



Social Media Marketing

Haniffadhilah
2313025058



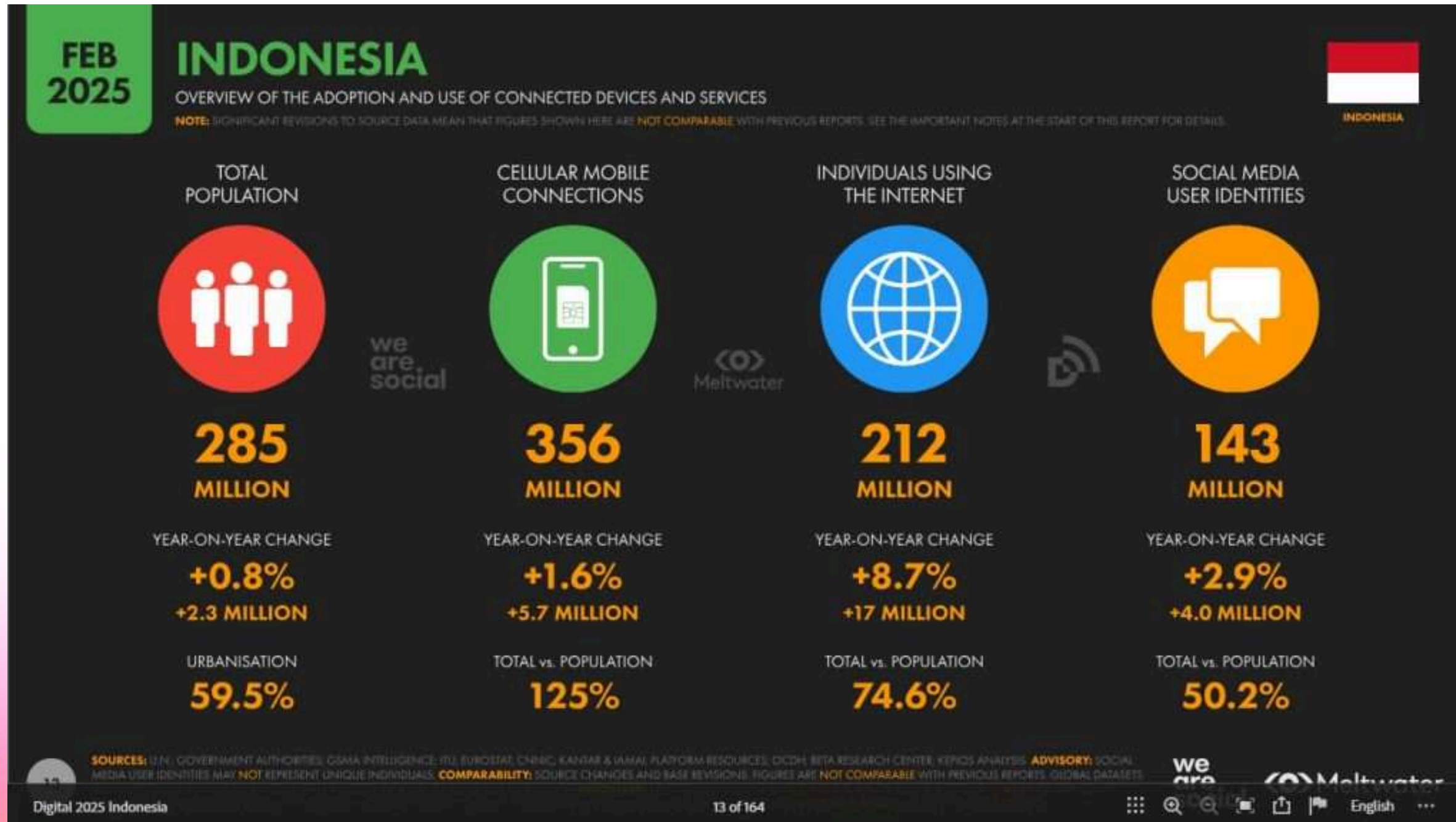


92% of marketers believe social media is critical to their business, with global ad spending on social media projected to exceed \$200 billion by 2024.

