

BAB 5.

SOCIAL MEDIA

ANALYTICS



Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content“

Menurut Kaplan dan Haenlein ada 6 jenis media sosial:

- Proyek Kolaborasi.
- Blog dan Microblog.
- Konten.
- Situs Jejaring Sosial.
- Virtual Game World.
- Virtual Social World.



Proyek Kolaborasi:

Website mengizinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghapus konten – konten yang ada di website ini. Seperti wikipedia

Blog dan Microblog:

User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Contoh: twitter.

Konten:

Para user dari pengguna website ini saling meng-share konten – konten media, baik seperti video, e-book, gambar, dan lain – lain. Contoh: youtube

Situs Jejaring Sosial:

Aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto – foto, seperti facebook.

Virtual Game World:

Dunia virtual, di mana mereplikasikan lingkungan 3D, di mana user bisa muncul dalam bentuk avatar – avatar yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Seperti game online.

Virtual Social World:

Dunia virtual yang di mana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world, berinteraksi dengan yang lain. Namun, Virtual Social World lebih bebas, dan lebih ke arah kehidupan, contohnya second life.

Ciri-ciri Media sosial mempunyai sebagai berikut:

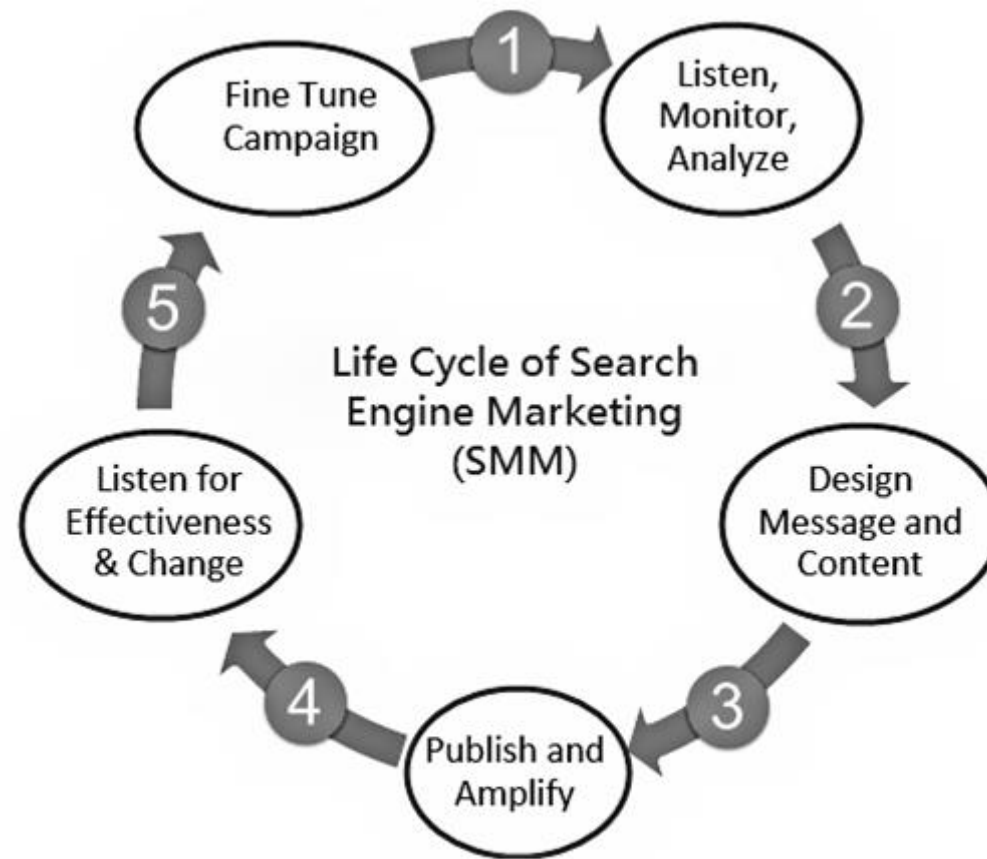
- Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet.
- Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper.
- Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya.
- Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Perkembangan Media Sosial:

