



Istilah-Istilah Teknis Media Sosial

Pendalaman konsep untuk strategi digital yang lebih optimal – pahami metrik dan terminologi kunci yang mendorong keputusan pemasaran yang lebih cerdas.

Engagement Rate

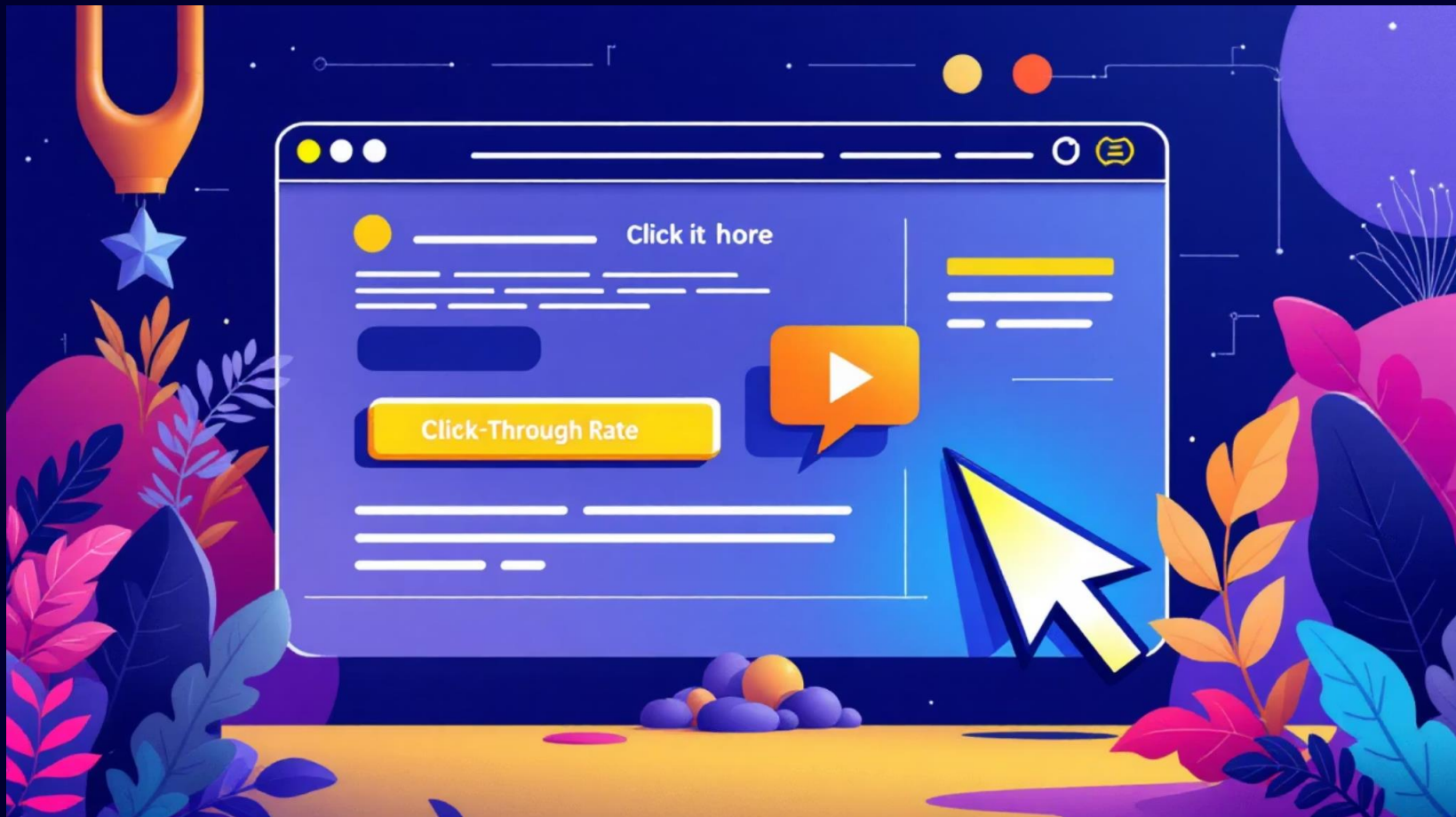
Persentase interaksi audiens dibandingkan jumlah followers atau reach. Metrik ini mengukur **kualitas interaksi**, bukan sekadar jumlah pengikut.