Apa Itu Sosial Media

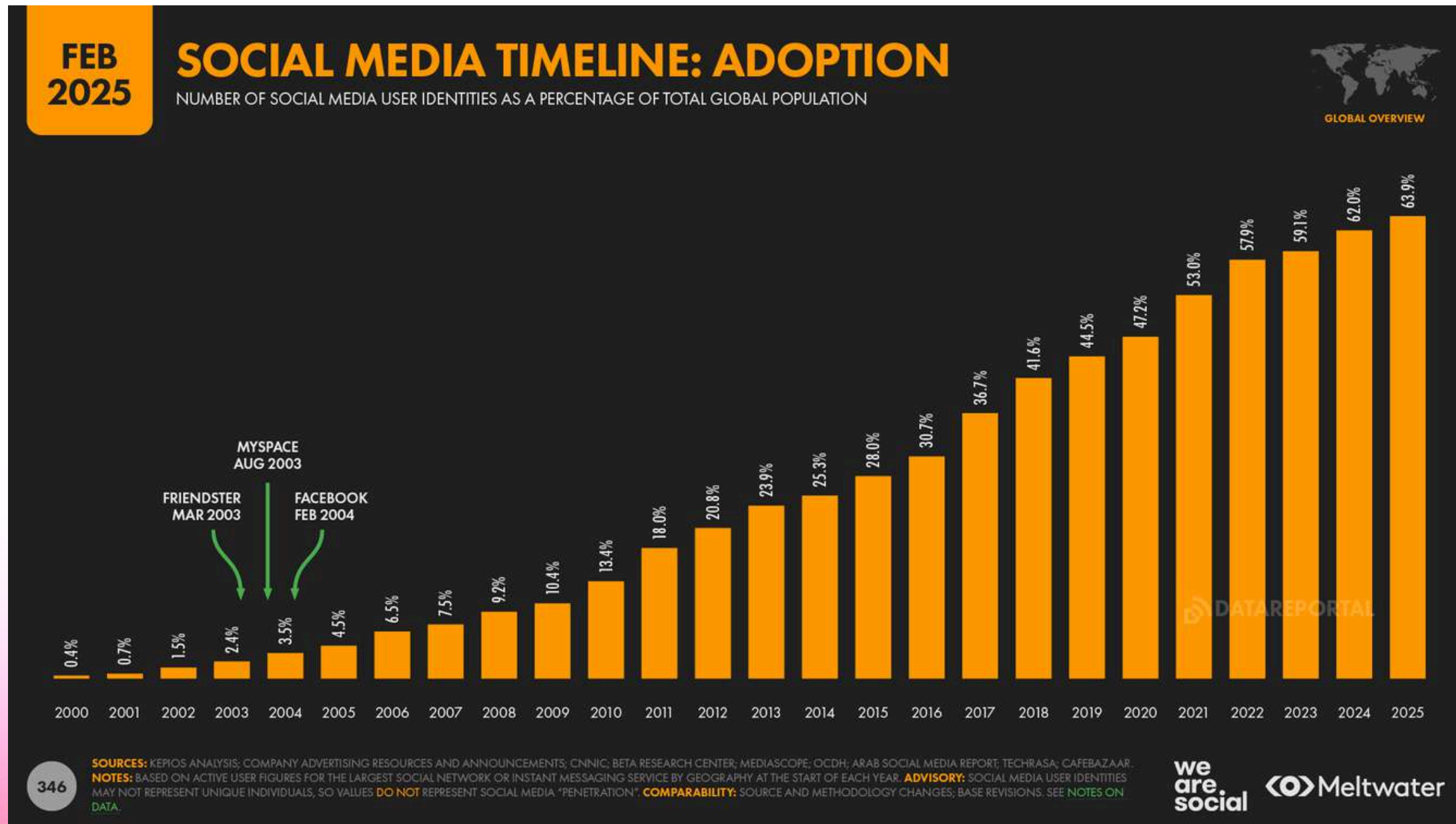
Platform media sosial merupakan bagian integral dari komunikasi modern, dengan miliaran pengguna aktif setiap harinya. Memahami tren yang sedang berkembang memungkinkan merek dan individu untuk terhubung secara autentik, memaksimalkan interaksi, dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Menjadi yang terdepan di media sosial berarti menjadi yang terdepan dalam bisnis.

