

# Proses Analisis Data Media Sosial

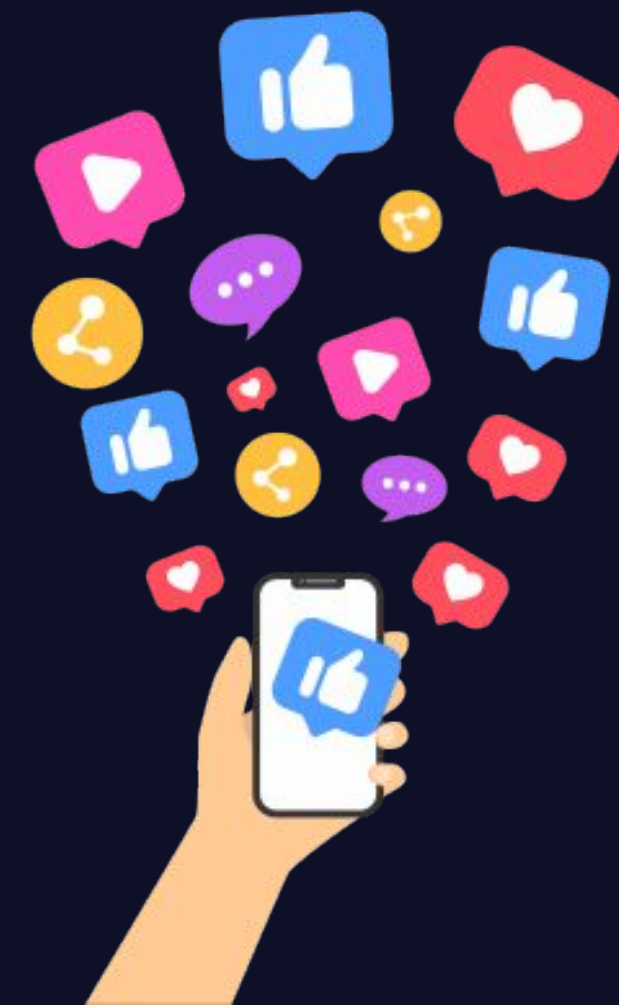
MSIB Batch 6

**By ONE Indonesia**



## Definisi Media Sosial

Media sosial adalah suatu platform dengan fasilitas yang membuat penggunanya dapat melakukan aktivitas sosial. Aktivitas sosial ini dapat seperti komunikasi sebagai interaksi sosial dengan mengirim atau memberi informasi, berbagi foto dan video dan lain sebagainya sesuai dengan fasilitas yang dimiliki.



## Definisi Analisis Data Media Sosial

Analisis data media sosial merujuk pada proses pengumpulan, analisis, dan interpretasi data yang dihasilkan dari aktivitas pengguna di media sosial.



## Mengapa Analisis Data Media Sosial Penting?

Analisis data media sosial menjadi penting karena dapat memberikan wawasan, merespons secara efektif, mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, dan memaksimalkan pengaruh di media sosial.



# Tujuan Analisis Data Media Sosial

Memahami preferensi dan minat audiens

Memonitor suatu merek dan reputasi

Mengukur efektivitas kampanye

# Indikator Analisis Data Media Sosial

## Reach

Reach adalah jumlah orang yang telah melihat konten yang telah diposting.

## Impression

Impressions adalah jumlah tampilan konten yang telah ditampilkan.

## Engagement

Engagement merujuk pada jumlah interaksi antara audiens dan konten.

