



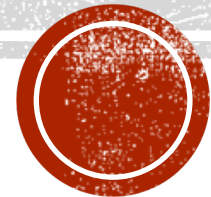
PEMANFAATAN INSTAGRAM UNTUK DIGITAL MARKETING UMKM

Dr. Fajar Junaedi

Pembekalan KKN Reguler

UMKM Go Digital

1 Juli 2020





Active Instagram Users



Instagram has

1 billion

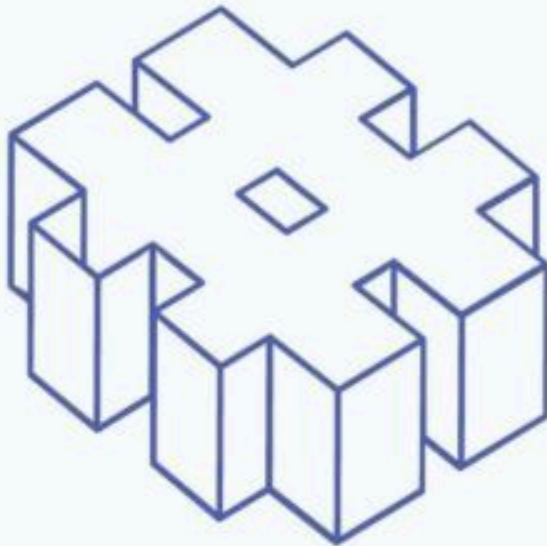
monthly active users and **more than 500 million of them use the platform every day.**

(Statista, 2018)





Instagram Hashtags Usage



The average post
on Instagram
contains

10.7

hashtags.

(HubSpot, 2020)





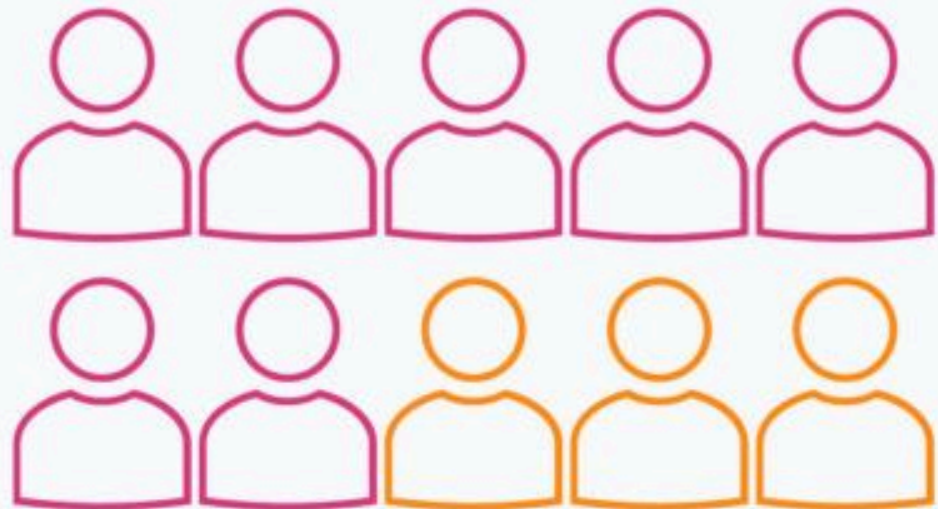
Young Adults Love Instagram

With a billion users
on the app,

71%

of which are
under age 35.

(Statista, 2019)





Average Time Spent on Instagram

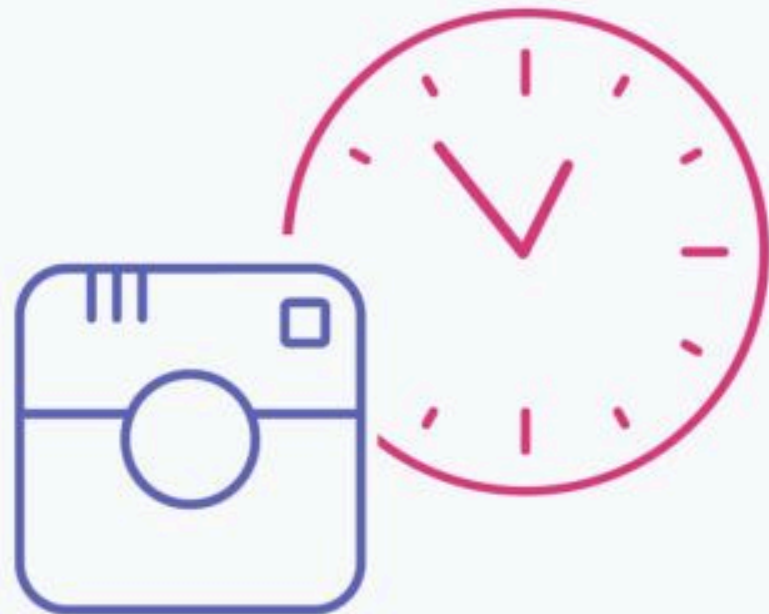
Instagram users'
spent an average of

0:53

hours minutes

per day on the
platform compared to
Facebook users' 58
minutes per day.