Data Digital Indonesia per Februari 2025

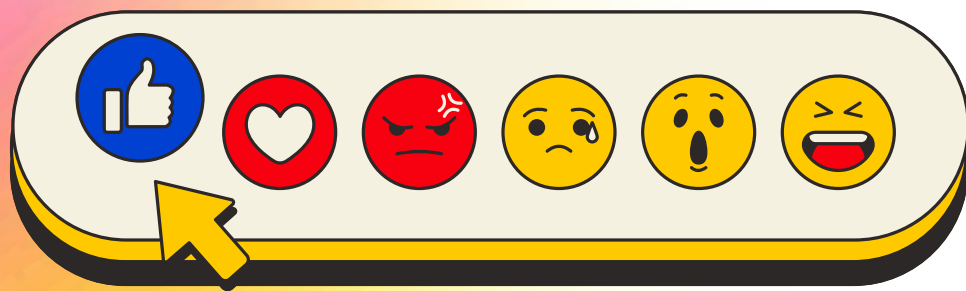


- Total Populasi: 285 juta jiwa
- Naik sebesar 0,8% (+2,3 juta) dibanding tahun sebelumnya.
- Tingkat urbanisasi mencapai 59,5%.
- Koneksi Seluler (Cellular Mobile Connections): 356 juta
- Meningkat 1,6% (+5,7 juta).
- Jumlah ini setara 125% dari total populasi, artinya banyak orang memiliki lebih dari satu kartu SIM.
- Pengguna Internet: 212 juta
- Naik 8,7% (+17 juta) dari tahun sebelumnya.
- Setara dengan 74,6% dari total populasi Indonesia.
- Identitas Pengguna Media Sosial: 143 juta
- Meningkat 2,9% (+4 juta).
- Setara dengan 50,2% dari total populasi.

