

Fokus Mulai Rancang Lakukan

FoRMuLa

BUKU
TERLARIS



**Pelajari Cara Membangun
TIKTOK SHOP SELLER**

Dari A-Z.

**Juga Bahas Tuntas RAHASIA
Optimasi Penjualan
Menggunakan TIKTOK ADS**



*Buku Ini Juga Berisi Tentang Tata Cara
Membangun TiktokShopSeller Dari 0
Dan Tips-tips Banjir Order Dari TIKTOK
TANPA VERIKLAN
Termasuk 15 IDE Kreatif Dalam Membuat
Konten Video Untuk Brbagai Jenis Bisnis
Yang Sesuai Dengan Tema Bisnismu*

Mr. Ebox Mg17

Fokus Mulai Rancang Lakukan

FORMuLa

Seiring berjalannya waktu telah menjadi keharusan omzet sebuah bisnis meningkat secara eksponensial.
Tapi bagaimanakah caranya untuk meningkatkan omzet penjualan di bisnis online milikmu?

Sebelum masuk pada penjelasan mengenai cara untuk meningkatkan omzet penjualan.

kamu perlu tahu terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan penjualan berbasis online agar dapat memahami maksud dari penjelasan setelahnya.

Penjualan Berbasis Online adalah aktivitas transaksi yang terjadi antara si penjual dan si pembeli secara online.
yang mana transaksi tersebut menggunakan perantara seperti website media sosial dan sebagainya yang dihubungkan dengan internet

Berbisnis dengan cara online memang menarik untuk dijalankan oleh para calon pebisnis karena dinilai tidak memakai banyak sumber daya dan tidak mengganggu aktivitas lainnya yang sedang dilakukan

Selain itu juga tidak perlu melakukan stok barang dalam jumlah besar di awal.

karena cukup dengan gadget yang kamu miliki sekarang kamu sudah bisa mulai menjalankan sebuah bisnis berbasis online

Dalam buku FoRnuLa Pelajari Cara Membangun TiktokShop Seller Dari A-Z ini

saya akan membagikan rahasia peluang pasar bisnis yang amat sangat besar dari salah satu platform yang cukup ternama dan terkenal yaitu TIKTOK.

Tutorial Membangun TiktokShop Seller Dari A- Z.

This Book Contains
Material Worth Diamonds

**BUKU
TERLARIS**

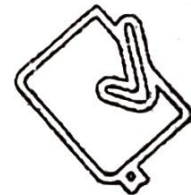
—— Fokus Mula Rancang Lakukan

FORMuLa



Pelajari Cara Membangun TIKTOK SHOP SELLER Dari A-Z.

**Juga Bahas Tuntas RAHASIA
Optimasi Penjualan
Menggunakan TIKTOK ADS**





Daftar isi

Introduction	1
Pengantar	2
Apa itu Tiktok	3
Sejarah Tiktok	3
Manfaat Menggunakan TikTok Bagi Bisnis	4
Istilah Yang Ada Di TikTok	5
Apa Itu Customer Persona?	8
Fungsi Dari Customer Persona	9
Cara Membuat Customer Persona	10
Cara Mudah Daftar Tiktok Seller	11
Strategi Bikin Bisnismu Viral.....	16
Tips Banjir Orderan	21
Tingkatkan Penjualan dengan Pasang Iklan Online.....	26
Kenapa Anda Harus Beriklan di TikTok?	28
Jenis-Jenis Iklan di TikTok	33
Struktur Dasar TikTok Ads	48
Cara/Tutorial Lengkap Membuat Iklan di TikTok	52
3 Bonus Tips Untuk Membuat TikTok Ads Anda Semakin Efektif.....	75
14+ Ide Konten TikTok untuk Promosi Bisnis.....	84
Cara Daftar TikTok Affiliate, Bisa Cuan Jualan Di Tiktok Tanpa Modal	121
Penutup	130



Introduction

Dengan Rahmat Tuhan Yang Maha Esa, Buku Ini berhasil disusun. Dan semoga bisa memberi manfaat dan digunakan sebaik baiknya Buku ini berisi penjelasan dan bagaimana Anda bisa menggunakan tiktok dengan baik, baik itu untuk penjualan, membangun fans atau untuk melakukan penjualan.

Terlebih dahulu saya sampaikan bahwa Tiktok sama dengan social media lainnya seperti Instagram, Facebook, Youtube. Yang mana selalu terjadi perubahan dalam platform tersebut begitupun dengan buku ini, Saat buku ini ditulis mungkin kedepannya ada beberapa fitur di tiktok yang sudah ada

Tiktok merupakan salah satu social media yang sangat booming sekali di Dunia, berbeda dengan social media lainnya, tiktok lebih di gandurangi oleh gen-z. Banyak orang diluar sana yang menganggap TikTok sebagai aplikasi Alay. Walaupun tidak 100% salah namun kita sebagai marketer atau bisnis owners harus memiliki pandangan yang berbeda: Dimana ada peluang disitu, kita ambil dimana ada tempat yang ramai disitu kita bisa berjualan.

Yes, Tiktok bisa kita gunakan untuk berjualan dan juga untuk membangun Awareness dari brand atau produk Anda. Dan di buku ini saya sudah menuliskannya khusus Untuk Anda.

Salam sukses Selalu

Pengantar



Siapa yang tidak kenal aplikasi TikTok? Meskipun belum semua orang terbiasa menggunakan aplikasi ini, namun tidak bisa dimungkiri bahwa TikTok sudah menjadi salah satu *platform* yang memiliki jumlah pengguna sangat tinggi, terutama di Indonesia.

TikTok yang dulunya mungkin hanya dikenal sebagai aplikasi untuk orang-orang yang suka bergoyang, bahkan sampai sempat dicekal di Indonesia, saat ini sudah bertransformasi mengikuti permintaan pasar dengan menyediakan fitur belanja *online* yang diberi nama *TikTok Shop*.

Apa itu Tiktok

TikTok merupakan Social media asal negara china yang membolehkan penggunanya untuk membagikan video berdurasi pendek dari 15 – 60 detik. Di Tiktok ada berbagai macam fitur yang bisa Anda gunakan untuk keperluan membuat video seperti, filter, lagu, efek, emoji, 3D stickers dan lain lain. Dan Anda bisa menggunakan itu semua secara gratis alias tanpa bayar seperserpun. Luar biasa bukan?

Tik Tok merupakan media sosial baru yang memberi wadah kepada para penggunanya untuk dapat berekspresi mengasah bakat melalui konten video. Tik Tok menjadikan ponsel pengguna sebagai studio berjalan. Berdurasi kurang lebih 15 detik, aplikasi ini menghadirkan special effects yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah. Didalamnya terdapat Special effect ts seperti efek shaking and shivering pada video dengan electronic music, merubah warna rambut, 3D stickers, dan properti lainnya

Sejarah Tiktok

Tak lengkap rasanya jika kita ingin menggunakan tiktok sebagai media promosi namun kita sendiri tidak mengetahui bagaimana Asal usul TikTok Itu sendiri Dahulunya Aplikasi Tiktok bukanlah bernama Tiktok. Aplikasi ini cuma ada di negara asalnya yaitu negara China. Nama sebelum TikTok adalah Douyin Yang mana fungsinya hampir sama dengan TikTok yaitu pengguna atau users bisa membagikan video pendek berdurasi sekitar 15-60 detik kepada sesama pengguna Douyin.

Tak disangka aplikasi Douyin disambut hangat oleh masyarakat China ini bisa dibuktikan dengan pengguna yang sudah mencapai 100 juta lebih hanya dalam waktu yang relatif singkat kurang dari setahun. Melihat keberhasilan di China pemilik aplikasi Douyin yaitu perusahaan ByteDance mempunyai ide untuk mencaplok pasar global, ya... Mereka ingin aplikasi ini digunakan di seluruh dunia bukan hanya di china saja. Namun ada satu masalah jika mereka ingin mencaplok pangsa global yaitu nama Douyin kurang familiar di negara luar. Oleh karena itu mereka membeli aplikasi buatan amerika yang bernama musically. Dari Sinilah nama Tik Tok mulai terdengar keseluruh belahan dunia, termasuk Indonesia.



Manfaat Menggunakan TikTok Bagi Bisnis

Kalau kita jeli sebenarnya ada loh manfaat TikTok bagi kita terutama untuk Anda yang memiliki produk atau bisnis. Terlebih lagi pengguna TikTok yang sudah besar di Indonesia. Berikut ini beberapa manfaat jika Anda menggunakan TikTok.

1. Media promosi yang gratis

Sama seperti social media lainnya, seperti : instagram, youtube, facebook. TikTok merupakan media social yang bisa Anda gunakan secara gratis ini sangatlah menguntungkan terlebih jika Anda mempunyai suatu usaha namun bingung dalam urusan marketing. Anda bisa memanfaatkan platform gratis satu ini untuk mulai menarik customer mengenal brand anda setelah itu Anda rubah jadi pembeli.

2. Audience yang besar

Saat buku ini ditulis TikTok sudah di download lebih dari 500 Juta users ini menandakan bahwa TikTok sangat digemari oleh orang banyak terutama kaum millennial. Dengan audience yang sangat besar. Tentu kita bisa memanfaatkan platform yang satu ini untuk Bisnis kita.

3. Lebih dekat dengan Customer

Dengan Anda menggunakan TikTok Anda bisa lebih dekat dengan customer Anda, Anda bisa mengupload video setiap hari tentang brand atau diri Anda agar penonton lebih aware dan percaya dengan Anda. Setelah viewers semakin menikmati content yang kita sajikan. Mereka akan lebih memilih produk kita dibandingkan dengan produk competitor.

4. Masih Fresh

Yes, orang orang masih tidak mau menggunakan tiktok ini karena mereka berpikiran bahwa tiktok adalah platform alay yang konten-nya hanya joget joget saja. Namun sebagai pebisnis kita harus jeli melihat market. Karena sedikit competitor yang menggunakan TikTok maka itu peluang bagi kita untuk menjadi Top Of Mind di pikiran customer.



Istilah Yang Ada Di TikTok

Untuk pemula yang baru mengenal atau menggunakan Tiktok mungkin akan sedikit kebingungan dengan istilah yang ada di TikTok, begitupun dengan Saya waktu pertama kali menggunakan platform ini, namun seiring berjalannya waktu dengan mengetahui istilah-istilah yang ada di TikTok akan memudahkan kita untuk menggunakan platfrom yang digandungri anak muda zama sekarang ini.

Community

Community di tiktok merujuk pada tempat bagi para pengguna TikTok yang membuat suatu komunitas. Sehingga, para creators bisa membuat konten mereka untuk dibagikan ke orang lain.

