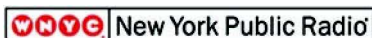




WNYC menggunakan Google Analytics untuk membuat konten online yang menarik bagi program radio terbaiknya.

“Google Analytics memenuhi kebutuhan dengan menyediakan perangkat canggih yang dapat digunakan WNYC dan stasiun radio lainnya secara terjangkau tanpa halangan untuk menerapkannya.”

Bill Swersey
Direktur Media Digital



TENTANG GOOGLE ANALYTICS

Layanan analisis Web Google dapat digunakan oleh pengiklan dan penayang untuk membuat kampanye pemasaran yang lebih efisien dan situs Web yang lebih efektif. Pengiklan dapat meningkatkan laba atas investasi dengan mengoptimalkan kampanye pemasaran online, melacak sumber arahan, menyempurnakan desain Web dan konten, serta mengenali preferensi pengunjung. Antarmuka intuitif Google Analytics memudahkan pengelompokan pelanggan, pengidentifikasian kampanye dengan performa terbaik, dan pemahaman preferensi pengguna.

Untuk informasi lebih lanjut, kunjungi www.google.com/analytics/id-ID/.

Latar Belakang

WNYC, Radio Publik di New York adalah stasiun radio publik yang paling banyak disimak di Amerika Serikat dengan basis lebih dari 1 juta pendengar setiap minggu. Berkedudukan di New York City, WNYC memproduksi sejumlah program berita harian, bincang-bincang, dan kebudayaan, termasuk Brian Lehrer Show, Leonard Lopate Show, dan Fishko Files, sekaligus beberapa program pemenang penghargaan yang disiarkan secara nasional, termasuk On the Media dari NPR, Studio 360 with Kurt Andersen dari PRI, dan Radio Lab.

Pada awal tahun 2006, Bill Swersey, Direktur Media Digital WNYC, mulai mencari analisis Web untuk stasiun radionya dan anggota IMA (Asosiasi Media Terintegrasi) lainnya. IMA merupakan kelompok yang terdiri dari 32 perusahaan penyiaran publik dan dikelola dalam jaringan untuk bekerjasama dalam peluang online.

Tujuan langsung Swersey untuk stasiun radio tersebut adalah mempelajari lebih lanjut tentang cara pengunjung menggunakan WNYC.org dan situs Web acara yang disediakan secara khusus, yakni onthemedialab.org dan studio360.org, sehingga timnya dan produser acara dapat memutuskan pilihan yang lebih didasarkan pada informasi tentang konten yang akan dibuat untuk Web.

Untuk lebih memenuhi tujuan IMA (bagian utama dari program IMA adalah semua pihak yang berkepentingan akan memiliki akses langsung) yang lebih besar, solusi analisis Web harus menyediakan informasi rinci dalam tampilan yang mudah digunakan dan dapat melakukan setiap penghitungan dengan berbagai tingkat akses.

“Google Analytics mewakili perubahan. Jika kami menyebutkan sesuatu saat siaran, setelahnya kami akan mendapatkan respons dari banyak orang. Keuntungan yang luar biasa dibandingkan jika harus menunggu selama 6 bulan untuk mengetahui data Arbitron.”

“Kami menginginkan solusi berbasis tag halaman yang terjangkau, baik dalam biaya lisensi total maupun sumber daya yang diperlukan untuk administrasi sistem bagi sebagian besar stasiun radio anggota,” ungkap Swersey. “Sesuatu yang kemudian dapat digunakan sebagai standar di dunia radio publik.”

Setelah beberapa bulan mempelajari pilihan, WNYC (dan KCRW yang berkedudukan di Santa Monica, California) memulai penelitian awal untuk mengevaluasi Google Analytics.

Paradigma Baru

Karena radio Internet telah menjadi alternatif yang menarik dibandingkan mendengarkan radio biasa, serta pelanggan kini lebih mengharapkan tingkat kecanggihan tertentu dan informasi baru dari situs Web media secara lebih umum, WNYC menyadari kebutuhan untuk mengubah situs stasiun radio dan situs acaranya dari media pemasaran langsung yang mengarahkan pendengar saat siaran menjadi bagian penting dari pengalaman WNYC.

WNYC kini mengerti bahwa situs Web merupakan tempat interaksi penting, karena memberikan peluang khusus bagi pendengar untuk berinteraksi dengan konten stasiun radio dan berbagi dalam komunitas dengan pendengar WNYC lainnya. Situs memang tidak hanya menjadi pelengkap program stasiun radio, namun sering menjadi tempat awal untuk mengenal merek WNYC bagi pengunjung yang mengakses situs melalui blog, pencarian Web, dan link.