Perkembangan Sosial Media

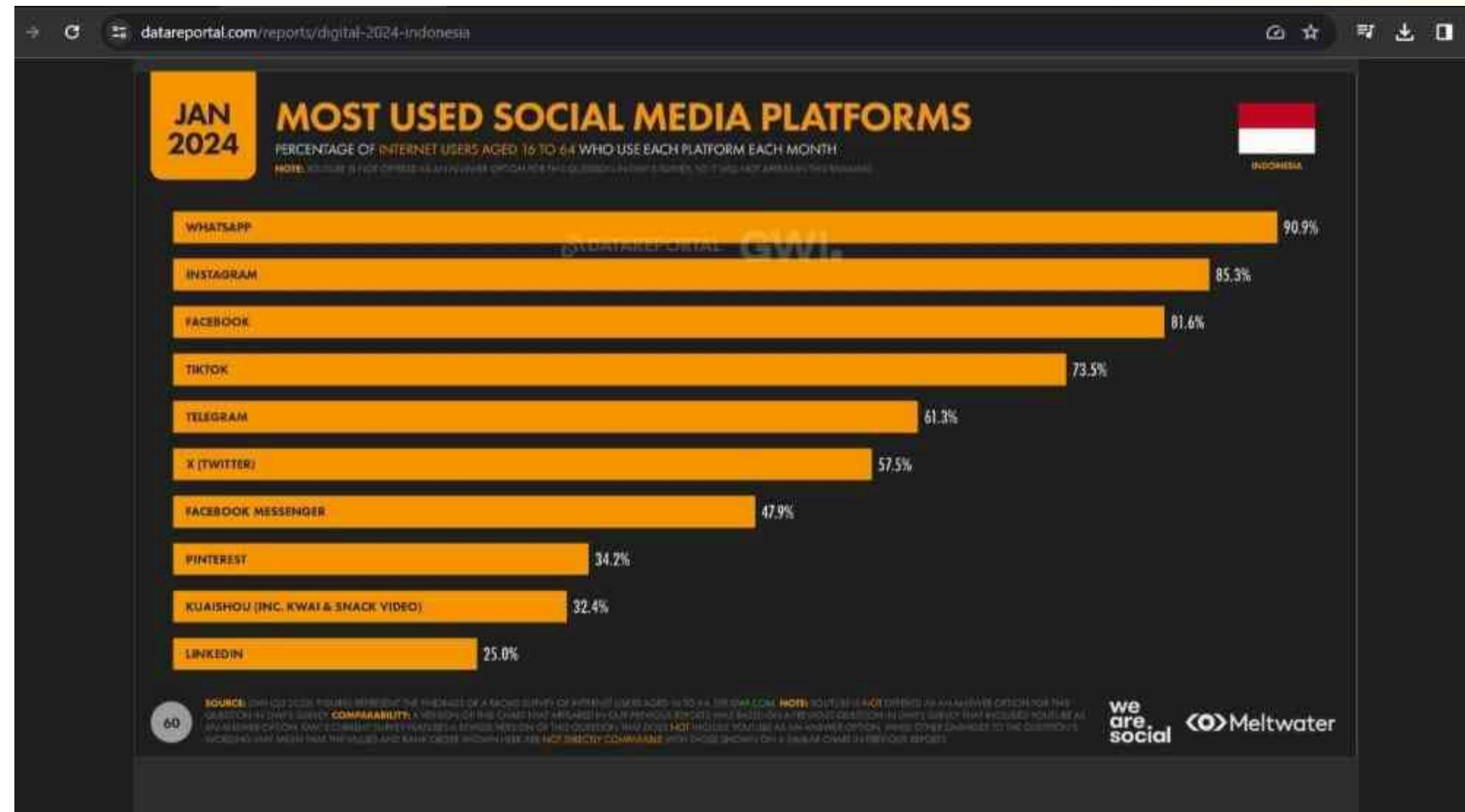


Grafik ini menggambarkan bagaimana media sosial berkembang sangat cepat selama dua dekade terakhir. Kini, lebih dari 60% penduduk dunia aktif di media sosial — artinya, bagi bisnis dan brand, platform ini bukan lagi pilihan tambahan, tapi kebutuhan utama dalam strategi marketing.



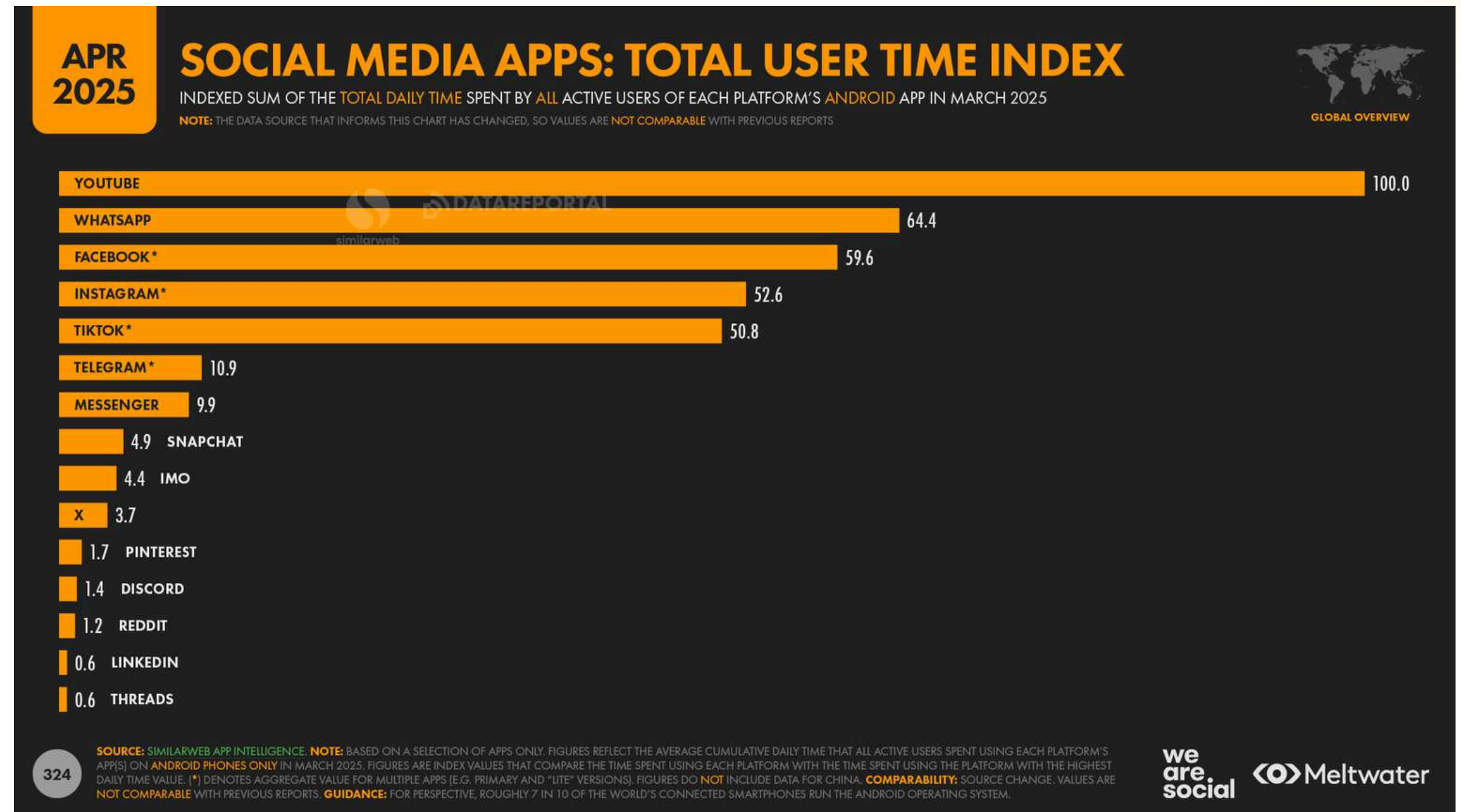
Most Used Social Media Platforms – Indonesia (Januari 2024)