Creators

Istilah ini biasa di tujukan kepada semua pengguna TikTok yang mengupload video atau konten mereka di TikTiok.

Profile

Sama seperti social media yang lainnya profile biasa digunakan untuk memperkenalkan diri ke pengguna tiktok yang lain.

Fans

Fans merupakan sebutan bagi pengguna yang menyukai konton atau video dari orang lain di tiktok. Biasanya fans itu sudah mengikuti profil seseorang di tiktok



For You Feed (FYP)

Istilah ini mungkin terdengar asing di telinga Anda, namun jika Anda ingin menggunakan tiktok anda harus mengetahui apa itu FYP.

FYP Merujuk

pada kolom beranda di TIKTOK. Biasanya saat Anda membuka aplikasi tiktok

Anda akan melihat video-video yang berada pada kolom FYP. Nah... biasanya

video-video yang masuk di kolom FYP merupakan video video yang kemungkinan besar bisa jadi viral. Dan cara untuk video kita masuk ke FYP

adalah dengan mendapatkan Likes, views dan share yang banyak.

Check

Istilah ini cukup populer bagi pengguna TikTok. Check sendiri biasa di gunakan pada konten yang menonjolkan atau memperlihatkan sesuatu, seperti

"makanan mahal check" "baju baru check"

Private Messaging

Fitur ini biasa digunakan untuk berkirim pesan ke sesama pengguna tiktok. Selain itu fitur private messaging juga bisa Anda gunakan untuk bertukar konten secara pribadi

Duets

Duets merupakan fitur dari aplikasi tiktok yang bisa digunkana untuk mengkolaborasikan video orang lain dengan video yang Anda punya.

Dan dari

sinilah muncul istilah TikTok duets.



Reactions

Reacton merupakan fitur yang ada di tiktok yang memungkinkan user untuk bisa merespon video orang lain. Dengan fitur ini Anda bisa memberikan reaksi seperti : kgum, terharu, terhibur, dll.

Report

Sama halnya dengan social media lainnya, kalina bisa menggunakan fitur report ini untuk melaporkan profile, video atau percakapan yang bersifat negatif atau tidak menyenangkan.

Digital Wellbeing

Digital wllbeing merupakan fitur management waktu yang ada di TikTok. Dengan menggunakna ini Anda bisa membantasi penggunaan aplikasi dari 40, 60, 90 hingga 120 perhari,

CEO

Berbeda dengan instagram jika di instagram orang terkenal sering disebut Selebgram, kalau orang tersebut terkenal di twitter biasa disebut selebtwit. Dan begitupun di tikTok kalau di tiktok ada sebutan CEO, yaitu istiah yang ditunjukkan kepada sesama pengguna TikTok yang sudah ahli di bidang tertentu, seperti konten dance, menyanyi atau hal hal lainnya.



Apa Itu Customer Persona?

Salah satu manfaat yang bisa Anda rasakan sendiri adalah membantu Anda mendapatkan wawasan kepada siapa Anda bicara atau ngomong di depan kamera.

Kurang ngerti mas???

Okeh, saya akan berikan analogi sederhana, bayangkan Anda sedang berhadapan dengan Calon mertua.

Kata kata, Bahasa tubuh, serta mengucapkan kalimat yang bagaimana yang

akan Anda keluarkan Ketika Anda berhadapan dengan calon mertua?

Apakah Anda akan manggil bro?

Kaki diangkat?

Tampilan dengan baju compang camping?

Tentu saja tidak bukan? Ya, saya setuju dengan Anda kita semua ingin terlihat

baik dan berwibawa di hadapan calon mertua, betul? Pahadal aslinya mah kaga

hehehehehe.....

Nah, sekarang coba Anda bayangkan kalau di depan Anda adalah sahabat karib

Anda, Bahasa tubuh, penampilan, serta kata-kata apa yang biasa Anda ucapkan?



SUDAH KEBAYANG PERBEDANNYA??

Fungsi Dari Customer Persona

Dengan Anda menggunakan Customer Persona anda akan memiliki keuntungan sebagai berikut ini :

- Anda bisa dengan sangat mudah mengidentifikasi kebutuhan serta keinginan dari konsumen terhadap produk yang Anda miliki dan Anda tawarkan ke pasaran.
- Anda bisa memahami dengan baik bagaimana konsumen mengambil keputusan, sehingga Anda dapat menentukan target pemasaran serta membuat penjualan berjalan lebih baik.
- Anda dimudahkan dalam hal mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, Anda di sini bisa mengembangkan sebuah produk baru yang sesuai dengan kebutuhan serta keinginan konsumen.
- Memudahkan Anda dalam menentukan strategi pemasaran yang baik dan tepat sasaran.
- Membuat strategi pemasaran jadi lebih efektif dan juga efisien.

Nah, oleh sebab itulah sangat penting untuk membuat Customer persona.

Lalu bagaimana cara saya membuat customer persona???

Cara Membuat Customer Persona

Untuk membuat customer persona caranya cukup mudah, Saya sudah menyiapkan Langkah langkahnya dan ala tapa saja yang harus Anda gunakan.

Anda bisa menjawab beberapa pertanyaan ini terlebih dahulu :

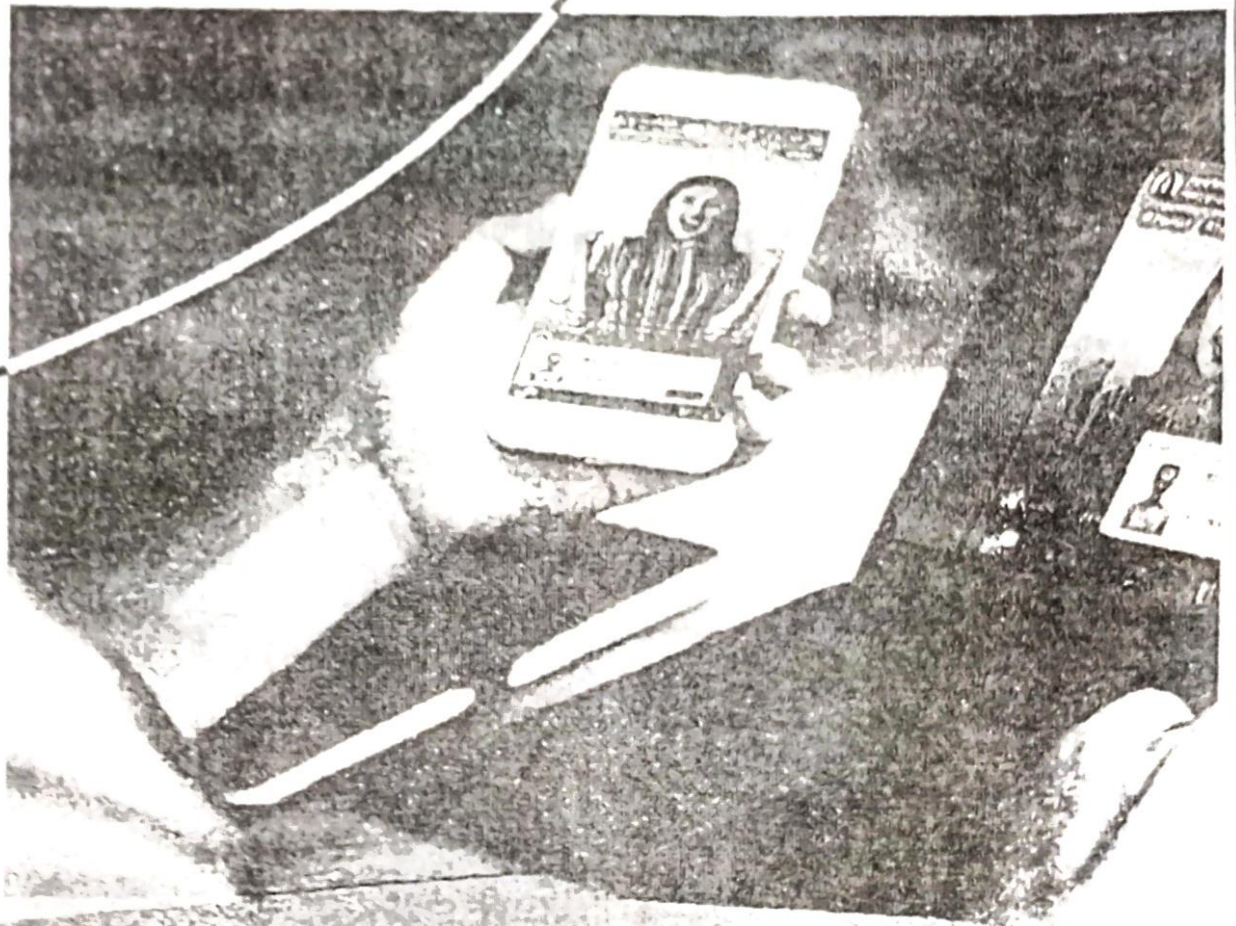
- Siapa yang akan menonton video di channel youtube saya?
- Berapa umurnya?
- Apa pekerjaannya?
- Bagaimana kesehariannya?
- Kata kata apa yang sering dia ucapkan?
- Background dia?
- Motivasi dia dalam kehidupan?
- Rasa sakit apa yang dia rasakan?
- Siapa idola nya?
- Brand / merek apa yang dia gunakan?
- Apa hobi nya?
- Negara mana dia berasal?
- Bagaimana kesehariannya?
- Berapa gajinya?

Mungkin Anda saat ini bertanya-tanya atau mungkin tidak, mengapa saya

harus menjawab pertanyaan ini? Karena dengan menjawab pertanyaan diatas,

Anda bisa mengetahui target penonton yang akan menonton video Anda, Setelah Anda mengetahui nya kita bisa memforecast / mengkira-kira tayangan

atau hal apa yang bisa membuat mereka tertarik untuk menonton video Kita



Cara Mudah Daftar Jadi TikTok Creator



TikTok *Shop* adalah fitur baru yang disediakan oleh TikTok untuk membantu penggunaanya melakukan transaksi jual beli produk langsung dari aplikasi TikTok.

Jadi, pelanggan tak perlu repot-repot membuka aplikasi *marketplace* atau *online shop* lain untuk melakukan proses pembelian produk secara *online*.

Cara untuk menjadi *seller* di TikTok *Shop* ternyata sangatlah mudah. Satu syarat yang pasti adalah kamu harus punya akun TikTok, bila ternyata belum punya, daftar dulu ya!

Cara Mendaftar Jadi TikTok Shop Seller

Pada dasarnya, tidak dibutuhkan langkah yang berbelit-belit saat ingin mendaftarkan toko kamu di TikTok Shop. Berikut langkah-langkahnya.