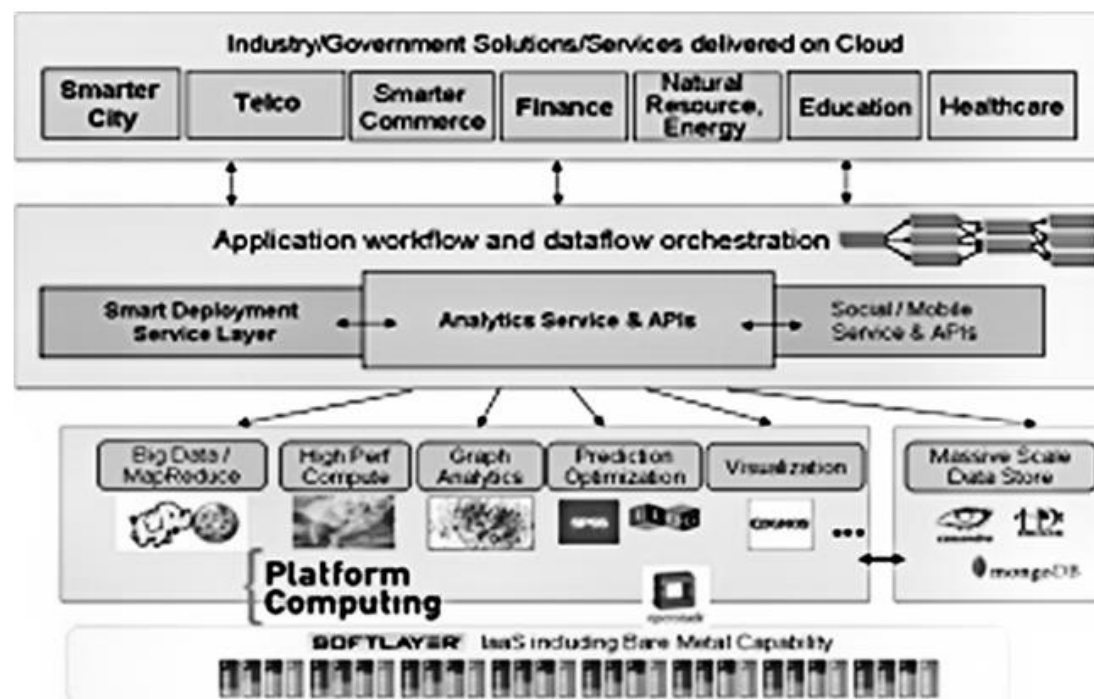
Perkembangan dari Media Sosial itu sendiri sebagai berikut:

- 1978 awal dari penemuan Sistem papan buletin yang memungkinkan untuk dapat berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik , ataupun mengunggah dan mengunduh Perangkat lunak , semua ini dilakukan masih dengan menggunakan saluran telepon yang terhubung dengan modem.
- 1995 kelahiran dari situs Geocities, situs ini melayani Web Hosting yaitu layanan penyewa penyimpanan data-data website, agar halaman website tersebut dapat di akses dari masa saja. Geocities menjadi awal berdirinya website-website lain.
- 1997 muncul situs jejaring sosial pertama yaitu sixdegree.com walaupun sebenarnya pada tahun 1995 terdapat situs classmates.com yang juga merupakan situs jejaring sosial, namun sixdegree.com dianggap lebih menawarkan situs jejaring sosial dibanding classmates.com.