Rumus Umum

$$(\text{Like} + \text{Comment} + \text{Share}) \div \text{Followers} \times 100\%$$

Mengapa Penting?

Engagement rate tinggi menandakan konten relevan dan audiens terhubung secara aktif dengan brand Anda.



METRIK KUNCI

Click Through Rate (CTR)

Persentase pengguna yang mengklik link dari total yang melihat konten atau iklan Anda.

Indikator Efektivitas CTA

CTR tinggi = pesan dan ajakan bertindak Anda berhasil menarik perhatian.

Rumus

$\text{Klik} \div \text{Tayangan} \times 100\%$

Conversion Rate

Persentase pengguna yang melakukan **tindakan yang diinginkan** – membeli, mendaftar, mengunduh – dari total yang mengunjungi halaman Anda.

Tujuan Kampanye

Mengukur keberhasilan nyata dari setiap kampanye digital yang dijalankan.

Rumus

$$\text{Konversi} \div \text{Total Pengunjung} \times 100\%$$

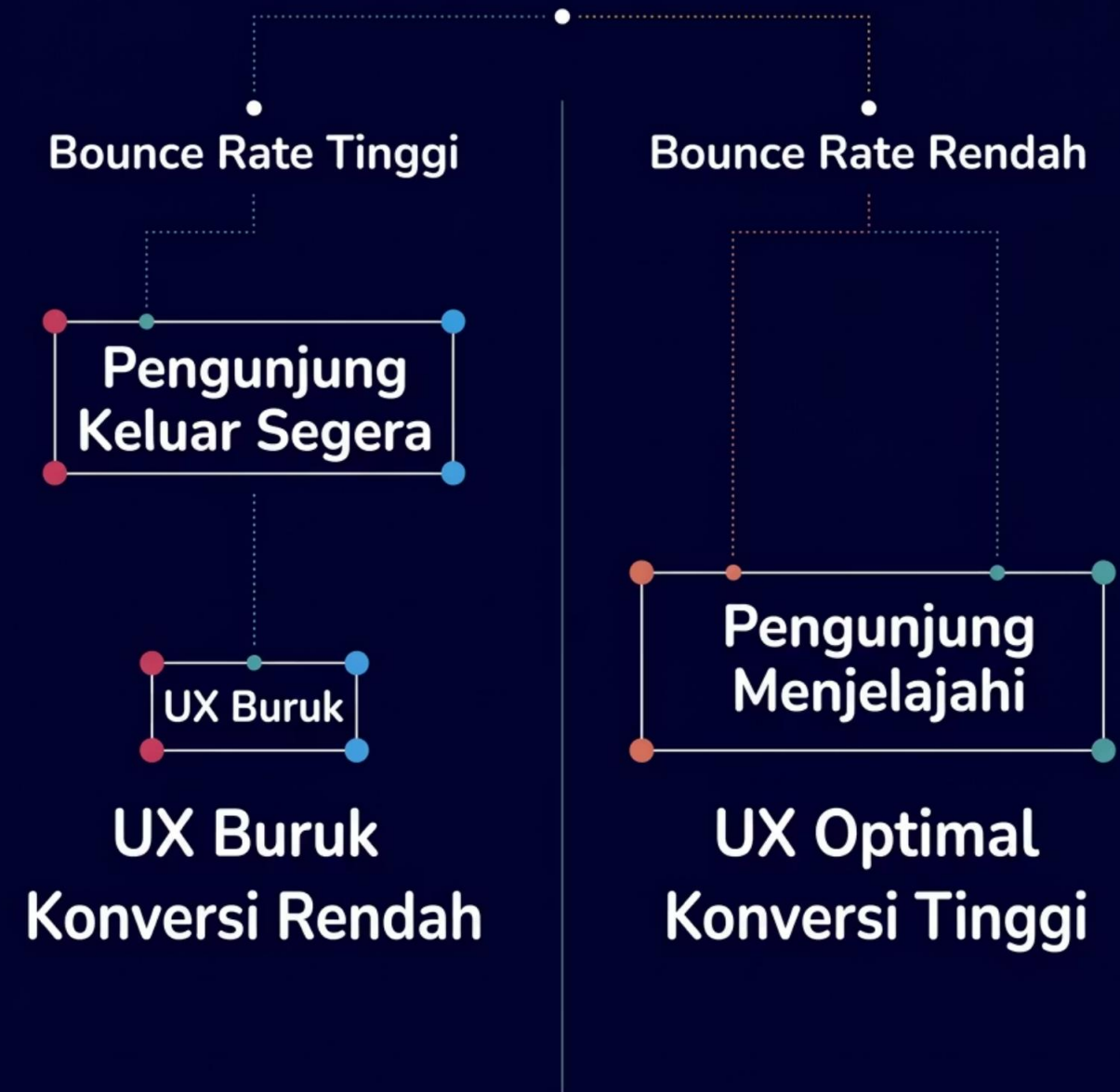
Optimasi

Tingkatkan dengan memperbaiki UX, CTA, dan relevansi penawaran.

KUALITAS KONTEN

Bounce Rate

Persentase pengunjung yang **langsung keluar** dari halaman tanpa melakukan interaksi apa pun.



Bounce Rate Tinggi

Konten tidak relevan atau pengalaman pengguna buruk.



Bounce Rate Rendah

Pengunjung tertarik dan menjelajahi lebih lanjut.



Organic vs Paid Reach

Kedua jenis jangkauan ini saling melengkapi dalam membangun kehadiran digital yang kuat dan berkelanjutan.

Organic Reach

Jangkauan alami tanpa iklan berbayar. Dibangun melalui konten berkualitas, konsistensi, dan komunitas yang loyal.

Paid Reach

Jangkauan melalui iklan berbayar. Memungkinkan targeting yang presisi dan skalabilitas jangkauan yang lebih cepat.

Call To Action (CTA)

Ajakan eksplisit kepada audiens untuk melakukan tindakan spesifik. CTA yang kuat adalah **jembatan antara minat dan konversi**.