Buka situs TikTok Shop

Kamu bisa langsung mengakses TikTok Shop di laman resminya, <https://seller-id.tiktok.com/account/welcome>

Sign Up

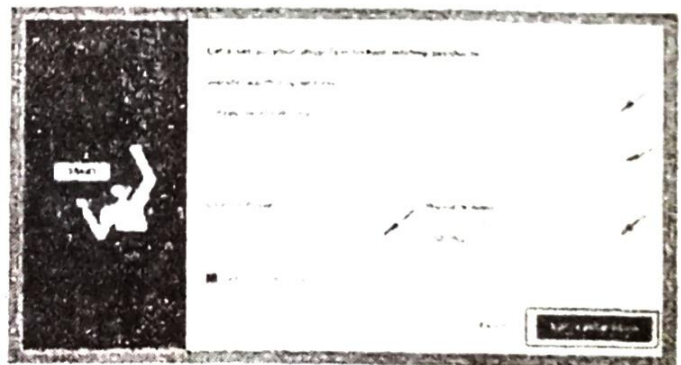
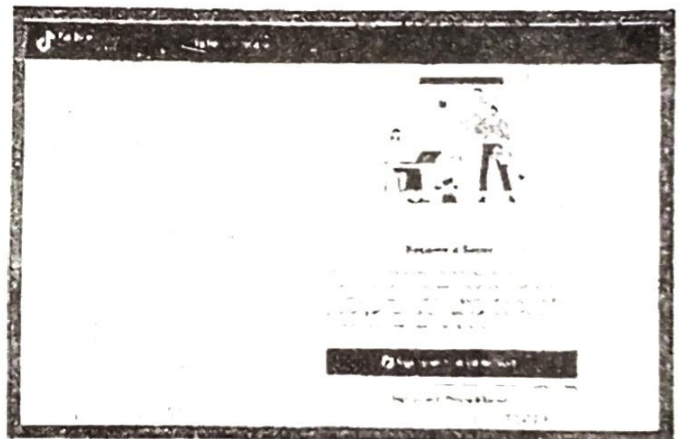
Bila belum memiliki akun, kamu bisa klik "Sign Up" dengan nomor handphone atau alamat email. Namun bila ternyata kamu sudah memiliki akun TikTok, silakan langsung Sign In

Lengkapi Data

Lengkapi data-data yang dibutuhkan mengenai seller secara lengkap. Isi jenis bisnis, apakah termasuk korporat atau perorangan. Jika perorangan, kamu perlu memverifikasi data pribadi seperti KTP atau passport. Kamu juga harus mengunggah foto KTP dalam format .pdf, .jpeg, .jpg, atau .png. Pastikan ukuran file yang kamu unggah tidak melebihi 10 MB.

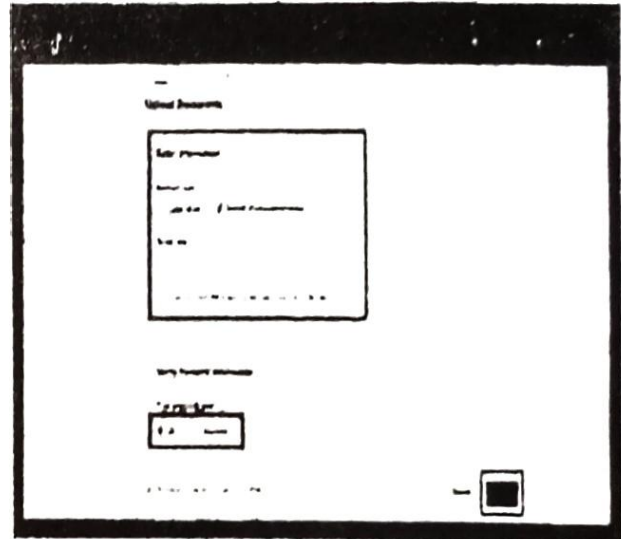
Masukkan Informasi Toko

Selanjutnya, kamu bisa mulai memasukkan informasi mengenai toko yang akan kamu jalankan, seperti nama toko, alamat toko, jenis bisnis, keterangan produk, dan lain sebagainya.

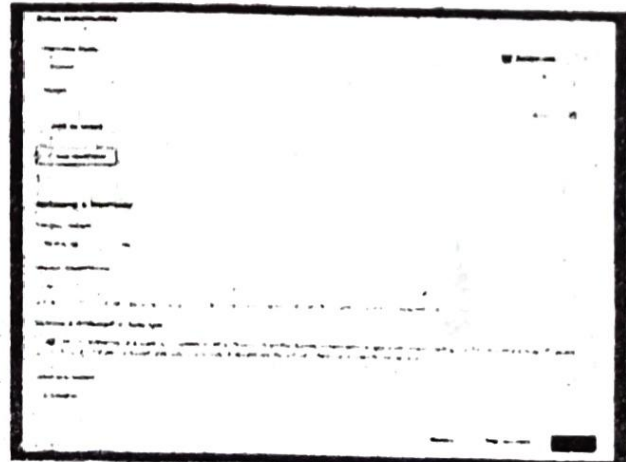
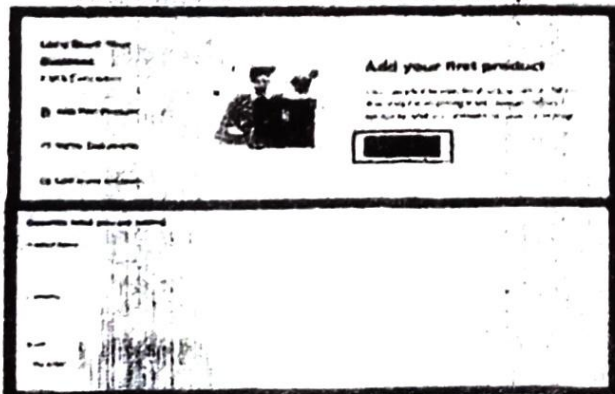


Pilih Otorisasi

Setelah selesai mengisi data toko, kamu akan masuk ke laman otorisasi. Bila sudah setuju dengan SGK TikTok Shop, lanjutkan dengan memilih "Otorisasikan."

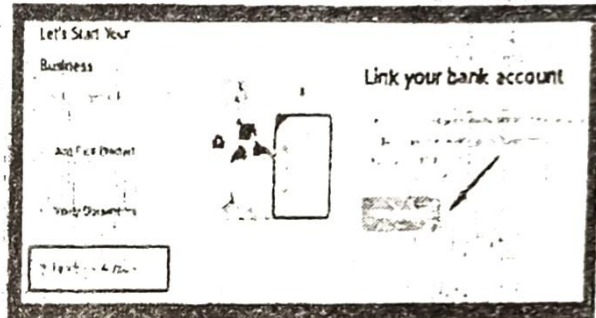


Saat akun TikTok Shop seller sudah berhasil dibuat, kamu bisa langsung mulai menambahkan produk yang dijual dan sebagainya. Tambahkan produk pertama yang akan kamu jual. Untuk mengunggah foto produk, lengkapi dulu deskripsi produk yang akan kamu jual. Isi nama produk, kategori, dan pilih *brand* atau tambahkan *brand* baru ke TikTok Shop.

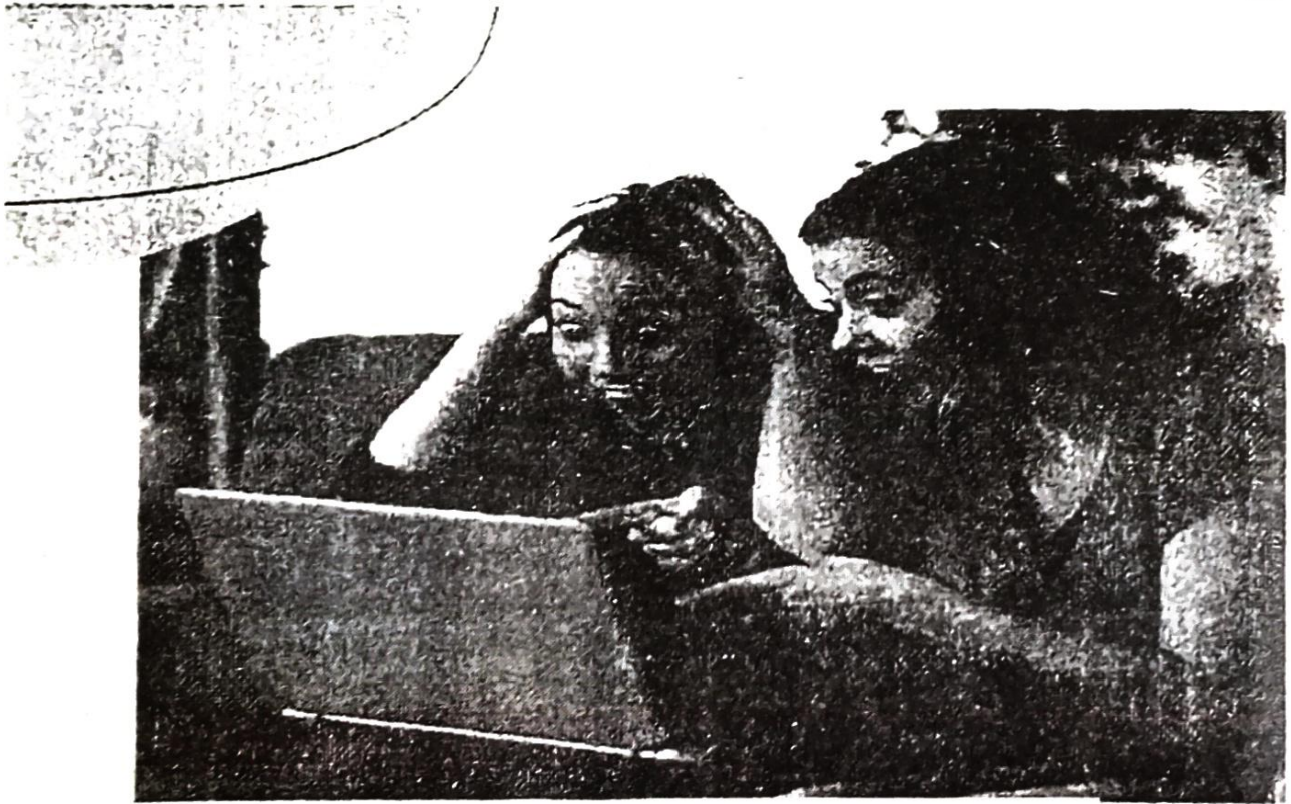


Hubungkan ke rekening bank

Satu hal penting yang jangan sampai kamu lupa adalah menghubungkan rekening bank dengan TikTok Shop. Caranya yaitu dengan kembali ke homepage, pilih opsi *Link Bank Account* lalu klik *Link Account*. Lanjutkan ke proses selanjutnya hingga selesai untuk menautkan rekening ke TikTok Shop.



