

DARI VISUAL KE JUALAN

STRATEGI PERNIAGAAN DI INSTAGRAM

Disediakan oleh: Afiqa Anis Tarmizu

Pasti ramai yang sudah biasa dengan platform Instagram bukan? Ia bukan sekadar tempat untuk berkongsi gambar cantik atau gaya hidup tetapi kini sudah menjadi alat pemasaran utama untuk usahawan moden yang mahu membina jenama dan menjana jualan melalui pelbagai visual yang menarik.

Dengan gabungan kreativiti dan strategi yang betul, Instagram mampu menukar perhatian pengguna menjadi pelanggan sebenar. Pada tahun 2025, platform ini mencatat **lebih 15.5 juta pengguna aktif** di Malaysia, bersamaan **43.2% daripada jumlah penduduk negara** (The Global Statistics, 2025). Secara global pula, **lebih 2.4 bilion** pengguna aktif setiap bulan (Dixon, 2025), menjadikan Instagram antara platform paling berpengaruh dalam dunia pemasaran digital hari ini terutamanya dari konteks pembinaan jenama dan penglibatan pengguna.

KUASA VISUAL YANG MENGUATKAN JENAMA

Instagram dibina atas kekuatan visual, dan visual yang tepat boleh mencetuskan emosi, membina kepercayaan serta membuatkan pelanggan untuk “klik beli”.



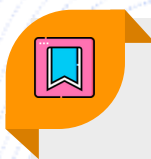
Reels

- Kandungan pendek yang boleh menjana interaksi yang tinggi.



Carousel Posts

- Penceritaan bergambar dalam format leret.



Highlights

- Menampilkan kandungan penting yang sentiasa relevan

01) REELS: KANDUNGAN PENDEK, IMPAK BESAR

Reels ialah raja kandungan di Instagram. Menurut laporan Meta (2025), Reels menjana **68% lebih interaksi** berbanding posting bergambar biasa. Gunakan Reels untuk tunjuk cara penggunaan produk, testimoni pelanggan, atau “behind the scenes” perniagaan anda.

CONTOH:

Seorang pemilik kedai kek tempatan membuat video ringkas 15 saat — kek baru keluar dari oven, disertai kapsyen “bau dia pun dah buat orang lapar”. Dalam masa sehari, video itu mencapai 20,000 tontonan dan 50 pesanan baharu. Kadang-kadang, rahsia jualan besar bermula dari video kecil yang tulus dan kreatif.

02) CAROUSEL POSTS: CERITA BERGAMBAR YANG MENGAJAR

Carousel membolehkan anda berkongsi lebih daripada satu gambar yang sesuai untuk tutorial, langkah demi langkah, atau perkongsian tip. Pengguna gemar “swipe” untuk tahu lebih banyak, jadi gunakan peluang ini untuk mendidik sambil menjual.

03) HIGHLIGHTS: PASTIKAN CERITA PENTING KEKAL HIDUP

Stories mungkin hilang selepas 24 jam, tetapi Highlights membolehkan anda menyimpan posting yang penting, contohnya seperti koleksi produk, testimoni pelanggan, atau promosi khas. Ia bukan sekadar hiasan di profil, tetapi pusat maklumat yang memudahkan pelanggan mengenali bisnes anda.

TIPS MEMAKSIMUMKAN ENGAGEMENT

Kandungan yang menarik tidak cukup jika tiada strategi. Berikut amalan yang terbukti berkesan berdasarkan kajian dan data 2024–2025:

• #Hashtag Bijak

Hashtag bukan sekadar gaya, ia “pintu masuk” kepada pelanggan baru. Kajian Hootsuite (2024) menunjukkan penggunaan 3–5 hashtag relevan mampu membantu meningkatkan capaian sehingga 12%. Gunakan gabungan hashtag umum (#usahawan, #fnbmalaysia) dan khusus (#brownieskeddah, #jubahmodest) untuk hasil maksimum.

• Masa Puncak

Waktu posting memainkan peranan besar. Berdasarkan DataReportal (2025), pengguna Instagram di Malaysia paling aktif sekitar 11 pagi hingga 1 petang dan 7 malam hingga 9 malam. Cuba buat eksperimen dan lihat waktu mana paling tinggi interaksi untuk akaun anda.

• Kolaborasi dengan Pempengaruh

Kerjasama dengan pempengaruh memberi kredibiliti segera kepada jenama anda. Laporan Influencer Marketing Hub (2025) mendapati kempen bersama pempengaruh mikro (5,000–50,000 pengikut) mampu menghasilkan ROI tiga kali ganda berbanding iklan biasa.

Kesimpulannya, Instagram bukan sekadar platform untuk mengumpul “likes” atau pengikut. Ia adalah medan bercerita, membina hubungan, dan menukar perhatian menjadi tindakan. Dengan strategi yang konsisten, visual yang kreatif, dan data yang dimanfaatkan dengan bijak, Instagram boleh menjadi “kedai depan digital” yang menghidupkan jenama anda dan memacu jualan sebenar.

MULAKAN DENGAN SATU LANGKAH HARI INI

Rakam satu Reels, kongsi kisah jenama anda, dan biarkan kreativiti anda menjadi sebab pelanggan menekan butang Follow, melayari dan seterusnya, Buy Now.



SUMBER RUJUKAN

Dixon, S. J. (2025, June 3). Instagram - statistics & facts. Statista.
<https://www.statista.com/topics/1882/instagram/#topicOverview>

The Global Statistics. (2025, June 9). Malaysia Instagram Statistics 2025 | Instagram Active Users. The Global Statistics. <https://www.theglobalstatistics.com/malaysia-instagram-users-statistics/>