Contoh CTA Efektif

"Klik Sekarang", "Daftar Gratis", "Beli Sekarang", "Pelajari Lebih Lanjut"



Ciri CTA yang Kuat

Jelas, mendesak, dan memberikan nilai nyata bagi audiens.



Dampak pada Konversi

CTA yang tepat dapat meningkatkan conversion rate secara signifikan.



STRATEGI INFLUENCER

Influencer

Individu dengan pengaruh besar dan komunitas yang loyal di media sosial. Digunakan dalam strategi pemasaran untuk menjangkau audiens tertentu secara autentik.

■ Mega Influencer

1 juta+ followers, jangkauan luas.

■ Micro Influencer

10K–100K followers, engagement tinggi.

■ Nano Influencer

1K–10K followers, sangat autentik.

User Generated Content (UGC)

Konten yang dibuat secara sukarela oleh pengguna – bukan brand. UGC meningkatkan kepercayaan dan engagement karena bersifat **autentik dan tidak terasa seperti iklan**.



Membangun Kepercayaan

Testimoni dan konten nyata dari pengguna lebih dipercaya calon pelanggan.



Meningkatkan Engagement

Konten buatan komunitas mendorong interaksi organik yang lebih tinggi.



Memperluas Jangkauan

Pengguna yang membagikan konten menjadi ambassador brand secara alami.



ANALISIS & REPUTASI

Social Listening

Proses memantau, menganalisis, dan merespons percakapan publik di media sosial. Membantu brand memahami opini, tren, dan reputasi secara real-time.

PANTAU

(lacak sebutan & tagar)

ANALISIS

(sentimen & tren)

SIKLUS SOCIAL LISTENING

OPTIMALISASI

(tingkatkan strategi)

RESPOND

(libatkan & kelola reputasi)

01

Pantau Percakapan

Identifikasi mention, hashtag, dan topik terkait brand.

02

Analisis Sentimen

Pahami apakah percakapan bersifat positif, negatif, atau netral.

03

Ambil Keputusan

Gunakan insight untuk strategi konten dan manajemen

Made with GAMMA