DI SELURUH METRIK, DENGAN ENGAGEMENT RATE HANYA 0.15%, JAUH DI BAWAH KOMPETITOR. NAMUN MEMILIKI SATU VIDEO YANG VIEWSNYA MENCAPAI HAMPIR 50 JUTA

ENGAGEMENT RATE DI BAWAH 1% UNTUK SEMUA BRAND MENUNJUKKAN BAHWA PERFORMA KONTEN MEREKA MASIH KURANG BAIK SECARA KESELURUHAN, DAN STRATEGI INTERAKSI HARUS DIPERBAIKI AGAR LEBIH MENARIK AUDIENS.

PERFORMA ANTAR BRAND

SCARLETT UNGGUL DALAM TOTAL VIEWS DAN JUMLAH POSTINGAN, TETAPI ENGAGEMENT RATE RENDAH KARENA HANYA BEBERAPA VIDEO YANG VIRAL.

SOMETHINC MEMILIKI ENGAGEMENT DAN MEDIAN VIEWS TERTINGGI, MENUNJUKKAN STRATEGI KONTEN YANG KONSISTEN DAN MENARIK AUDIENS.

MS GLOW MEMILIKI ENGAGEMENT RATE TERTINGGI MESKIPUN JUMLAH VIEWS LEBIH SEDIKIT, MENANDAKAN KONTENNYA LEBIH ENGAGING DIBANDING PESAINGNYA.

STRATEGI TERBAIK ADALAH MENGGABUNGGKAN KONSISTENSI SOMETHINC DENGAN EFEKTIVITAS ENGAGEMENT MS GLOW UNTUK MENINGKATKAN PERFORMA KONTEN TIKTOK.

SOMETHINC: FOKUS PADA PRODUK BARU & PROMO/DISKON, DENGAN VISUAL MENARIK & INFLUENCER.

SCARLETT: FOKUS PADA PRODUK BARU & EVENT/KOLABORASI, DENGAN STORYTELLING AROMA & ENDORSEMENT.

MS GLOW: FOKUS PADA EVENT/KOLABORASI & TUTORIAL/TIPS, DENGAN STRATEGI INTERNASIONAL & KOMUNITAS (RESELLER ELITE GLOWBAL).

REKOMENDASI

MARET 2025
ALFA ISA DEWA

1 BULAN
11 FEB 25 - 13 MAR 2025

REKOMENDASI

1. SOMETHINC (KONSISTEN & ENGAGEMENT BAIK)

- **TAMBAH 20-30% KONTEN PROMO & DISKON (2-3X/MINGGU) → TARGET: ENGAGEMENT RATE 0.89% → 1.2%**
- **GUNAKAN 20-30 INFLUENCER MIKRO PER BULAN → TARGET: SHARE RATE 1.2% → 2%**
- **BUAT CHALLENGE INTERAKTIF (EX: "SOMETHINC SHADE MATCH") → TARGET: KOMENTAR 120 → 200/VIDEO**

2. SCARLETT WHITENING (VIEWS TINGGI, ENGAGEMENT RENDAH)

- **BUAT 50% LEBIH BANYAK KONTEN BERBASIS AROMA & STORYTELLING → TARGET: LIKE RATE 0.8% → 1.5%**
- **GUNAKAN 5-7 INFLUENCER BESAR PER BULAN → TARGET: ENGAGEMENT RATE 0.15% → 0.6%**
- **BUAT 1 VIDEO EDUKASI KEASLIAN PRODUK PER MINGGU → TARGET: SHARE RATE 0.5% → 1%**

3. MS GLOW (ENGAGEMENT TERTINGGI, BUTUH LEBIH BANYAK VIEWS)

- **OPTIMALKAN KOMUNITAS RESELLER (ELITE GLOWBAL) DENGAN VIDEO TESTIMONIAL → TARGET: SAVE RATE 0.7% → 1.5%**
- **TAMBAH 2-3 VIDEO TUTORIAL PER MINGGU DENGAN INFLUENCER → TARGET: SHARE RATE 1.1% → 2%**
- **GUNAKAN UGC (USER-GENERATED CONTENT) UNTUK MENINGKATKAN TRUST → TARGET: ENGAGEMENT RATE 0.96% → 1.3%**

STRATEGI KONTEN TIKTOK SKINCARE RAMADAN

1. IDE KONTEN

- TUTORIAL MAKEUP NATURAL DAN SIMPEL UNTUK RAMADAN
- TIPS MENJAGA KELEMBAPAN KULIT SAAT PUASA
- KOLABORASI DENGAN INFLUENCER UNTUK BERBAGI SKINCARE ROUTINE
- EDUKASI TENTANG BAHAN SKINCARE YANG HALAL
- LIVE Q&A MENJAWAB PERTANYAAN AUDIENS SEPUTAR SKINCARE

2. INFLUENCER DENGAN BUDGET DI BAWAH 50 JUTA

- MICRO-INFLUENCER (10K - 50K FOLLOWERS): RP 1 JUTA - RP 5 JUTA
- MID-TIER INFLUENCER (50K - 500K FOLLOWERS): RP 5 JUTA - RP 50 JUTA

PLATFORM UNTUK MENCARI INFLUENCER:

- SOCIABUZZ
- JURAGANCOD

TERIMA KASIH