(Recode 2018)





Businesses are Using Instagram



An Estimated
71%
of US Businesses
use Instagram.
(Mention, 2018)



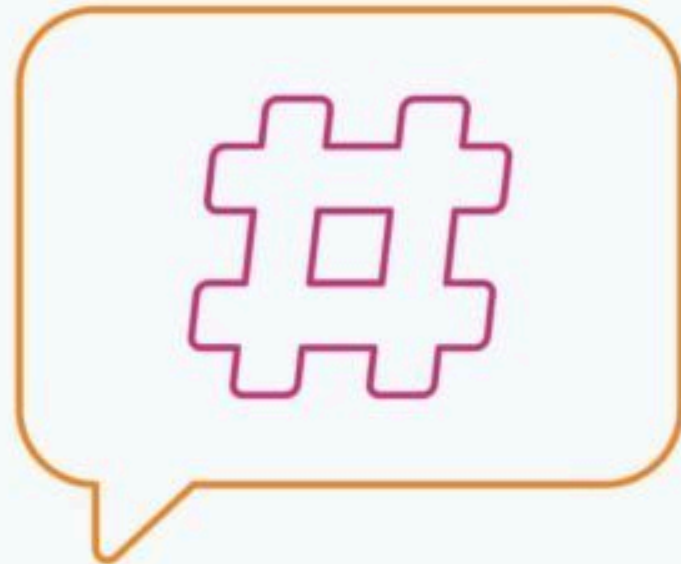


Instagram Sponsored Content Growth

The use of the
#ad hashtag on
Instagram
increased by

133%

from February 2018
to February 2019.



Instagram Stories Usage



500 million

IG accounts use Instagram Stories every day, **1/3 of the most viewed IG stories are from businesses.**

(Instagram, 2018)



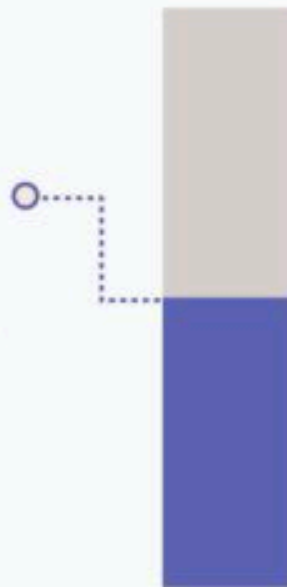


Instagrammers Follow Brands

50%

of IG users **follow at least one business.**

(Mention, 2018)





Instagram Engagement Matters



Instagram can
generate over

4x

more interactions on
Instagram compared
to Facebook.

(Socialbakers, 2018)





Instagram Has a Strong Impact on People's Shopping Journeys

Instagram helps

80%

of Instagrammers **decide whether to buy a product or service.**

(Facebook, 2019)



KESIMPULAN

- Over the years Instagram has proven to be a powerful marketing tool for businesses that are looking to expand both their visibility and reach.



KEUNGGULAN

- Instagram merupakan sosial media yang saat ini tengah digandrungi orang-orang, termasuk di Indonesia.
- Media sosial yang memiliki berbagai macam fitur menarik ini memang berhasil memikat para pengguna setianya.



- Menjalankan bisnis UMKM melalui instagram, tujuan utamanya tentu saja adalah memasarkan produk dan meningkatkan *brand awareness*.
- Agar tujuan tersebut tercapai, pengusaha UMKM harus mendapatkan laporan sejauh apa strategi pemasaran yang harus dilakukan.




- Salah satu kelebihan instagram dibandingkan sosial media lainnya adalah adanya fitur insight.
- Insight di instagram bermanfaat untuk mengetahui performa akun yang digunakan.
- Secara fungsional, fitur insight sangat berguna bagi orang-orang yang memiliki usaha, dengan kata lain insight dianggap sebagai digital marketing tools.