Dengan begitu, proses pendaftaran sebagai TikTok Shop seller sudah selesai dan kamu bisa langsung mulai berjualan.



Strategi Bikin *Brand* Kamu Viral!

Pada masa berkembangnya digitalisasi bisnis seperti sekarang ini, mampu membuat konten tentang sebuah produk dari *brand* dan menjadi viral adalah sebuah pencapaian yang sangat memuaskan bagi para pelaku bisnis *online*.

Viral artinya konten tersebut berhasil disaksikan oleh banyak orang di *platform* media sosial. Sudah banyak *success story* mengenai beberapa pelaku bisnis yang mendapatkan banyak keuntungan karena konten yang mereka buat menjadi viral.

Lantas, bagaimana sih caranya supaya *brand* kamu bisa ikut viral?

Perlihatkan Keunikan *Brand*

Memiliki keunikan tersendiri di antara banyaknya produk serupa dari *brand* kompetitor pastinya menjadi sebuah nilai jual yang mampu menarik minat audiens. Perlihatkan keunikan dari *brand* milikmu melalui konten yang kamu buat untuk promosi media *online*. Hal ini nantinya akan menarik rasa ingin tahu dari para calon pembeli yang melihatnya.



Gunakan Promosi Iklan Berbayar

Mengeluarkan biaya untuk memperkenalkan *brand* tentunya bukan suatu beban yang besar. Apalagi bila akhinya keuntungan yang bisa kamu dapatkan berlipat-lipat. Kamu bisa mulai menggunakan layanan iklan berbayar yang sudah disediakan oleh masing-masing *platform* media sosial untuk membuat *brand* milikmu menjadi viral.

Tingkatkan konten *brand* mu di Facebook, Instagram, TikTok dan lainnya. Tenang, iklan berbayar yang ada di media sosial tidak semahal biaya iklan untuk media elektronik. Kamu juga akan lebih mudah menentukan *target* pembeli dan berapa besar *target* yang mau kamu jangkau.

Up to Date Tren Media Sosial

Dengan perkembangan teknologi dan cepatnya penyebaran informasi di media sosial, membuat sebuah *brand* menjadi viral sebenarnya cukup mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama.

Beberapa waktu yang lalu, Instagram atau Facebook merupakan dua *platform* yang mampu memberikan keuntungan bagi para pemilik bisnis melalui fitur-fitur canggihnya untuk pembuatan konten. Sekarang, ada TikTok yang memiliki tingkat *engagement* tinggi di Indonesia.

Banyak pemilik bisnis yang beralih menjadi pengguna TikTok dan membuat konten viral menggunakan TikTok. Faktanya, *platform* ini ternyata memang berhasil membuat banyak video viral, termasuk dari beberapa *brand* ternama. Hal ini membuktikan bahwa kamu pun bisa mencoba melakukan cara tersebut. Buatlah konten video yang asyik dan seru untuk ditonton di TikTok, saat nantinya *brand* milikmu menjadi viral, keuntungan akan datang berlimpah.



Manfaatkan *Endorsement*

Menggunakan jasa para *influencer* media sosial untuk memasarkan *brand* yang kamu miliki merupakan salah satu cara untuk menjadi viral. Bila kamu merasa produk kamu unik dan pastinya mampu membayar biaya *endorsement*, tidak ada salahnya untuk mencoba cara ini.

Jumlah *Follower* yang banyak dari para *influencer* secara otomatis menjadikan konten *brand* kamu tersebut dilihat oleh banyak orang. Kesempatan untuk menjadi viral pun terbuka lebar.

Nah, bagaimana? Ternyata mudah sekali bukan menjadikan *brand* kamu viral



Tips Banjir Orderan *Online*

Tujuan utama seorang pemilik bisnis *online* tentu saja untuk mendapatkan orderan dalam jumlah banyak yang berujung pada meningkatnya pendapatan dan keuntungan.

Namun, menaikkan jumlah orderan pun ternyata tidak mudah. Seorang pebisnis yang jeli pastinya memahami bahwa untuk meningkatkan angka penjualan, bukan hanya faktor internal saja yang harus diperhatikan, melainkan juga faktor eksternal.

Supaya lebih jelas, berikut beberapa tips banjir orderan *online* yang bisa kamu terapkan pada bisnis milikmu.

Ketahui Target Pasar

Jumlah order akan membanjir bila kamu mampu menemukan pasar yang tepat untuk menjual produkmu

Karena itulah, sebelum memulai memasarkan produk, sebaiknya kamu pahami dulu pasar seperti apa yang akan kamu tuju.

Misalnya, produk yang kamu jual adalah kosmetik untuk usia remaja, maka bisa dibilang target pasarmu adalah remaja dengan rentang usia 15-20 tahun.

Dengan begitu, kamu akan lebih mudah memasarkan produk dan mengembangkan bisnismu ke depannya.



Maksimalkan Penggunaan Media Sosial

Ada banyak *platform* media sosial yang bisa kamu manfaatkan untuk memasarkan produk, salah satunya adalah TikTok yang menyediakan berbagai fitur yang bisa membantu kamu dalam pemasaran produk.

Dengan berbagai keuntungan dan manfaat yang bisa didapat, cobalah untuk membuat akun toko *online* milikmu di TikTok, misalnya. Buatlah konten video yang menarik agar bisa menembus *For You Page (FYP)*. Kamu juga bisa memanfaatkan fitur *Live* untuk bisa berinteraksi langsung dengan para pembeli. Usahakan untuk selalu aktif atau paling tidak memasang jam operasional dengan tepat pada deskripsi toko *online* agar tidak membingungkan calon pembeli.

Memasang Iklan *Online*

Selain memaksimalkan orderan dari pembuatan konten, kamu juga bisa langsung memanfaatkan fitur iklan yang ada di beberapa platform media sosial. Iklan online bukan hanya bisa meningkatkan brand awareness, melainkan juga bisa membuat kamu kebanjiran order. Meskipun membutuhkan modal untuk memasang iklan online, percayalah, bahwa hasil yang akan kamu dapatkan pun setimpal



Berikan Promo Yang Menarik

Memberikan promo memang diyakini mampu menjadi solusi

untuk meningkatkan angka penjualan.

Namun, kamu juga tidak sembarangan menggelar promo.

Gunakan strategi pemasaran dengan promo yang rapi dan sudah dihitung dengan cermat.

Jangan sampai konsumen hanya membeli produkmu di momen- momen spesial promo saja. Hal seperti ini nantinya malah akan merugikan bisnismu karena perhitungan keuangan yang tidak stabil

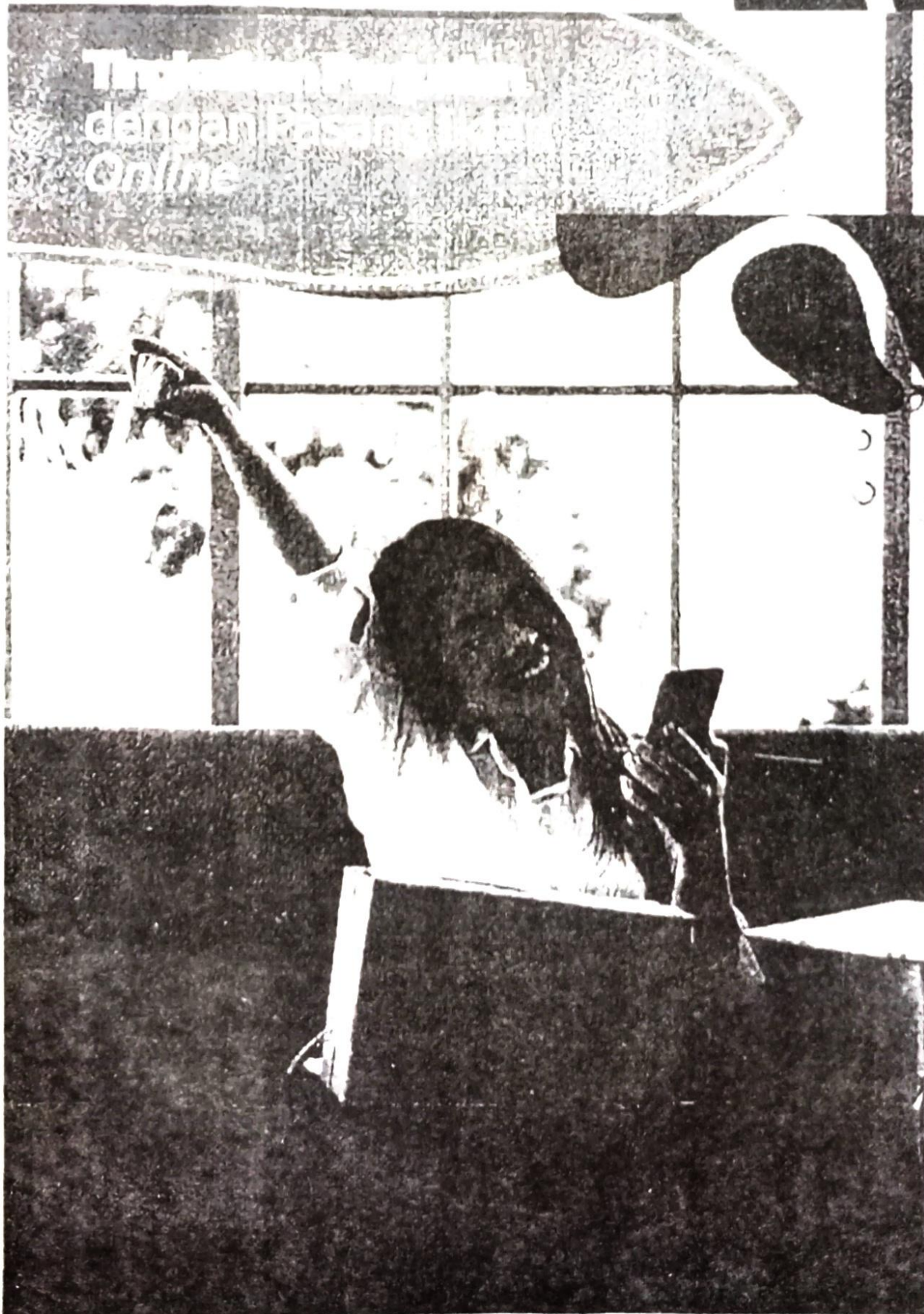
Menjaga Hubungan Baik dengan Konsumen

Salah satu faktor eksternal yang tadi sudah sedikit disinggung adalah cara menjaga hubungan baik antara pihak pemilik bisnis *online* dengan para konsumennya. Kedengarannya mudah, ya? Padahal penerapannya tidak semudah itu.

