

Published based on [Memahami Audiens: Pendataan & Analisa](#)

Memahami Audiens: Pendataan & Analisa

Internet adalah lingkungan yang bergerak cepat. Orang bisa datang ke *website* anda setiap saat dari berbagai lokasi dengan tujuan dan kebutuhan masing-masing. Tidak seperti toko fisik, anda tidak bisa melihat siapa yang sedang berkunjung. anda tidak tahu banyak tentang orang-orang yang membaca isi *website* anda. Bagaimana anda bisa mengembangkan profil audiens? Anda mendapat gambaran sekilas dari interaksi mereka dengan situs web anda. Beberapa orang mendaftar untuk sebuah *account*, meninggalkan komentar atau mengirim email. **Tetapi lebih banyak yang 'tidak terlihat'**. Mereka sampai ke situs anda, melihat sejenak apa yang anda tulis, klik pada tautan keluar dan menghilang. Apa yang anda ketahui ini berasal dari tindakan kasat mata (komentar/email) dan angka statistik (frekuensi/lama kunjungan). Apakah ini cukup untuk sebagian besar pemilik situs/blog? Ya. Tapi saya rasa akan sangat berguna untuk mempelajari audiens anda lebih lanjut. Dalam pemasaran dan periklanan, kita menetapkan target pemirsa secara proaktif. Diawali dengan tujuan akhir, kemudian kita buat struktur situs/iklan dengan bahasa, *pitch*, gaya, kata kunci dan sudut/*angle* yang tepat untuk membidik orang yang ingin kita tarik sebagai konsumen/pengguna/pembaca. Mengumpulkan informasi mengenai pengunjung situs membuat kita menjadi **marketer yang lebih efektif**. Menganalisis dan membuat profil audiens adalah hal penting, karena menyediakan informasi yang memungkinkan anda untuk meningkatkan lingkup konten, *site usability*, *conversion rate* dan efektifitas kampanye pemasaran. Mari kita bagi proses ini ke dalam dua bagian: analisis statistik dan pengumpulan data.

Analisis Statistik: Bekerja Dengan Data Yang Ada

Tergantung pada *tool* statistik yang digunakan, anda bisa mendapat banyak informasi tentang bagaimana pengunjung menggunakan situs web anda, dari mana mereka datang, dan apa yang mereka lihat. Jelas ada banyak metrik yang bisa dilihat dan mungkin ini membingungkan, tetapi saya buat daftar yang saya pikir relevan untuk memahami pengunjung secara umum:

1. **Visitor loyalty, bounce rate, recency, lama kunjungan.** Ukuran-ukuran ini mengukur satu hal penting: tingkat ketertarikan. Metrik ini menyatakan seberapa sering orang mengunjungi situs anda, kapan terakhir kali mereka berkunjung, dan "kedalaman" kunjungan mereka. Meskipun angka ini tidak memberikan interpretasi lengkap dari aktivitas pengunjung selama berada di situs kita, tapi setidaknya kita bisa mendapat gambaran seberapa antusias audiens selama berada di situs kita.
2. **Lokasi pengunjung.** Hal ini memungkinkan anda untuk membuat asumsi tentang budaya dan bahasa pengunjung. Jika anda tahu bahwa anda secara konstan menerima banyak audiens dari negara-negara tertentu, anda mungkin ingin membuat *landing pages* atau menawarkan konten dengan fokus pada geografis tertentu.
3. **Visitor search terms/kata kunci.** Baik pada mesin pencari dan fasilitas pencarian lokal pada situs web anda. Ini adalah indikator paling jelas tentang minat pengunjung. *Search terms* menunjukkan apa yang mereka ingin peroleh dari situs anda dan menunjukkan gap informasi yang perlu anda lengkapi. Di sini pengumpulan data mulai spesifik. Jika anda sering mendapat banyak permintaan untuk frase tertentu, anda dapat berasumsi bahwa akan ada audiens yang berminat dalam konten atau penawaran yang terkait dengannya.
4. **Sumber traffic.** Meliputi mesin pencari, *referer sites*, *bookmark* pribadi atau diketik langsung pada *browser*, dan kampanye iklan. Perhatikan *referer sites*: ia menyatakan apa yang sebelumnya dibaca atau dilihat pengunjung. Sumber *traffic* memberitahu bagian mana yang perlu ditingkatkan agar situs web anda dapat terlihat secara maksimum (*maximum visibility*).

Luangkan waktu untuk melihat statistik ini. Alih-alih hanya melihat sekali-kali tanpa patokan dan periode yang jelas, lebih baik anda lihat dan pelajari secara teratur untuk melihat bagaimana angka-angka tersebut membentuk tren selama jangka hidup situs atau selama kampanye pemasaran/promosi iklan. Secara keseluruhan, statistik ini akan memberikan gambaran yang bagus dari apa yang audiens inginkan dan apa yang menarik perhatian mereka.

