



Disediakan oleh: Amirul Imran bin Abu Kasim

Anda dah labur duit untuk iklan... tapi jualan masih “sendu”?

Hakikatnya, ramai usahawan gagal bukan sebab produk tidak bagus, tetapi kerana **iklan tidak sampai kepada orang yang betul**, atau hanya muncul sekali tanpa susulan. Dalam dunia digital yang laju, perhatian pengguna sangat singkat. Jika anda tidak menggunakan strategi **targeting dan retargeting**, anda sebenarnya sedang “membakar bajet”.

TARGETING: SASAR TEPAT, HASIL MENINGKAT

Menurut laporan *Digital 2025* oleh We Are Social & Meltwater, rakyat Malaysia menghabiskan purata **2 jam 47 minit sehari** di media sosial, dengan lebih **30 juta pengguna aktif**.

Ini bermakna terdapat peluang besar **jika anda tahu siapa sasaran anda**.



RETARGETING: FOLLOW-UP SAMPAI CLOSING

Menurut *HubSpot State of Marketing 2025*, **retargeting boleh meningkatkan kadar penukaran sehingga 70%**.

Kenapa? Sebab mereka **sudah kenal anda**, cuma belum yakin.

Kaedah Targeting Berkesan:

- Tetapkan demografi: umur, jantina, lokasi, minat. **Contoh:** Wanita 25–35 tahun, minat kecantikan.
- Gunakan **Lookalike Audience** untuk cari prospek baharu.
- Padankan format iklan ikut platform (*Reels, carousel, video pendek*).
- Jalankan **A/B Testing** untuk uji iklan terbaik.

Tip Power

Gunakan ayat yang sangat **signifikan** dengan pengguna.

“Masalah jerawat tak hilang? Ini solusi anda.”

Cara Buat Retargeting:

- Pasang **Meta Pixel** di website untuk jejak pelawat
- Sasarkan semula:
 - Pengunjung laman
 - Yang *add to cart* tapi tak beli
- Tawarkan insentif: diskaun, bonus, urgency
 - “Tinggal sikit lagi! Dapatkan diskaun 10% hari ini sahaja.”
- Tetapkan tempoh: 7–14 hari (audiens masih “panas”)

Tip Pro

Gunakan elemen **FOMO** (*Fear of Missing Out*) untuk percepat keputusan.



AMALAN TERBAIK: MAKSIMUMKAN ROI

1. Kandungan Iklan Mesti 'Scroll-Stopping'

- Visual jelas & menarik
- Headline kuat & spesifik
- Sertakan testimoni (social proof)

2. Kawal Bajet Secara Strategik

- Mulakan dengan bajet kecil, scale bila nampak hasil
- Pantau metrik penting:
 - CPC (Cost Per Click)
 - CPA (Cost Per Action)
 - Conversion Rate

Data dari *Statista 2025* menunjukkan perbelanjaan iklan media sosial global melebihi **USD 270 billion** menunjukkan persaingan makin sengit.

KESIMPULAN

Iklan yang berjaya sebenarnya bukan tentang siapa yang nampak, tetapi ia hasil daripada siapa yang bertindak.

Dengan strategi *targeting* yang tepat dan *retargeting* yang konsisten, anda boleh tukar “viewers” menjadi pembeli.

Mulakan sekarang:

Semak audiens anda, pasang pixel, dan uji iklan pertama.

Kerana dalam dunia digital — yang kena tepat pada sasaran, dia menang.



SUMBER RUJUKAN

Facebook. (2019). *Facebook Ads Help Center: Help, Support and Troubleshooting*. Facebook Ads Help Center. <https://www.facebook.com/business/help>

Hubspot. (2025). *State of Marketing Report | 2025 Marketing Trends*. <https://www.hubspot.com/state-of-marketing>

Maddalena, S. (2025, February 5). *Digital 2025 - We Are Social & Meltwater*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2025/02/digital-2025/>

Statista. (2024). *Social Media Advertising - Worldwide | Statista Market Forecast*. Statista. <https://www.statista.com/outlook/amo/advertising/social-media-advertising/worldwide>