- 1999 timbul situs untuk membuat blog pribadi, yaitu Blogger, situs ini menawarkan penggunaanya untuk bisa membuat halaman situsnya sendiri. sehingga pengguna dari Blogger ini bisa memuat hal tentang apapun. termasuk hal pribadi ataupun untuk mengkritisi pemerintah. sehingga bisa di katakan blogger ini menjadi tonggak berkembangnya sebuah media sosial.
- 2002 Berdirinya Friendster, situs jejaring sosial yang pada saat itu menjadi booming, dan keberadaan sebuah media sosial menjadi fenomenal.
- 2003 Berdirinya Myspace, MySpace menawarkan kemudahan dalam menggunakannya, sehingga myspace di katakan situs jejaring sosial yang user friendly.
- 2004 Lahirnya Facebook, situs jejaring sosial yang terkenal hingga sampai saat ini, merupakan salah satu situs jejaring sosial yang memiliki anggota terbanyak.
- 2006 Lahirnya Twitter, situs jejaring sosial yang berbeda dengan yang lainnya, karena pengguna dari Twitter hanya bisa mengupdate status atau yang bernama Tweet ini yang hanya di batasi 140 karakter.
- 2007 Lahirnya Wiser, situs jejaring social pertama sekali diluncurkan bertepatan dengan peringatan Hari Bumi (22 April) 2007. Situs ini diharapkan bisa menjadi sebuah direktori online organisasi lingkungan seluruh dunia termasuk pergerakan lingkungan baik dilakukan individu maupun kelompok.
- 2011 Lahirnya Google+, google meluncurkan situs jejaring sosialnya yang bernama google+, namun pada awal peluncuran. google+ hanya sebatas pada orang yang telah di invite oleh google. Setelah itu google+ di luncurkan secara umum.



Daur Hidup Pemasaran Media Sosial.



Contoh Aplikasi untuk Analisis Sosial Media.

2017 Social Media Strategy

HOW WILL YOU BE DIFFERENT?

- Stand Out
- Ask For Testimonials
- Share Your Story
- Be Your Brand

WHEN WILL YOU COMMUNICATE?

- Times
- Days
- How Often Will You Post?
- Share Across All Social Media

WHO IS YOUR CUSTOMER?

- Gender
- Age
- Interests
- Employment Status
- Relationships

WHAT ARE YOUR GOALS?

- Increase Engagement
- Generate More Traffic
- Advertise Smarter
- Grow Sales Thru Social Media/Mobile

WHERE IS YOUR CUSTOMER?

- Online
- Locality
- Marketing Preferences
- Mobile or Desktop

Carrie On Marketing

- **Waktu Terbaik Posting di Media Sosial:**

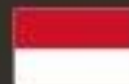
Waktu optimal untuk memperbarui halaman Facebook atau papan Pinterest bisa saja bervariasi tergantung audience. Social Caffeine membuat sebuah infografik yang memberikan informasi kapan waktu terbaik dan terburuk untuk mem-posting di jejaring media sosial. Berikut info waktu terbaik dan terburuk dari berbagai media sosial (Sumber: Entrepreneur):

- Facebook: Traffic tinggi antara jam 9.00 dan jam 16.00 Waktu terbaik: 13.00-16.00 Waktu terburuk: 20.00-08.00.
- Pinterest: Sabtu pagi adalah waktu terbaik untuk mem-posting Waktu terbaik: 14.00-16.00 atau 20.00-01.00 Waktu terburuk: 17.00-19.00.
- LinkedIn: Waktu terbaik sebelum atau setelah jam kerja Waktu terbaik: 07.00-09.00 atau 17.00-18.00 Waktu terburuk: 22.00-06.00.
- Google+: Traffic tertinggi saat jam kerja Waktu terbaik: 09.00-11.00 Waktu terburuk: 18.00-20.00.
- Twitter: Waktu sibuk dari hari Senin hingga Jumat Waktu terbaik: 13.00-15.00 Waktu terburuk: 20.00-09.00 Sudahkah kita melakukan posting di waktu terbaik?