Beberapa hal yang bisa kamu lakukan dalam menjaga hubungan baik dengan konsumen, antara lain adalah dengan memahami keinginan dan hubungan konsumen, kemudian mau mendengarkan keluhan serta masukan dari mereka untuk produk yang kamu jual. Kamu juga bisa berkomunikasi dan berinteraksi dengan para konsumen melalui fitur-fitur yang ada di *platform* media sosial, seperti *direct message* atau *live*.

“
**Jika hal-hal
di atas sudah
kamu lakukan,
kebanjiran
order pun
bukan hanya
angan-angan.
Semuanya
bisa
terwujud.**
”

Therapy
dengan
Online



Memilih untuk menjalankan bisnis *online*, artinya kamu juga siap beradaptasi dan mengikuti perkembangan yang ada di dunia digital, termasuk dalam hal pemasaran produk demi meningkatkan angka penjualan.

Beberapa tahun belakangan, banyak pemilik bisnis *online* yang memilih iklan *online* untuk meningkatkan angka penjualan. Iklan *online* yang biasa mereka gunakan ada bermacam-macam, karena memang ada banyak media sosial yang menyediakan layanan beriklan ini. Sebut saja, Facebook Ads, Instagram Ads, sampai dengan Google Ads.

Paling baru, ada layanan iklan yang disediakan oleh TikTok, atau yang dikenal dengan nama TikTok Ads. Memasuki tahun 2020 yang lalu, layanan iklan *online* ini mulai dikenal dan langsung mendapatkan perhatian dari banyak pemilik bisnis *online* hingga tahun ini.

Kenapa Anda Harus Beriklan di TikTok?

Pada Juni 2018, mungkin tak pernah terlintas di benak Anda untuk beriklan di TikTok.

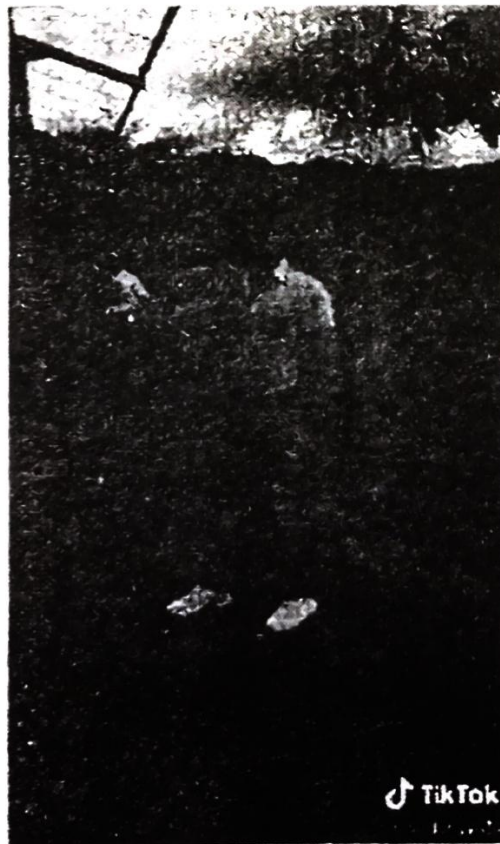
Wajar saja. Saat itu TikTok diblokir sementara oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo). Penyebabnya adalah laporan-laporan yang menyebut bahwa konten TikTok mengandung nilai-nilai yang negatif.



Namun, setelah melalui berbagai kesepakatan dengan pihak Kemenkominfo, akhirnya platform ini kembali dibuka selang sebulan kemudian.

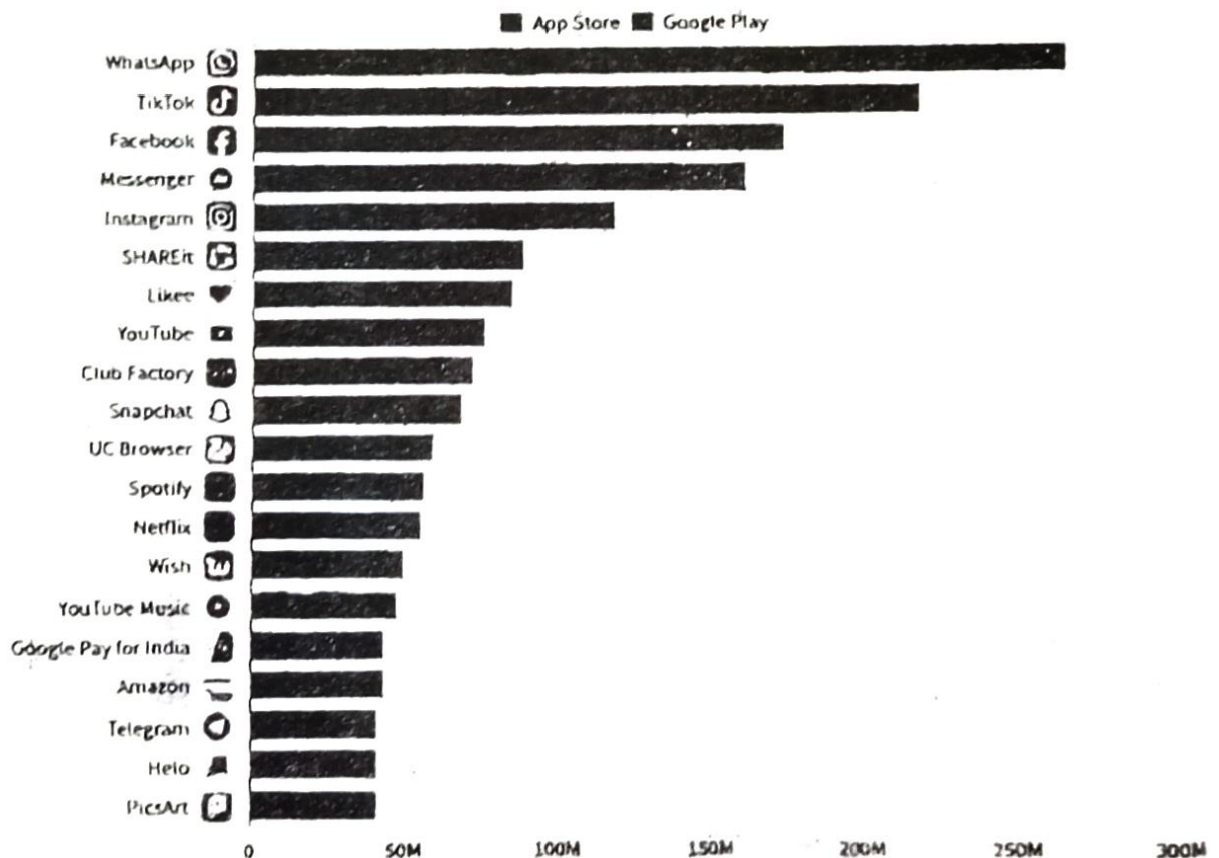
Banyak yang ragu, apakah TikTok mampu bangkit dan memperbaiki reputasinya?

Ya, Anda sudah tahu jawabannya. Saat ini TikTok kembali berjaya. Bahkan platform ini mulai menyalip popularitas media sosial lain yang sudah lebih dulu eksis.



Sekarang jumlah pengguna aktif TikTok sudah mencapai lebih dari 800 juta orang. Jauh melampaui Twitter (340 juta pengguna) dan Pinterest (320 juta pengguna).

Berdasarkan hasil riset Sensor Tower, TikTok juga berhasil menjadi salah satu aplikasi yang **paling banyak didownload**. Penggunaanya pun tersebar di lebih dari 150 negara.



Lalu bagaimana dengan pengguna TikTok di Indonesia?

Fakta ini mungkin tak mengejutkan untuk Anda. TikTok bisa begitu populer di sini karena Indonesia memang negara yang mencatat jumlah pengunduh TikTok terbanyak. Sungguh suatu rekor yang (cukup) membanggakan.

Dengan pertumbuhannya yang begitu pesat. Banyak brand-brand di Indonesia yang mulai tertarik untuk beriklan di dalamnya, seperti **Gojek, BukaLapak, dan Traveloka**.

Sama halnya seperti beriklan di Google atau beriklan di Facebook, video TikTok pun bisa membuat **jutaan mata tertuju pada brand atau produk Anda**.

Bagaimana caranya? Nah, mari kita lihat terlebih dahulu berbagai jenis iklan yang ada di TikTok.

Jenis-Jenis Iklan di TikTok

Berikut adalah **lima jenis iklan** yang bisa Anda temukan di TikTok. Kelimanya punya karakteristik yang berbeda. Penasaran? Yuk lihat satu per satu!

1. In-Feed Video

Suatu hari, Anda sedang menonton video-video TikTok di **For You Page (FYP)**.

Video pertama, scroll.. Video kedua, scroll, Video ketiga.. Anda melihat ada brand yang mengiklankan smartphone terbaru!

Dengan tampilan video yang futuristik, Anda jadi tertarik untuk berkunjung outlet brandnya dan melihat langsung produk terbarunya.

Nah, iklan tersebut merupakan contoh dari **in-feed video**, yaitu iklan yang muncul dan berbaur dengan

konten lain di FYP. Pengguna juga bisa memberi like atau komentar pada iklannya.

Berikut adalah contoh tampilannya:



2. Brand Takeover

Saat menonton video YouTube, pasti Anda pernah dihadapkan pada iklan yang muncul di awal video, kan?