Situs “Studio 360” dan “On the Media” didesain ulang secara cerdas pada tahun 2006 dengan orientasi tersebut sebagai fokusnya dan menampilkan sistem manajemen konten yang membuat produser dapat dengan mudah menambahkan dan mengelola konten situs yang membuat arus lalu lintas – memperluas pengalaman mendengarkan siaran dan menarik pengunjung Web untuk mendengar melalui podcast dan sesuai permintaan.

Sejak pertama kali digunakan pada pertengahan tahun 2006, Google Analytics telah menjadi perangkat yang tidak ternilai, karena dapat membantu pembuat Web dan acara untuk menilai hal yang sebenarnya menarik perhatian pengunjung.

Berorientasi pada Misi

WNYC memiliki reputasi yang baik dalam memelopori penggunaan awal teknologi baru. Stasiun tersebut menggunakan streaming Web pada awal pembuatan podcast pertama dari program NPR dengan On The Media, dan menjadi stasiun pengujian untuk sinyal radio HD di New York City. Untuk menghindari pendekatan “teknologi hanya untuk kepentingan teknologi”, WNYC telah menggunakan teknologi baru terutama sebagai cara untuk memenuhi misi kami secara lebih menyeluruh dan menyajikan program kepada lebih banyak pendengar.

“WNYC membuat program yang luar biasa, namun radio selalu menjadi media yang tidak bertahan lama, hingga sekarang,” ungkap Swersey. “Perubahan besar dalam Web dan teknologi audio selama dekade terakhir membuat program kami memiliki jangkauan yang lebih luas dan lebih lama. Pekerjaan kami kini tidak hanya saat siaran.”

WNYC membawa nilai untuk mengembangkan misi stasiun radio tersebut pada pendekatan analisis dan inovasi Web.

“Dengan sumber daya yang dimiliki, kami sangat ingin mengetahui apakah kami telah menyediakan konten yang menarik bagi pendengar,” ucap Swersey. “Kami tidak berorientasi pada keuntungan, namun kami jelas berorientasi pada misi. Kami ingin memastikan bahwa; seperti halnya saat siaran; di Web kami juga bermanfaat dan menarik.”

WNYC kini memantau konversi pada konten yang spesifik dan partisipasi pendengar.

Swersey mengatakan bahwa stasiun radio yang kecil pun memiliki kemampuan untuk mengarahkan lalu lintas yang cukup banyak ke situs Web mereka. “Saat siaran di radio, kami dapat mempromosikan situs kami setiap 10 menit. Jadi, bagaimana cara memanfaatkan keuntungan tersebut dengan baik? Bagaimana cara membuat situs yang sangat efektif untuk yang memperluas jangkauan dan melayani pendengar? Analisis Web dapat membantu kami mengatasinya.”

Berpikir Taktis

Intuisi Swersey tentang nilai akses langsung ke hasil analisis Web terbukti dalam waktu beberapa hari setelah peluncuran ulang situs Studio360.org pada bulan September 2006. Bahkan sebelum timnya memiliki waktu untuk mempersiapkan pelatihan Google Analytics bagi pihak yang terlibat dalam acara, hasil analisis telah memberi informasi tentang situs tersebut.

“Julie Burstein (rekan pembuat dan produser Studio 360) segera mengetahui beberapa masalah tentang situs yang tampaknya membuat pengunjung tidak membuka konten penting,” ungkap Swersey. “Hal yang kami anggap bagus di situs – misalnya halaman pembuka yang menarik – ternyata menjadi penghalang. Tampilan slide kami juga jarang dilihat. Kami sedikit kecewa saat mengetahui bahwa kami telah mengeluarkan sumber daya untuk hal yang tidak menghasilkan, namun kami senang dapat mengakses informasi tersebut sejak awal sekali setelah peluncuran ulang.”

Burstein mengatakan bahwa mereka kini membicarakan tentang Web secara berbeda dalam acara dibandingkan sebelum menggunakan Google Analytics.

“Kami melihat peningkatan nyata dalam lalu lintas situs saat mengubah kalimat dari ‘kunjungi situs Web kami untuk membaca kisah selengkapnya’ menjadi teks yang spesifik dan lebih memberi dampak, seperti ‘lihat tampilan slide pinup Olivia’.”