JAN
2017

INDONESIA

A SNAPSHOT OF THE COUNTRY'S KEY DIGITAL STATISTICAL INDICATORS



TOTAL
POPULATION



262.0
MILLION

URBANISATION:
55%

INTERNET
USERS



132.7
MILLION

PENETRATION:
51%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



106.0
MILLION

PENETRATION:
40%

MOBILE
SUBSCRIPTIONS



371.4
MILLION

vs. POPULATION:
142%

ACTIVE MOBILE
SOCIAL USERS



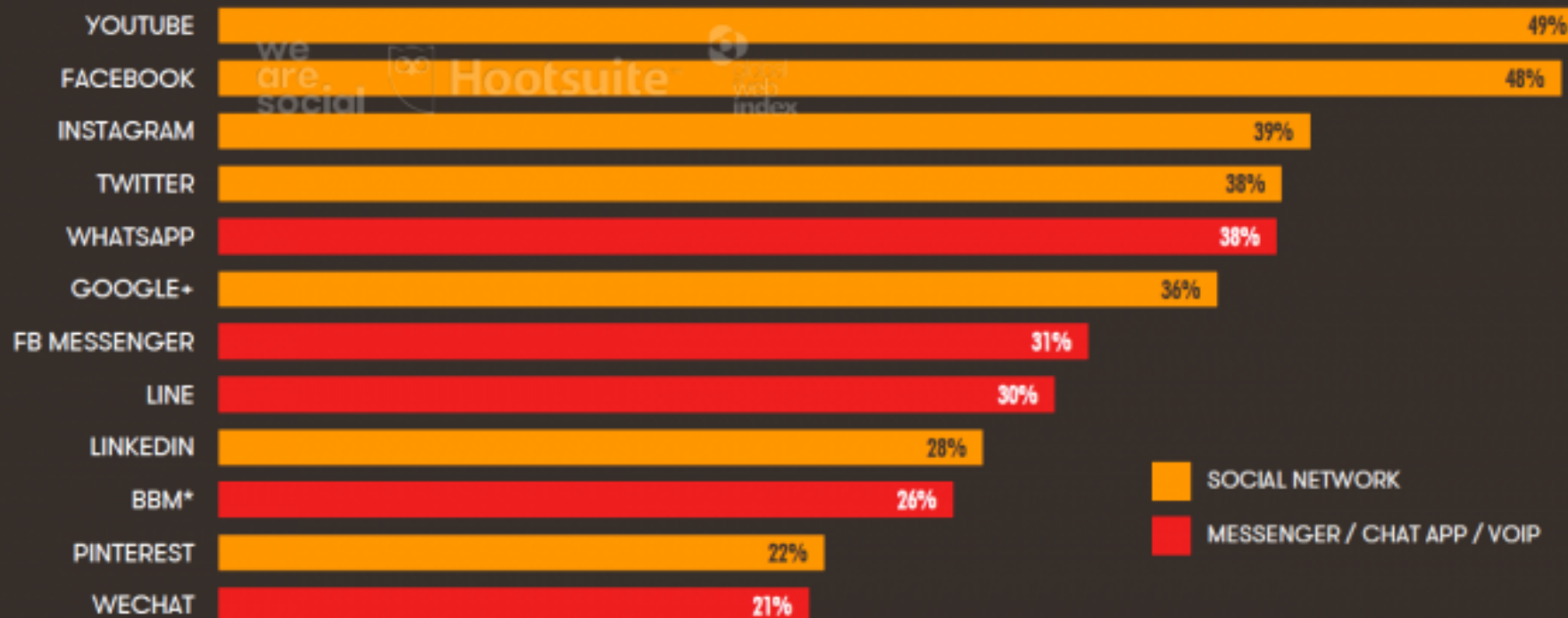
92.0
MILLION

PENETRATION:
35%

JAN
2017

MOST ACTIVE SOCIAL MEDIA PLATFORMS

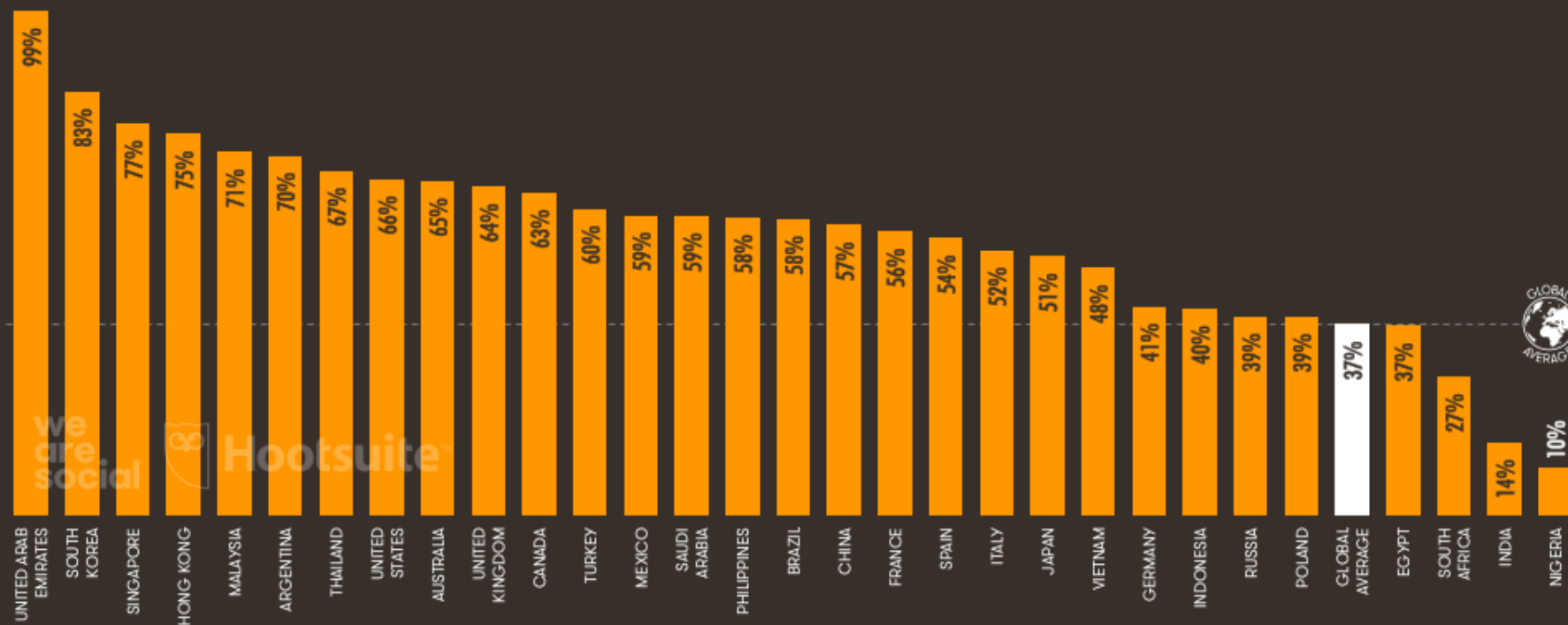
SURVEY-BASED DATA: FIGURES REPRESENT USERS' OWN CLAIMED / REPORTED ACTIVITY



