



Praktik Terbaik di Instagram dan Facebook pada 2021

Facebook telah menjadi pengaruh besar di dunia media sosial selama satu dekade terakhir. Ini menjadi lebih kuat dengan pertumbuhan Instagram, salah satu platform di bawah perusahaan, yang telah memimpin pengembangan konten dan pemasaran media sosial dalam beberapa tahun terakhir.

Tidak diragukan lagi, merek dan pemasar telah membuatnya penting untuk memasarkan produk mereka di dua platform. Namun, Facebook dan Instagram sama-sama memiliki karakteristik unik dan tren berbeda yang muncul pada tahun 2020. Berikut adalah beberapa tren yang harus Anda adopsi sebagai praktik media sosial Anda.

Fokus pada Pergeseran Penonton Dari Facebook ke Instagram

Facebook dan Instagram memiliki karakteristik yang berbeda dan unik, yang menyebabkan sebagian besar merek menggunakan kedua platform untuk mengoptimalkan jangkauan dan keterlibatan audiens mereka. Namun, dalam setahun terakhir, jumlah keterlibatan Instagram dan [**Keterlibatan Facebook**](#) berbeda secara signifikan.

Pergeseran ini pertama kali terlihat pada kuartal terakhir 2019, di mana 50 merek teratas di Instagram tercatat memiliki ukuran audiens yang lebih besar daripada Facebook untuk pertama kalinya. Ketika kami memasuki skema media sosial 2020, perbedaannya tumbuh lebih besar karena ukuran audiens di Instagram mencapai angka 28% lebih tinggi dibandingkan dengan Facebook. Akibatnya, pergeseran yang sama terlihat pada keterlibatan Instagram karena jumlah interaksi di Instagram tetap tinggi, sementara interaksi di Facebook cenderung menyusut.

Ini menyerukan pergeseran fokus bagi pemasar dan merek, untuk memperkuat strategi konten mereka di Instagram lebih dari sebelumnya. Ini berarti bahwa merek harus berinvestasi lebih banyak pada konten Instagram daripada Facebook, yang mencakup membuat konten gambar yang menarik, konten cerita Instagram, [**Gulungan Instagram**](#), dan konten gaya Instagram lainnya.

Membangun Ekosistem Perdagangan Sosial

Social commerce adalah istilah untuk menggambarkan praktik penggunaan media sosial sebagai platform untuk melakukan penjualan, biasanya tanpa meninggalkan aplikasi atau

pindah ke **situs**. Sejak tahun lalu, Facebook mempermudah target pengguna dengan iklan yang dilengkapi dengan alat untuk melakukan pembelian dalam aplikasi. Ini membuat perjalanan belanja yang lebih singkat, dan lebih mudah bagi pengguna dan peluang konversi yang lebih tinggi untuk merek yang meluncurkan iklan atau memasarkan produk.

Mengakui tingkat keterlibatan yang tinggi di Instagram, perusahaan juga mengembangkan fitur serupa yang dikenal sebagai checkout Instagram. **Dalam fitur social commerce ini**, pengguna dapat melihat tag belanja pada item yang dapat mereka beli dan proses langsung di aplikasi **alih-alih mengklik tautan ke situs** merek.

Iklan produk yang dapat dibeli sekarang menjadi praktik yang semakin populer di Facebook dan Instagram, mendorong merek untuk meningkatkan fitur mereka dan berinvestasi lebih banyak dalam pemasaran produk.

Konten Sadar Sosial Lebih Penting dari Iklan di Instagram dan Facebook

Karena 2020 telah melihat banyak masalah sosial yang signifikan, tidak dapat dihindari bagi merek dan bahkan influencer Instagram untuk mulai terlibat dalam topik **sosial** lebih dari sebelumnya. Ini tidak hanya terbatas pada konten tetapi juga strategi keseluruhan di Instagram dan Facebook. Salah satu bentuk praktik yang paling gamba dari tren ini adalah bagaimana merek secara kolektif menghentikan Iklan Instagram dan Facebook selama **#blackouttuesday**. Praktik ini harus diperhatikan karena ini mencerminkan bagaimana audiens melihat merek selama masa-masa penting. Sebagai pemasar, diberitahu dan mengekspresikan keterlibatan Anda terhadap kejadian sosial di media sosial adalah praktik utama pada tahun 2020, terutama dengan demografi yang lebih muda.

Kesimpulan

Media sosial telah dinamis sepanjang tahun-tahun terakhir dan bahkan lebih tahun ini. Perubahan keadaan dan demografi akan memengaruhi kinerja Anda baik itu di Facebook maupun Instagram. Lebih penting dari sebelumnya untuk mengikuti tren, mengevaluasi, dan meningkatkan strategi Anda. Anda dapat lebih meningkatkan pemahaman Anda tentang industri Anda dengan menggunakan alat seperti analitik Instagram untuk menerima wawasan **tentang** kinerja dan tren industri Anda.