# Jenis-jenis Tools Analisis Data Media Sosial Gratis

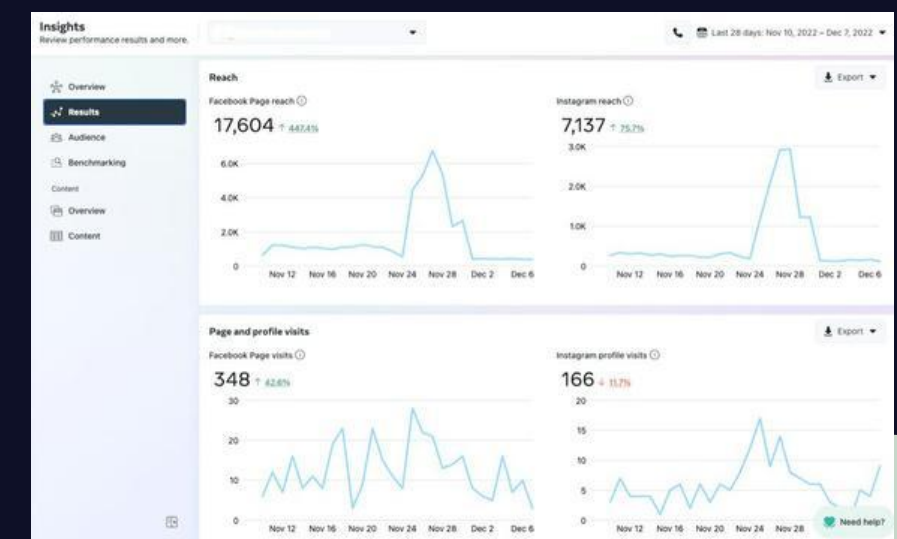
## Instagram Analytics



## TikTok Analytics



## Meta Business Suite



# **STUDY CASE 1**



## STUDY CASE 1

### **Studi Kasus: Analisis Campaign Media Sosial dengan Penghitungan**

Soni adalah seorang social media specialist yang bekerja untuk sebuah perusahaan fashion. Perusahaan tersebut meluncurkan kampanye baru untuk meningkatkan kesadaran merek dan penjualan melalui Instagram, Facebook, dan Twitter. Andrea diminta untuk menganalisis kinerja kampanye ini

# STUDY CASE 1

## Hasil yang didapatkan:

### 1. Instagram:

- Total posting: **20**
- Jumlah rata-rata like per posting: **500**
- Jumlah rata-rata komentar per posting: **50**
- Jumlah rata-rata berbagi per posting: **30**

### 2. Facebook:

- Total posting: **15**
- Jumlah rata-rata like per posting: **300**
- Jumlah rata-rata komentar per posting: **25**
- Jumlah rata-rata berbagi per posting: **20**

### 3. Twitter:

- Total posting: **10**
- Jumlah rata-rata like per posting: **150**
- Jumlah rata-rata retweet per posting: **20**
- Jumlah rata-rata balasan per posting: **10**

## **STUDY CASE 1**

**Pertanyaan :**

- 1. berdasarkan hasil pemaparan diatas, manakah platform yang menghasilkan interaksi terbaik? (urutkan dari yang terbesar)**
- 2. berdasarkan hasil tersebut, apa saran yang dapat kamu berikan?**

# **STUDY CASE 2**

## STUDY CASE 2

Andrea ingin menggunakan rumus conversion rate untuk menganalisis efektivitas ketiga hashtag di Twitter.

### Data Hashtag:

1. **#FashionTrend2024:**
  - Total penggunaan: 500 kali
  - Rata-rata retweet per penggunaan: 20
  - Rata-rata like per penggunaan: 50
2. **#StyleInspiration:**
  - Total penggunaan: 300 kali
  - Rata-rata retweet per penggunaan: 10
  - Rata-rata like per penggunaan: 40
3. **#NewCollection:**
  - Total penggunaan: 400 kali
  - Rata-rata retweet per penggunaan: 15
  - Rata-rata like per penggunaan: 60

## STUDY CASE 2

### Pertanyaan:

1. Manakah dari ketiga hashtag tersebut yang memiliki conversion rate tertinggi?
2. Apakah ada korelasi antara jumlah penggunaan hashtag dengan conversion rate?

# **STUDY CASE 3**

## STUDY CASE 3

### Studi Kasus: Brand Awareness dan Sales Campaign di Media Sosial

**Latar Belakang:** Perusahaan "KM Fashion Brand" meluncurkan koleksi terbarunya dan ingin meningkatkan brand awareness serta penjualan melalui kampanye media sosial.

#### Jumlah Data Postingan :

- Jumlah posting di Instagram: 10
- Jumlah posting di Facebook: 5
- Jumlah video di TikTok: 3



## STUDY CASE 3

### Performance Analysis :

#### 1. Brand Awareness:

- **Instagram:** Total views: 100,000, Total like: 20,000, Total komentar: 1,000, Total share: 500
- **Facebook:** Total views: 50,000, Total like: 10,000, Total komentar: 500, Total share: 300
- **TikTok:** Total views: 30,000, Total like: 5,000, Total komentar: 200, Total share: 100

#### 2. Sales:

- Jumlah klik ke e-commerce dari Instagram: 10,000
- Jumlah klik ke e-commerce dari Facebook: 5,000
- Jumlah klik ke e-commerce dari TikTok: 3,000
- Total konversi (penjualan) dari Instagram: 1,000
- Total konversi (penjualan) dari Facebook: 500
- Total konversi (penjualan) dari TikTok: 300

## **STUDY CASE 3**

### **Pertanyaan :**

- 1. Berapa Interaksi yang dihasilkan pada Campaign yang dijalankan (Secara keseluruhan) ?**
- 2. Berapa tingkat Conversion rate yang dihasilkan pada campaign yang dijalankan (secara keseluruhan)?**
- 3. Menurutmu bagaimana hasil campaign yang dijalankan kali ini?**

**Thank you**