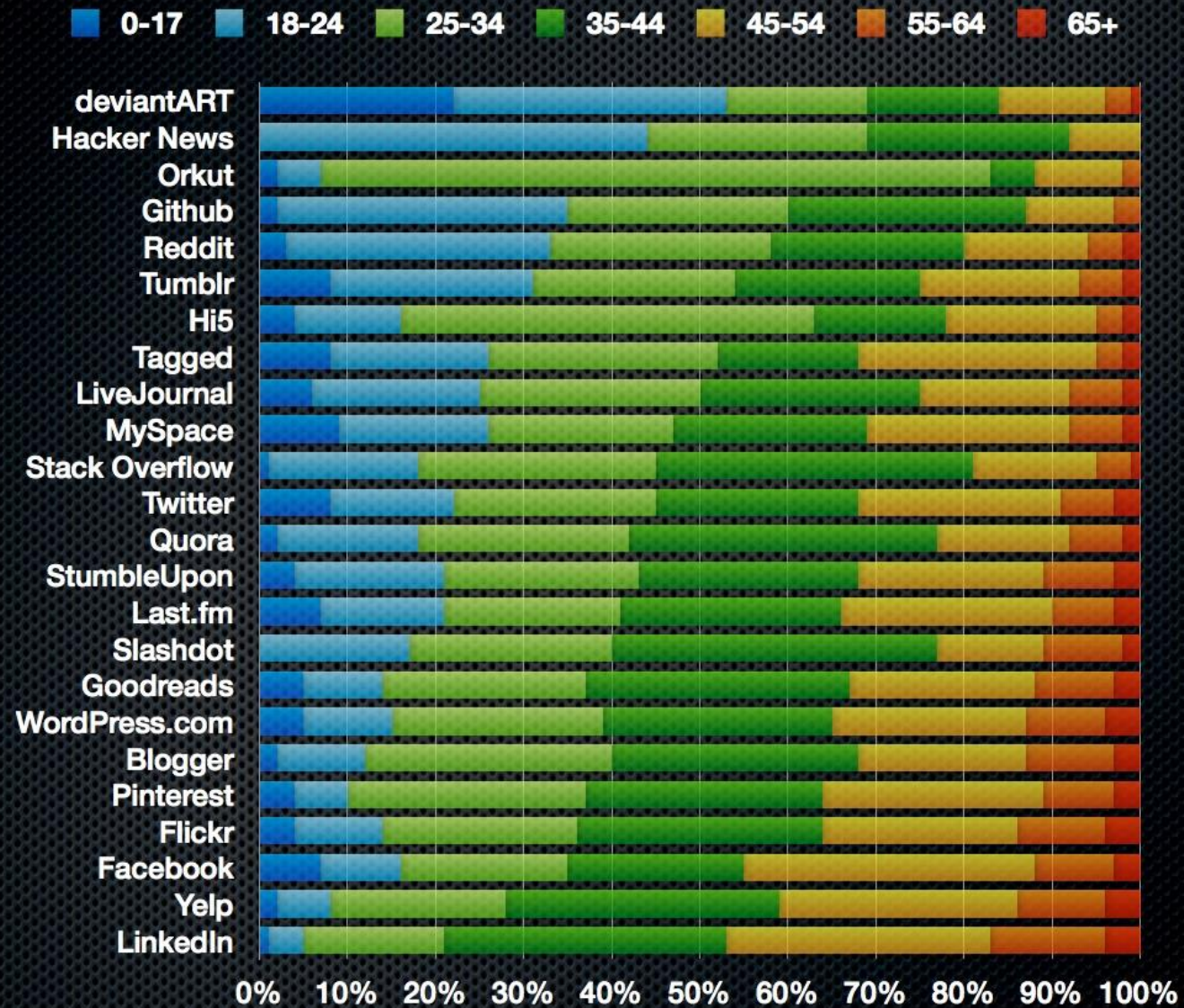
JAN
2017

SOCIAL MEDIA PENETRATION BY COUNTRY

MONTHLY ACTIVE ACCOUNTS ON THE TOP SOCIAL NETWORK IN EACH COUNTRY, COMPARED TO POPULATION



Age distribution on social networks & online communities



Sorted by average age, lowest at the top.