- Insight instagram dapat memberikan data-data dan informasi yang terbilang cukup lengkap mengenai karakteristik follower, efektivitas konten, dan dampak dari konten yang dibagikan di instagram.
- Data-data tersebut ditampilkan dan diberikan secara gratis oleh instagram, sehingga pengguna bisa menetapkan acuan untuk konten berikutnya. Hal ini tentu sangat menguntungkan pengguna instagram yang memiliki bisnis online untuk mempromosikan produk-produknya.




- 
- Fitur insight tidak serta merta muncul secara otomatis di setiap akun instagram. Pengguna harus menggunakan business profile.
 - Cara mengubah akun instagram menjadi business profile adalah melalui menu option, kemudian pilih switch to business profile. Akan muncul tampilan yang mengharuskan pengguna mengisi sejumlah data dan login menggunakan facebook page.



- Hal-hal lain yang perlu diingat apabila ingin mengubah instagram menjadi akun bisnis diantaranya jumlah followers dan umur akun.
- Contohnya, apabila akun instagram tersebut belum memiliki jumlah minimal followers yang ditetapkan oleh instagram. Sayangnya, belum diketahui berapa banyak minimal jumlah followers yang harus dimiliki setiap akun instagram.



- 
- Seperti yang sudah dijelaskan, insight instagram memiliki banyak manfaat untuk berbisnis. Data dari insight yang diberikan instagram ibarat kompas yang bisa menentukan arah dan jalan sebuah bisnis.
 - Adanya data memudahkan para pemilik usaha online melakukan analisa, evaluasi, dan perencanaan yang lebih baik untuk selanjutnya. Sebelum merencanakan strategi pemasaran selanjutnya, ada beberapa metrik dalam insight yang perlu diketahui oleh user.



POSTINGAN INSTAGRAM (FOTO ATAU VIDEO)

- *Impressions*: jumlah berapa kali sebuah postingan dilihat pengguna.
- *Reach*: Jumlah pengguna yang telah melihat sebuah postingan
- *Likes*: Jumlah pengguna yang menyukai sebuah postingan.
- *Comments*: Jumlah komentar dalam sebuah postingan Anda.
- *Saved*: Jumlah pengguna yang menyimpan sebuah postingan.
- *Engagement*: Jumlah pengguna yang memberikan like (suka), save (menyimpan), atau comment (komentar pada sebuah postingan)
- *Views*: Jumlah views yang melihat postingan video



INSTAGRAM STORIES

- **Impressions:** Jumlah berapa kali foto atau video tertentu dilihat lewat stories Anda.
- **Reach:** Jumlah pengguna yang melihat foto atau video tertentu di Instagram stories Anda.
- **Exits:** jumlah berapa kali para pengguna pergi dari stories Anda
- **Replies:** Jumlah balasan komentar di foto atau video tertentu pada stories
- **People insights:** Daftar akun yang telah melihat foto atau video tertentu dalam stories Anda



AUDIENCE INSIGHTS INSTAGRAM

- **Gender:** Distribusi gender follower Anda (pria atau wanita)
- **Age:** Distribusi usia pengikut Anda (13-17, 18-24, 25-34- 35-44, 45-54, 55-64, 65+).
- **Top locations:** Lima kota dan negara teratas tempat follower Anda berada
- **Followers – Hours:** Waktu rata-rata (dalam jam) follower Anda berada di Instagram pada setiap hari dalam seminggu
- **Followers – Days:** suatu hari dalam seminggu ketika follower Anda paling aktif



PROFILE ANALYTICS

- **Follower count:** Jumlah orang yang mengikuti akun Instagram.
- **Impressions:** jumlah berapa kali semua postingan Anda dilihat pengguna.
- **Reach:** Jumlah pengguna yang telah melihat beberapa postingan Anda.
- **Profile views:** Jumlah berapa kali profil Anda dilihat.
- **Website clicks:** Jumlah klik pada link website yang ada di bio profile Anda.



- **Call clicks / Email clicks:** jumlah klik untuk to menghubungi atau mengirim email bisnis Anda.
- **Posts:** Jumlah postingan yang sudah Anda publish.
- **Mentions:** Jumlah posting Instagram yang menyebutkan akunInstagram Anda
- **Branded hashtags:** Jumlah posting Instagram dengan tagar bermerek Anda



Best Time to Post on Instagram



Best Days

Worst Day



11 AM - 1 PM

during lunch time

7 PM - 9 PM

after work



Wednesdays get the highest level of engagement on Instagram.



Most Instagrammers tend to login via mobile. So they tend to avoid browsing during work hours.



TERIMA KASIH

- Fajar Junaedi
- 085866818889
- IG/Twitter @fajarjun