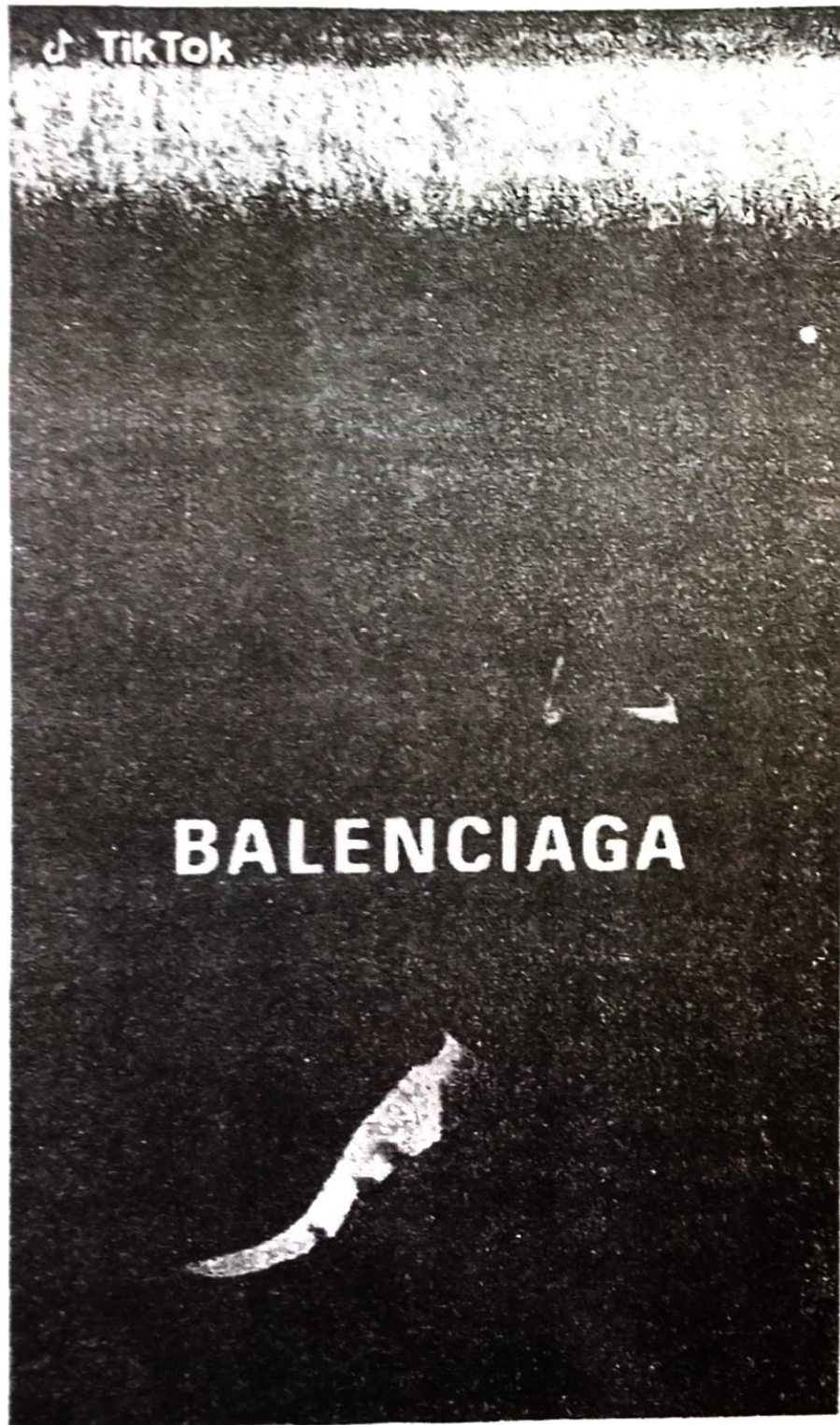
Nah, jenis iklan **brand takeover** kurang lebih sama seperti itu.

Jadi, iklan ini akan muncul ketika pengguna baru membuka aplikasi TikTok. Tampilannya **full screen** dan durasinya antara **3 hingga 5 detik**.

Oh ya, perlu diperhatikan bahwa pengguna bisa skip iklan brand takeover. Jadi, pastikan Anda menyampaikan pesan dengan singkat dan jelas jika menggunakan jenis iklan yang satu ini.

Di dalam iklannya, Anda juga bisa memasang link yang mengarah ke website, online marketplace, atau kemanapun Anda mau – sesuai dengan tujuan iklannya.

Contohnya seperti iklan brand takeover dari Balenciaga. Jika pengguna mengklik iklannya, mereka akan langsung diarahkan ke halaman katalog produk di website Balenciaga.



3. Hashtag Challenge

TikTok dan **hashtag challenge** adalah dua hal yang tak terpisahkan. Singkatnya, hashtag challenge adalah tantangan yang diberikan kepada para pengguna TikTok untuk membuat video tentang tema tertentu.

Sepanjang tahun 2020, ada beberapa hashtag challenge yang cukup populer di Indonesia. Mulai dari hashtag yang informatif nan berfaedah seperti #SamaSamaBelajar.



#samasamabelajar

41.9B views

...

Disini kamu bisa belajar dimana saja, kapan saja, atau bahkan membagikan ilmu dan skill kamu sendiri melalui konten edukatif, informatif, dan pastinya bermanfaat

Hingga hashtag yang berisi konten-konten menghibur seperti #GlowUpChallenge.



#glowupchallenge

2.3B views

...

Yuk, ikutan #GlowUpChallenge! Caranya gampang banget cukup bikin video dengan foto atau penampilan jadulmu lalu buat transisi dengan video atau foto tentang penampilanmu sekarang. Apa ada perbedaannya? Jangan lupa untuk pakai hashtag #GlowUpChallenge di caption videomu ya

Tapi, hashtag challenge lebih dari sekedar ajang membuat konten saja lho. Anda juga bisa memandaatkannya untuk beriklan!

Berbeda dengan jenis-jenis iklan sebelumnya yang muncul di FYP, iklan hashtag challenge akan muncul di **halaman Discovery**. Biasanya, iklannya ditaruh di bagian teratas, atau setidaknya hampir di paling atas halaman.

Dengan jenis iklan ini, Anda menantang para kreator konten untuk membuat video dengan tema tertentu. Kemudian, videonya mesti menggunakan hashtag yang telah ditentukan.

Contohnya seperti hashtag challenge **#inmydenim** yang digagas oleh Guess, bisnis fashion kenamaan. Para kreator konten ditantang untuk menampilkan gaya sekeren mungkin dengan menggunakan denim Guess.





4. Branded Augmented Reality (AR)

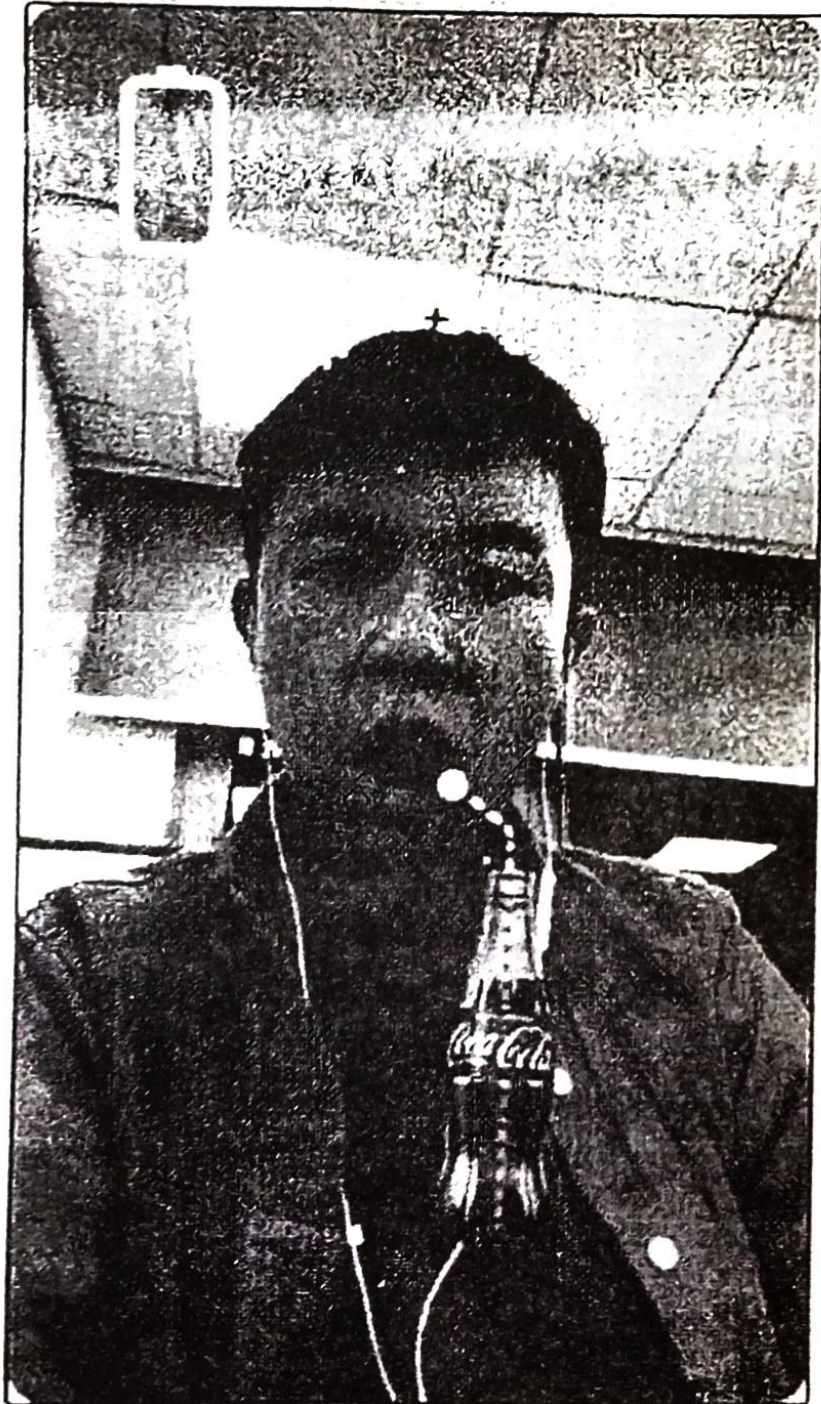
Siapa yang tak terhibur dengan **filter** dan **stiker**? Kedua hal tersebut merupakan resep ampuh untuk menarik perhatian pengguna TikTok.

Untungnya, Anda juga bisa menggunakannya di iklan **branded AR**. Kenapa disebut branded? Karena Anda bisa menawarkan filter dan stiker buatan brand Anda sendiri!

Contohnya seperti filter **Coca Cola** yang digunakan Mas yang satu ini:



— Fokus Rancang Mulai Lakukan



Atau filter makeup **Pond's** yang digunakan Mbak ini:



Jika banyak kreator konten yang menggunakan filter atau stiker buatan brand Anda, Anda tahu kan artinya apa? Ya, betul. **Promosi gratis!**

Oleh karena itu, saat Anda membuat iklan branded AR, pastikan filter dan stikernya unik dan menghibur. Jika tidak, tentu pembuat konten tak akan tertarik untuk menggunakannya.