Data source: DoubleClick Ad Planner (Google), U.S. demographics, June 2012.

www.pingdom.com

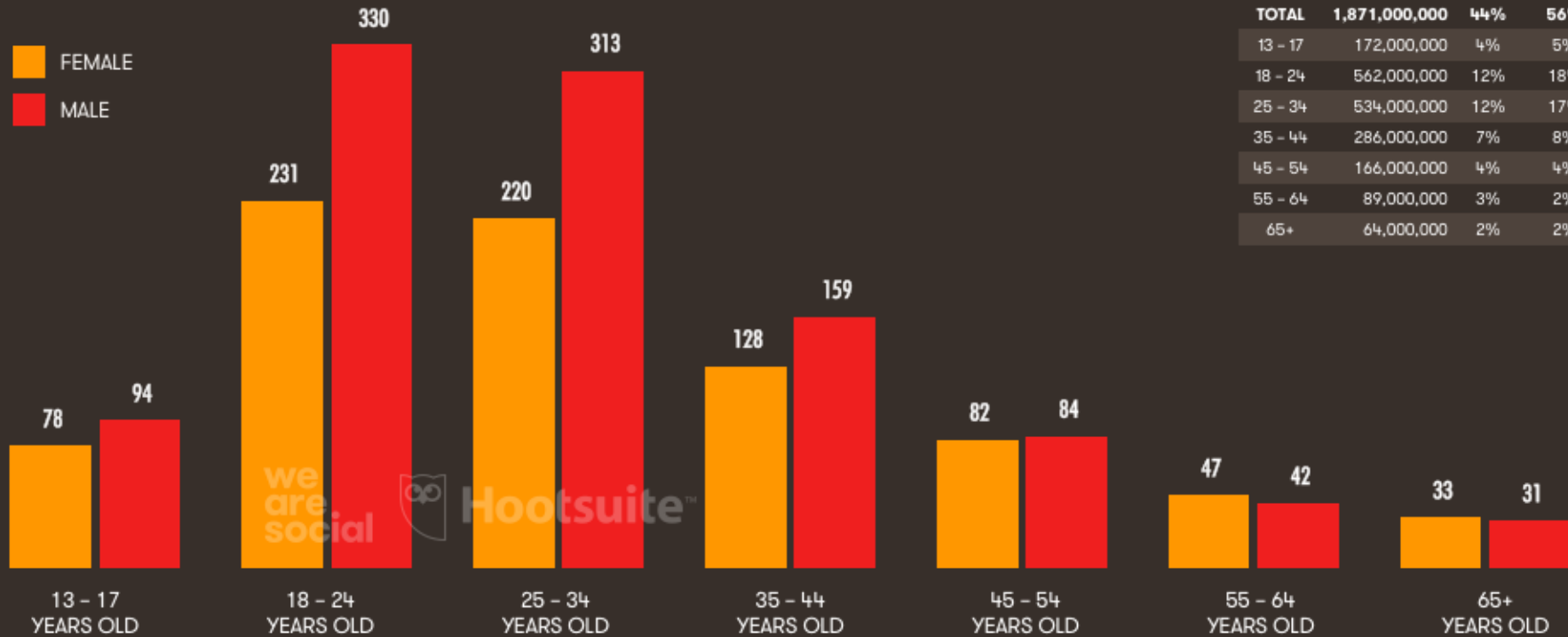
Frequency of using social media by age and gender

Frequency of using social networking sites	Total	Male	Female	14-19	20-29	30-39	40-49	50-64	65+
At least once a day	46%	40%	53%	69%	71%	57%	45%	29%	21%
Most days	5%	5%	6%	4%	9%	8%	2%	8%	1%
A few times a week	7%	10%	5%	18%	6%	6%	6%	6%	7%
About once a week	7%	6%	7%	2%	6%	6%	9%	10%	2%
Less often than weekly	3%	4%	2%	0%	3%	2%	3%	5%	1%
Never	31%	34%	28%	7%	4%	20%	33%	42%	68%