Ia juga menyebutkan bahwa mereka menyadari tingginya respons pendengar terhadap pelengkap visual untuk cerita radio, sehingga mereka membuat acara seputar kampanye visual.

Pada bulan Desember, Studio 360 menugaskan perusahaan desain Pentagram untuk “mengubah citra” Natal dan tampilan slide dari gagasan mereka di situs Web yang muncul beberapa kali di seluruh acara radio, untuk mengarahkan lalu lintas ke situs. Setelah membuka situs, pengunjung juga akan menemukan materi Web eksklusif, termasuk e-card liburan dengan desain dari Pentagram.

Strategi siaran yang disebutkan, beserta jangkauan blogger dan pemasaran biasa, meningkatkan kunjungan situs Web sebesar 55% untuk acara “Merancang Ulang Natal”. Sejak itu, Studio 360 melakukan percobaan dengan taktik yang serupa – dan mengukur hasilnya menggunakan Google Analytics.

“Google Analytics mewakili perubahan,” kata Burstein. “Jika kami menyebutkan sesuatu saat siaran, setelah itu kami akan mendapatkan respons dari banyak orang. Keuntungan yang luar biasa dibandingkan jika harus menunggu selama 6 bulan untuk mengetahui data Arbitron.”

Bagi Swersey, hasil yang paling menggembirakan adalah bahwa kini analisis dapat digunakan oleh produser untuk memahami minat utama pendengar serta menyalurkan upaya dan kreativitas mereka dalam cara yang bermanfaat. “Produser tidak lagi menebak dan membuat konten yang mungkin menarik, namun tidak sesuai bagi pendengar. Kini mereka memiliki angka yang jelas untuk mengetahui hal yang paling menarik dan bermanfaat bagi pengunjung. Kemampuannya sangat luar biasa.”

Pengumpulan Dana dan Lainnya

Membuat pengalaman Web yang lebih interaktif memberikan cara baru bagi WNYC untuk mendapatkan penghasilan. Khalayak Web yang lebih terlibat juga merupakan investasi penghasilan yang lebih besar – dan memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk memberi kontribusi secara finansial kepada WNYC. Lebih dari 50% ikatan keanggotaan kini diterima secara online.

Stasiun radio juga dapat meningkatkan kontribusi melalui Web ini dibandingkan dengan pengumpulan pada saat siaran. Model baru tersebut telah terbukti populer bagi pendengar – dan menguntungkan bagi stasiun radio. WNYC dapat menggunakan lebih sedikit waktu siaran yang berharga untuk mengarahkan jaminan keanggotaan serta menarik donasi dari pendengar Web “di tempat” dengan cara yang sesuai dengan yang kini dilakukan pendengar untuk menggunakan media.

Jalur Penghasilan Baru

WNYC menemukan jalur penghasilan baru melalui link Amazon ke CD, DVD, dan buku yang terkait dengan program siaran

“Mengarahkan pendengar ke situs dan informasi yang terkait dengan hal yang mereka dengar saat siaran dapat secara bersamaan mempererat hubungan dengan konten dan merek kami,” kata Swersey. “Keuntungan Amazon yang lain adalah kami juga memiliki peluang untuk mendapatkan penghasilan.”

Jalur lain untuk mendapatkan penghasilan, termasuk halaman depan penjualan Amazon, sponsor biaya per tayang, dan sponsor podcast. Hal paling menarik, WNYC melihat peluang untuk berkembang secara nyata melampaui pendengar radio biasa. Swersey menekankan bahwa setiap peluang akan memerlukan pelaksanaan kreatif berdasarkan pemahaman menyeluruh tentang hal yang berfungsi dan tidak berfungsi di situs stasiun radio.

“Google Analytics jelas merupakan bagian penting untuk mendapatkan pemahaman tersebut,” ucap Swersey.

Untuk stasiun radio publik lainnya, pengguna awal seperti WNYC, memberikan inspirasi dan jalur untuk mengintegrasikan analisis pada pemasaran stasiun. Dengan selesainya penelitian awal yang berhasil untuk kedua stasiun, radio publik kini memiliki model untuk menggunakan dan menjalankan penerapan terbaik.

Swersey meringkas, “Google Analytics memenuhi kebutuhan dengan menyediakan perangkat canggih yang dapat digunakan WNYC dan stasiun radio lainnya secara terjangkau tanpa halangan untuk menerapkannya.”