- WhatsApp – 90,9%
- Instagram – 85,3%
- Facebook – 81,6%
- TikTok – 73,5%
- Telegram – 61,3%
- X (Twitter) – 57,5%
- Facebook Messenger – 47,9%
- Pinterest – 34,2%
- Kuaishou (Kwai & Snack Video) – 32,4%
- LinkedIn – 25,0%



Most Used Social Media Platforms – Internasional 2025

- YouTube – 100.0
- WhatsApp – 64.4
- Facebook – 59.6
- Instagram – 52.6
- TikTok – 50.8
- Telegram – 10.9
- Messenger – 9.9
- Snapchat – 4.9
- IMO – 4.4
- X (Twitter) – 3.7
- Pinterest – 1.7
- Discord – 1.4
- Reddit – 1.2
- LinkedIn – 0.6
- Threads – 0.6



Riset Produk

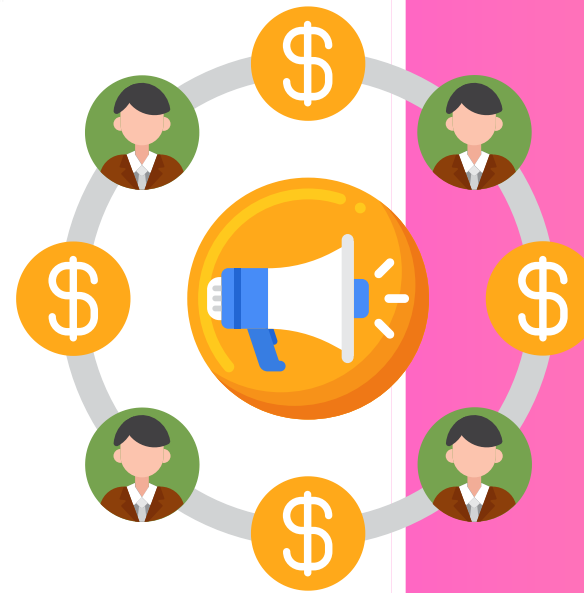
Riset produk adalah proses pengumpulan dan analisis informasi yang berkaitan dengan minat, kebutuhan, serta perilaku konsumen terhadap suatu produk. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana konsumen menemukan, menilai, dan membandingkan produk sebelum memutuskan untuk membeli.



Dalam era digital, media sosial menjadi salah satu sumber utama riset produk. Konsumen sering mencari ulasan, testimoni, atau rekomendasi dari pengguna lain melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook.

Hal ini menjadikan media sosial tidak hanya sebagai tempat promosi, tetapi juga alat riset konsumen yang kuat bagi pelaku bisnis.

Tujuan Riset Produk



- Mengetahui perilaku konsumen: memahami di mana dan bagaimana konsumen mencari informasi produk.
- Meningkatkan strategi pemasaran: agar promosi tepat sasaran sesuai kebiasaan konsumen.
- Menentukan platform pemasaran yang efektif: seperti media sosial, mesin pencari, atau situs ulasan.
- Meningkatkan kepercayaan dan keputusan pembelian: dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen.

Riset Produk

- Social Networks – 63.0%
- Search Engines – 55.3%
- Consumer Reviews – 51.6%
- Product & Brand Websites – 32.5%
- Mobile Apps – 26.0%
- Price Comparison Sites – 23.1%
- Brand & Product Blogs – 21.3%
- Video Sites – 21.0%
- Discount Voucher Sites – 20.8%
- Specialist Review Sites – 20.7%
- Q&A Sites – 17.8%
- Messenger Services – 12.3%
- Micro-Blogs – 10.3%
- Forums & Message Boards – 7.8%
- Online Pinboards – 6.2%



Thank You



"Let's innovate
together and make
your social media
strategies future-
ready!"