JAN
2017

PROFILE OF FACEBOOK USERS

BREAKDOWN OF FACEBOOK'S GLOBAL USERS BY AGE AND GENDER, IN MILLIONS



KOMPOSISI PENGGUNA INTERNET INDONESIA



BERDASARKAN PEKERJAAN



SURVEY APJII 2016

132,7 JUTA
PENGGUNA INTERNETSURVEY
APJII 201488 JUTA
PENGGUNA INTERNET

KOMPOSISI PENGGUNA INTERNET INDONESIA

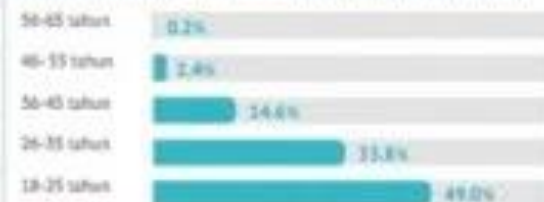
BERDASARKAN USIA

29,2% 38,7
JUTA
35 - 4418,4% 24,4
JUTA
10 - 2424,4% 32,3
JUTA
25 - 3418% 23,8
JUTA
45 - 5410% 13,2
JUTA
55 KEATAS

SURVEY APJII 2016

132,7
JUTA
PENGGUNA INTERNET

PUSKAKOM

SURVEY APJII 2014 88
JUTA
PENGGUNA INTERNET

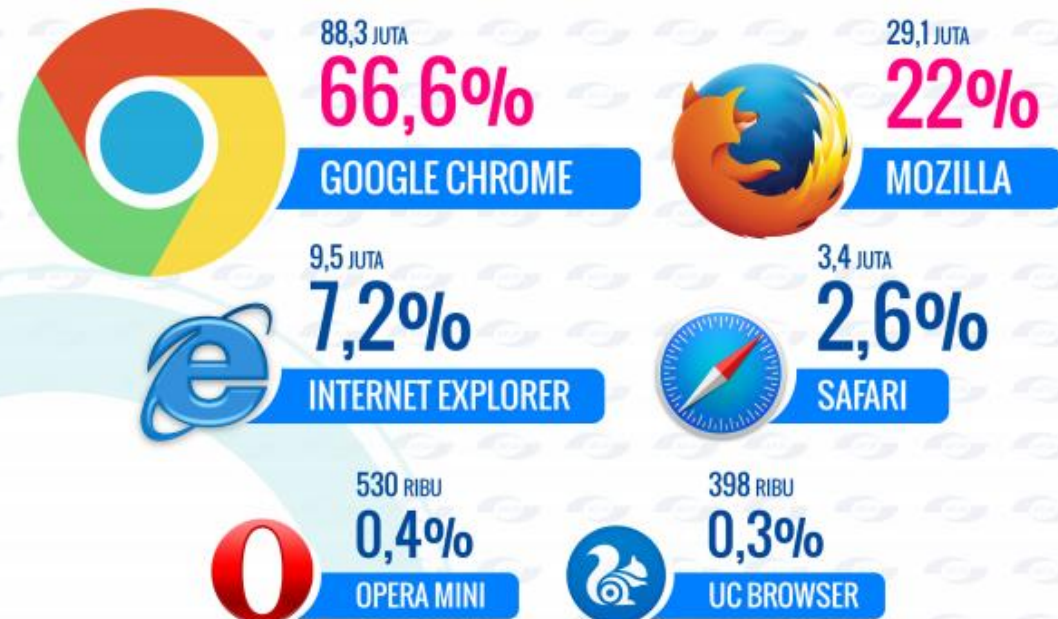
PERILAKU PENGGUNA INTERNET INDONESIA



PERANGKAT YANG DIPAKAI UNTUK BROWSING



BROWSER YANG DIGUNAKAN



PENETRASI PENGGUNA INTERNET INDONESIA



Keuntungan penggunaan pemasaran lewat sosial media, antara lain:

- Meningkatkan eksposur.
- Meningkatkan traffic.
- Membangun pelanggan yang loyal.
- Memberikan wawasan pemasaran.
- Membangun menjadi pemimpin dalam penjualan.
- Memperbaiki dalam urutan.
- Menumbuhkan kemitraan bisnis.
- Mengurangi biaya pemasaran.
- Menyempurnakan penjualan.

BENEFIT OF SOCIAL MEDIA MARKETING

