

DATA ANALITIK SENTIASA BENAR

RAHSIA ANALITIK MEDIA SOSIAL YANG RAMAI USAHAWAN ABAIKAN

Disediakan oleh: Amirul Imran bin Abu Kasim

Pernah tak rasa pelik? Hari-hari *posting*, edit video cantik, *trend* viral pun dah ikut, tetapi jualan masih tidak banyak berubah.

Hakikatnya, ramai usahawan media sosial di Malaysia terlalu fokus “*buat content*”, tetapi lupa membaca data. Tanpa analitik, strategi anda ibarat memandu laju waktu malam tanpa lampu. Anda bergerak, tetapi belum tentu menuju ke destinasi yang betul.

Menurut DataReportal Digital 2025, terdapat **5.24 bilion pengguna media sosial aktif** di dunia pada awal 2025, bersamaan lebih **63% populasi global**. Tapi persoalannya, macam mana nak pastikan kandungan yang anda hasilkan benar-benar sampai kepada orang yang betul?

KENAPA ANALITIK MEDIA SOSIAL SANGAT PENTING?

Bayangkan seorang peniaga tudung di Shah Alam. Setiap hari dia upload video di TikTok. Ada video capai 30,000 tontonan, ada pula yang hanya 500 tontonan.

Tanpa analitik, dia hanya meneka.

Dengan analitik, dia tahu:

- Video “tutorial gaya tudung” capai **engagement tertinggi**.
- Audiens aktif **paling ramai** jam 9 malam.
- 38% *trafik* ke website datang dari Instagram.

Inilah kuasa data.

Statistik Ringkas Terkini

- Purata pengguna menghabiskan **2 jam 21 minit sehari** di media sosial. (Kemp, 2025)
- Kandungan **video pendek** kekal format paling tinggi engagement merentas platform. (Hubspot, 2025)

5 METRIK YANG WAJIB ANDA PANTAU

1. Engagement Rate (Kadar Interaksi)

Ukur tahap interaksi audiens.

Formula mudah:

$$\frac{(\text{Jumlah Like} + \text{Comment} + \text{Share})}{\text{Reach}} \times 100$$

Tip: Sasarkan **minimum 3-5%** untuk akaun bisnes kecil.

2. Reach & Impressions

- **Reach:** Berapa orang unik nampak content.
- **Impressions:** Berapa kali content dipaparkan.

Jika *impressions* tinggi tetapi *engagement* rendah, bermakna kandungan mungkin kurang menarik.

3. Click-Through Rate (CTR)

Mengukur berapa ramai klik pautan anda. Bagus untuk kempen promosi atau *landing page*.

4. Conversion (Penukaran)

Data paling penting.

Tontonan tinggi tak bermakna jika tiada **tindakan** seperti:

- Pembelian
- Pertanyaan *WhatsApp*
- Daftar kelas
- Isi borang

5. Demografik Audiens

Kenal siapa audiens sebenar anda:

- Umur
- Lokasi
- Jantina
- Masa aktif

Kadang-kadang anda mensasarkan Gen Z, tetapi rupa-rupanya majoriti audiens berumur 35–44 tahun.



KAEDAH GUNA ANALITIK SECARA PRAKTIKAL

Mingguan

Semak:

- *Post* terbaik.
- Waktu *posting* terbaik.
- Kandungan kurang pencapaian.

Bulanan

Bandingkan prestasi bulan semasa vs bulan lalu.

Suku Tahunan

Tukar strategi jika *trend* menurun.



ALAT TERBAIK

(PERCUMA & BERKESAN)



FORMULA MUDAH LAPORAN YANG BERKESAN

Apa berlaku?

Sama ada *engagement* menaik atau menurun.

Kenapa berlaku?

Punca peningkatan atau penurunan *engagement*.

Apa tindakan seterusnya?

Penambahan atau penukaran *content*.



KESIMPULAN

Content tanpa analitik hanyalah eksperimen.
Analitik tanpa tindakan pula hanya sekadar nombor.

Usahawan yang menang di media sosial bukan yang paling kerap posting, tetapi yang paling bijak membaca data dan bertindak pantas.

Cabaran anda hari ini:

Buka cerapan analitikal akaun media sosial anda sekarang, pilih satu metrik lemah, dan ubah strategi minggu ini.



SUMBER RUJUKAN

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

Hubspot. (2025). *Not Another State of Marketing Report | 2025 Marketing Trends*. [www.hubspot.com](https://www.hubspot.com/state-of-marketing). <https://www.hubspot.com/state-of-marketing>

Kemp, S. (2025, February 5). *Digital 2025: Global Overview Report*. DataReportal; Kepios. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>

Mundaden, M. (2024, February 28). *2024 Social Media Industry Benchmark Report*. Rival IQ. <https://www.rivaliq.com/blog/social-media-industry-benchmark-report/>

Welcome to Data Studio. (2026). Google Cloud Documentation. <https://docs.cloud.google.com/data-studio>