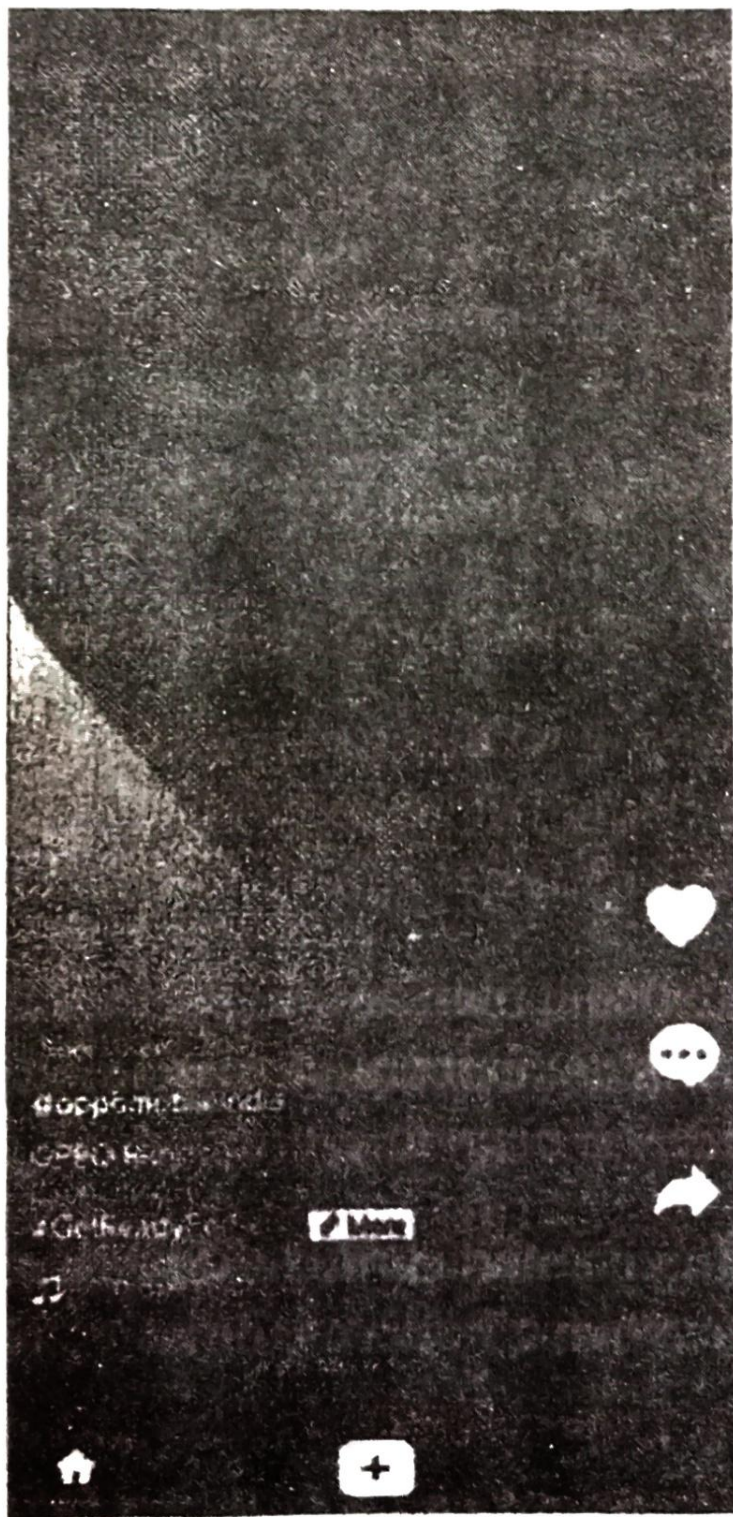
5. TopView Ads

Top artinya puncak. **View** artinya melihat. Jadi, TopView ads adalah iklan yang bisa dilihat di puncak feeds.

Dengan kata lain, iklan Anda akan menjadi video pertama yang dilihat pengguna di feeds mereka. Lagi-lagi ini adalah peluang yang bagus untuk meningkatkan brand awareness.

Contohnya seperti iklan **Oppo** berikut ini:

— Fokus Rancang Mulai Lakukan



Apakah iklannya hanya untuk dilihat saja? Tentu tidak!
dong. Anda juga bisa mengarahkan pengguna untuk
mengklik link terkait brand atau produk yang Anda
tawarkan.

Selain itu, durasi iklan TopView juga lebih lama. Anda
bisa memasang video hingga **60 detik!**

Tentunya durasi yang panjang harus dimanfaatkan
dengan baik. Jadi, pastikan isi konten TopView ads
mampu menarik perhatian dan menghibur target
konsumen Anda.



Struktur Dasar TikTok Ads

Bagaimana? Semua format iklan di TikTok terlihat menarik, bukan?

Mungkin sekarang Anda sudah mulai membayangkan jenis iklan yang akan Anda pakai nanti.. Apakah Anda ingin membuat TopView Ads? Atau barangkali Anda tertarik membuat hashtag challenge?

Eits, sebelum Anda mulai berpikir terlalu jauh. Anda tentunya harus tahu dulu dong struktur dasar dari TikTok Ads.

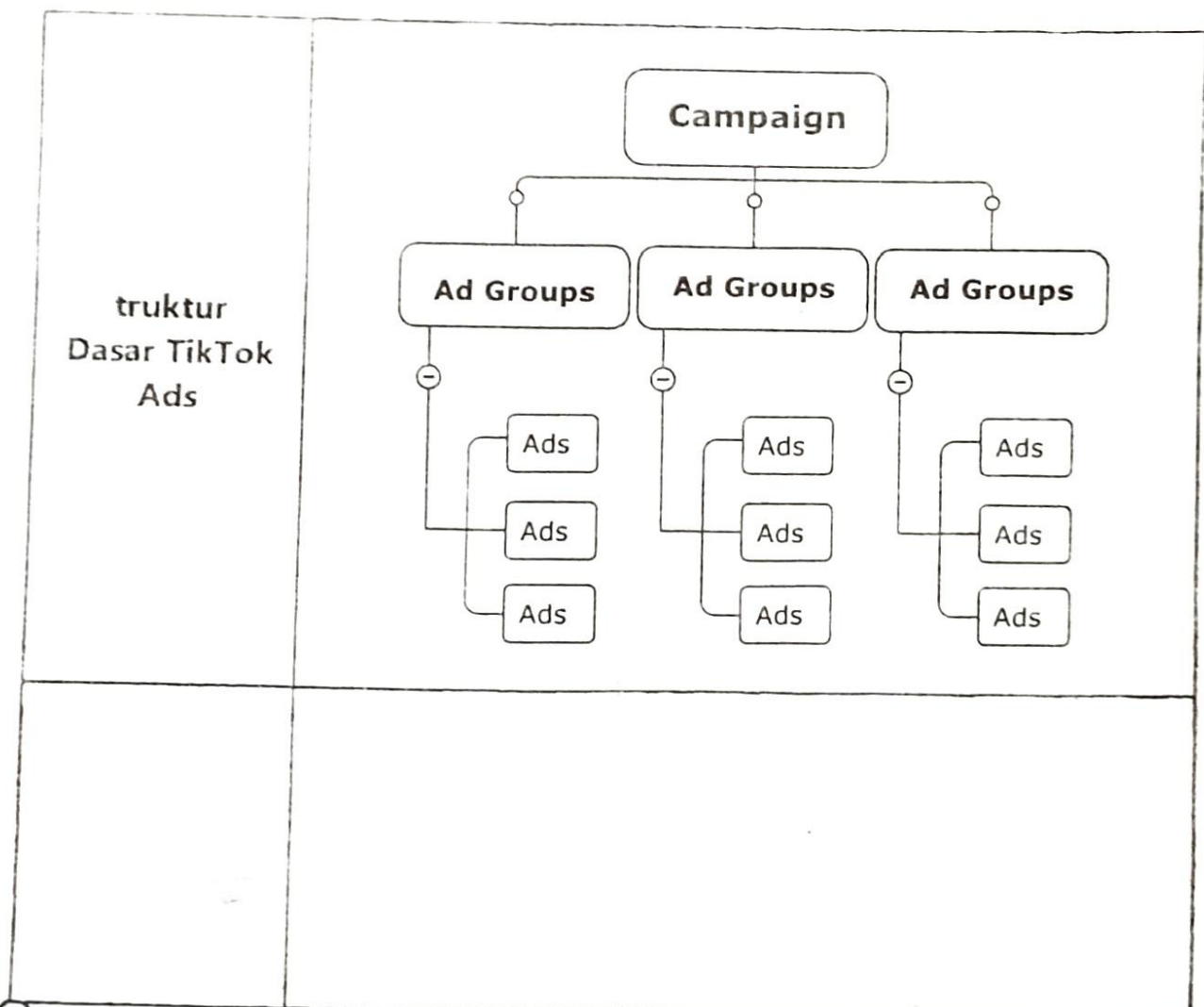
Seperti membuat rumah. Anda tentu harus tahu bagaimana struktur bangunannya, berapa budget yang Anda miliki, serta tujuan akhir pembangunannya seperti apa.

Begitu pula dengan TikTok Ads. Dengan memahaminya, Anda bisa membuat keputusan yang



tepat terkait tujuan iklan, alokasi budget, dan desain iklannya.

Nah, struktur dasar iklan di TikTok sebetulnya sangat simpel. Anda hanya perlu memahami tiga komponen saja, yaitu **campaigns**, **ad groups**, dan **ads**.



Komponen	Fungsi
Campaigns	Campaign adalah gambaran besar (<i>big picture</i>) dari kampanye iklan yang Anda buat. Jadi, saat membuat campaigns, Anda akan menentukan dua poin penting, yaitu: 1. Tujuan iklannya. 2. Budget campaign iklan Anda secara keseluruhan.
Ad Groups	Ad group menentukan konfigurasi iklan yang Anda buat. Berikut adalah beberapa hal yang perlu Anda tentukan saat membuat ad group: 1. Penempatan iklan. 2. Karakteristik target audiens. 3. Budget ad group. 4. Jadwal iklan. 5. Strategi <i>bidding</i> iklan.
Ads	Ads adalah iklan yang akan Anda tampilkan ke target audiens. Saat menentukan Ads, ada dua hal yang akan Anda tentukan: 1. Jenis iklan. 2. Isi iklan.

Singkatnya, campaigns, ad groups, dan ads berfungsi sebagai hierarki.

Dengan kata lain, satu campaign bisa terdiri dari beberapa ad groups, dan satu ad groups bisa terdiri dari beberapa ads.

Apakah Anda sudah paham dengan ketiga komponen di atas? Jika iya, berarti Anda sudah siap untuk mulai membuat iklan di TikTok!