Mengumpulkan Data: Poll, Survey, dan Fitur Situs

Sekarang bagian yang menyenangkan: pengumpulan informasi audiens secara aktif. Bukan hanya memantau statistik, anda menciptakan kesempatan bagi pengunjung untuk secara sukarela mengungkapkan data pribadi

dan opini mereka. Hal ini dapat dicapai dengan beberapa cara:

1. **Poll.** Cara informal yang sangat baik untuk memperoleh informasi tentang preferensi, *poll* ini sangat mudah dibuat dan diatur di setiap situs web. Pertanyaan yang ditanyakan bisa beragam dan merupakan cara yang baik untuk secara bertahap mengumpulkan banyak informasi tanpa harus mengganggu. Jalankan *poll* selama dua minggu lalu ganti pertanyaan untuk menarik lebih banyak informasi. *Poll* atau jajak pendapat ini bisa diintegrasikan di sebelah artikel atau dapat ditempatkan di sudut *website*.
2. **Survei.** Tergantung pada seberapa panjang dan bagaimana dibuatnya, survei mungkin perlu lebih banyak tenaga. Beberapa pengunjung akan menghindarinya kalau terlalu panjang dan memakan waktu untuk mengisinya. Metode ini idealnya digabungkan dengan penawaran khusus atau kompetisi yang memberikan insentif untuk yang menyelesaikannya. Survei singkat dapat digunakan untuk audiens yang meninggalkan situs web atau sebagai *follow up* setelah mereka melakukan pembelian atau melakukan *subscription*.
3. **Fitur On-Site.** Jika anda memiliki komunitas, layanan media sosial atau layanan blog, anda dapat memperoleh informasi lebih lanjut, yaitu dengan menawarkan lebih banyak lagi fitur pengguna (cara dimana pengguna dapat berinteraksi satu sama lain dan dengan situs anda). Misalnya, memungkinkan pengguna untuk memasukkan info biografi yang lebih lengkap di profil mereka atau memberikan pilihan favorit untuk menilai *posting* blog anda dan kontribusi audiens lain. Berpikirlah strategis tentang data apa yang anda inginkan, dan buatlah fitur yang memungkinkan pengguna untuk langsung menggunakannya. Facebook adalah contoh yang baik dari sebuah situs dengan fitur yang menghasilkan banyak data yang bisa diolah. Tentu saja, anda harus memiliki kebijakan privasi yang sesuai dan memungkinkan pengguna untuk dengan mudah keluar (*unsubscribe*) dari fitur tersebut.
4. **Tanggapan audiens.** Untuk memahami pengunjung, anda harus memantau saluran *feedback* yang ada. Komentar, email, tautan masuk, pembahasan pada komunitas *online* dan bahkan *tweet* memungkinkan anda untuk secara intuitif merasakan apa yang orang pikirkan tentang *website* anda. Berlanggananlah pada saluran umpanbalik yang tepat (Google alert, blogsearch, dll) dan pantau secara harian. Ini bisa dilakukan sendiri atau meminta seseorang untuk melakukannya. Audiens sering tidak diminta tanggapan, meskipun anda dapat dengan mudah mendapatkan lebih banyak komentar/email dengan secara khusus meminta mereka untuk memberikannya. Tanggapan ini memberi anda input yang tepat agar dapat memperlakukan target audiens anda secara lebih baik.

Walaupun ini bukan daftar lengkap, beberapa metode ini dapat diterapkan secara bersamaan baik *online* maupun *offline*. Untuk survei dan *poll*, anda dapat menggunakan *plugin* atau perangkat lunak yang tersedia untuk *platform* situs anda. Atau anda bisa menggunakan layanan *online* eksternal seperti [SurveyMonkey](#), [PollDaddy](#), [4Q](#) dan [Wufoo](#). Setelah mendapatkan data ini, buatlah sistem yang dapat digunakan untuk mengelompokkan dan membandingkan temuan anda selama jangka waktu tertentu. Bisa berupa lembar kerja/*spreadsheet* sederhana atau sesuatu yang lebih canggih. Ketika dikombinasikan dengan statistik pengunjung yang sudah anda miliki, maka akan mudah untuk memahami audiens anda, memungkinkan anda untuk lebih mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan mereka. Ada ide lain untuk mendapatkan lebih banyak data audiens?

You can also find this article published on [Memahami Audiens: Pendataan & Analisa](#), and on the tag pages [Internet Business](#), [Statistics](#).