Cara/Tutorial Lengkap Membuat Iklan di TikTok

Berikut adalah langkah-langkah yang perlu Anda ikuti untuk membuat TikTok Ads:

1. Membuat Akun TikTok Ads Manager

Pertama-tama, Anda harus masuk ke halaman TikTok for Business (<https://www.tiktok.com/business/id>). Lalu membuat akun di dalamnya. Begini caranya:

1. Di halaman utama, klik tombol **Memulai**
2. Isilah alamat email serta password akun baru.
3. Di kolom verification code, klik link **Send Code**. TikTok akan mengirim kode verifikasi ke email Anda. Lalu masukkan kode verifikasi tersebut ke kolom verification code.
4. Centang kotak persetujuan untuk **TikTok Ads terms and conditions**. Lalu klik tombol **Sign Up**.

5. Masukkan kolom negara, kolom zona waktu, kolom nama bisnis, kolom nomor telepon, dan juga mata uang yang Anda gunakan - alias Rupiah (IDR).
6. Centang kotak persetujuan TikTok Ads Program Terms. Lalu klik tombol **Register**.

Country/Region

Edit

Time Zone

(UTC + 07 00) Asia/Jakarta

Business Name

Phone

☐

ID + 62

Currency

IDR

Ketentuan Program Iklan TikTok

Terakhir Diperbarui 30 June 2020

Selamat datang di iklan TikTok (TikTok Ads). Sebelum Anda berpartisipasi dalam Program iklan TikTok (sebagaimana didefinisikan di bawah ini, mohon untuk membaca ketentuan-ketentuan di bawah ini secara saksama, karena Anda harus membenarkan persetujuan Anda terhadap ketentuan-ketentuan ini sebelum mulai berpartisipasi dalam Program Iklan TikTok.

By checking here, you confirm you have read and understood and agree to TikTok Ads Program Terms, TikTok Ads Platform Payment Terms, Advertising Guidelines and TikTok Data Sharing Agreement.

Register

7. Selanjutnya Anda perlu memasukkan informasi bisnis Anda serta informasi *billing*-nya. Setelah itu, klik tombol panah ke kanan.

8. Anda akan diminta mengisi saldo akun Anda. Rekomendasinya adalah 300 ribu hingga 1 juta Rupiah. Untuk bisa mulai beriklan, minimal Anda harus mengisi **100 ribu Rupiah**. Walau begitu, Anda sementara bisa skip bagian ini dan mengisinya nanti.

9. Selamat! Sekarang akun TikTok Ads Manager Anda sudah siap digunakan. Di halaman utamanya, Anda bisa langsung membuat campaign baru.

2. Membuat Campaign Baru

Saat membuat campaign, Anda harus tahu **tujuan iklan** Anda. Tapi tenang, Anda tak perlu bingung. Karena Anda tinggal memilih tujuan iklan (*advertising objectives*) yang sudah tersedia.

Ada **delapan** *advertising objectives* yang bisa Anda pilih:

Tujuan Iklan

Pilihlah tujuan iklan yang sesuai dengan tujuan Anda. Pilihlah tujuan iklan yang

Ketersediaan



Jangkauan

Tentukan seberapa banyak orang yang akan melihat iklan Anda.

Persilangan



Lalu Lintas Pengunjung

Tentukan berapa banyak orang yang akan mengunjungi situs web Anda.

Konversi



Promosi aplikasi

Tentukan berapa banyak orang yang akan mengunduh aplikasi Anda.



Penayangan Video

Tentukan berapa banyak orang yang akan menonton video Anda.



Konversi situs web

Tentukan berapa banyak orang yang akan melakukan tindakan tertentu di situs web Anda.



Pembuatan Prospek

Tentukan berapa banyak orang yang akan menjadi prospek Anda.



Pembelian di toko fisik

Tentukan berapa banyak orang yang akan membeli produk Anda di toko fisik.



Interaksi Komunikasi

Tentukan berapa banyak orang yang akan berinteraksi dengan iklan Anda.

Targeting

1. **Jangkauan** – Tujuannya adalah agar semakin banyak orang yang mengenal bisnis atau produk Anda. Sehingga Anda ingin menyebarkan iklannya seluas mungkin.
2. **Traffic/Lalu Lintas Kunjungan** – Mengarahkan pengguna untuk mengklik link menuju suatu halaman. Contohnya seperti landing page dan blog post. Sehingga, jumlah traffiknya bertambah.
3. **Promosi Aplikasi** – Mengarahkan pengguna ke *app store* untuk melihat dan mendownload aplikasi Anda.
4. **Penayangan Video** – Mendorong pengguna untuk menonton video Anda, sehingga jumlah viewsnya bertambah.
5. **Konversi** – Mengarahkan pengguna untuk melakukan konversi. Contohnya seperti melakukan pembelian, mulai berlangganan, dan sejenisnya.
6. **Pembuatan Prospek** – Mengarahkan pengguna untuk mengisi form yang fungsinya lebih untuk menyimpan database customer.

7. **Pembelian Di Toko** - Mengarahkan pengguna untuk melakukan pembelian langsung ke TIKTOKSHOP anda yg sudah anda daftarkan sebelumnya yg sudah di bahas pada halaman .11

8. **Interaksi Komunikasi** - Mengarahkan pengguna untuk melakukan interaksi seperti komen, share dan like pada video di feed anda (ini sangat cocok digunakan untuk para influencer yg ingin videonya cepat FYP)

Selain tujuan iklan, Anda juga perlu menentukan opsi budget iklannya. TikTok Ads menyediakan **tiga** opsi budget:

Budget

No Limit

Daily

IDR

Lifetime

Daily

1. **No Limit** – Di tingkat campaign, jumlah tampilan iklan Anda tak akan dibatasi. Dan budget iklannya akan ditentukan di tingkat ad group.
2. **Lifetime** – Anda akan memasang maksimal budget yang bisa dikeluarkan untuk campaign dan ad group dalam **periode waktu tertentu**.
3. **Daily** – Anda akan memasang maksimal budget yang bisa dikeluarkan untuk campaign dan ad group **dalam satu hari**.

Jadi, Anda tinggal memilih. Apakah budget iklannya ingin dibatasi (Lifetime/Daily) atau tidak (No limit)?

Jika Anda memilih Lifetime/Daily, minimal budget yang harus Anda keluarkan adalah **500 ribu Rupiah**.

Selain itu, jika Anda memilih opsi Lifetime/Daily di tingkat campaign, Anda juga harus memilih opsi yang sama di tingkat ad group.

Nah, kalau Anda sudah paham dengan masing-masing tujuan dan opsi budget, yuk kita mulai membuat campaign-nya!

1. Jika Anda membuat campaign baru, Anda bisa mengklik **Create New**. Tapi jika Anda ingin menggunakan campaign yang sudah ada, Anda bisa mengklik **Use Existing**.
2. Pilih salah satu dari lima *advertising objectives*. (Contoh Kali ini Saya Demonstrasikan Untuk Iklan *Konfersi Situs Web*)
3. Di kotak **Settings**, Anda bisa menuliskan nama campaign-nya. Contohnya seperti “Kampanye Promosi Akhir Tahun”.
4. Anda bisa mengaktifkan opsi **Create Split Test** jika Anda ingin bereksperimen dan membandingkan performa masing-masing ad group. Tapi jika tidak, Anda tak perlu mengaktifkannya.
5. Pilih salah satu dari tiga **opsi budget**.
6. Klik tombol **Continue** untuk lanjut ke pengaturan ad group.

Oke, informasi di atas mungkin kelihatannya banyak banget. Tapi percayalah, aslinya ga seribet itu kok.

Masih kuat? Pastinya dong.. Yuk masuk ke bagian selanjutnya!

3. Menentukan Pengaturan Ad Group

Nah, sekarang waktunya menentukan **di mana** iklannya akan muncul, **siapa** yang akan melihatnya, dan **kapan** iklannya bisa tampil. Semuanya bisa Anda tentukan di ad group.

Tapi, sebelum menentukan itu semua, Anda harus tuliskan dulu nama ad group-nya:

Create New

Use Existing

Ad Group Name

Ad Group Tahun Baru



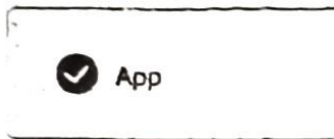
Sudah siap? Mari kita mulai konfigurasinya!

1. Memilih Tipe Promosi

Pertama-tama, Anda harus menentukan kemana audiensnya akan diarahkan. Ada dua pilihan, yaitu **App (Aplikasi)** dan **Website**.

Promotion Type

Promotion Type



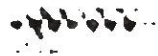
Website

App



Kalau Anda memilih **App**, Anda tinggal menghubungkan link aplikasinya saja. Sedangkan jika Anda memilih **website**, Anda harus menghubungkan websitenya dengan TikTok Pixel

(Untuk Penjelasan Tentang Tiktok Pixel Bisa Di Pelajari Di link Berikut) <https://ads.tiktok.com/help/article?aid=9663>



2. Menentukan Penempatan Iklan (*Ad Placement*)

Next, Anda harus tentukan di mana iklan Anda akan tampil. Di sini, TikTok menyediakan dua opsi:

- **Automatic Placement** – Iklan Anda secara otomatis akan **ditampilkan di berbagai platform**. Mulai dari platform TikTok sendiri hingga platform mitra.
- **Select Placement** – Anda bisa **memilih sendiri** di mana iklannya akan ditampilkan. Apakah di TikTok saja atau di platform mitra juga.

Sebentar.. Platform mitra? Memangnya TikTok bekerjasama dengan platform apa saja? Berikut daftarnya:

- **Aplikasi Berita** – TikTok bermitra dengan beberapa aplikasi berita ternama, seperti BuzzVideo (Jepang), BaBe (Indonesia), dan News Republic.
- **Helo** – Platform media sosial dari India.
- **Pangle** – Aplikasi yang berguna untuk monetisasi aplikasi



TikTok

TikTok



New Feed App Series

TopBuzz/BuzzVideo/New Republic/Babe



Helo

Advertising is currently only available in India.



Pangle

Premium global publisher network available in Japan, Korea, Taiwan, Thailand, Vietnam, ...

Dengan mencentang aplikasi-aplikasi tersebut, iklan Anda akan muncul juga di sana (*saya sarankan untuk beriklan cukup centang tiktok saja*).

Oh ya, ada dua pengaturan lagi yang bisa Anda aktifkan di segmen *ad placement*, yaitu:

1. **User Comment** – Jika diaktifkan, audiens bisa menaruh komentar di iklan Anda.

2. **Video Download** – Jika diaktifkan, audiens bisa mendownload iklan Anda di TikTok.

3. Mengaktifkan Automated Creative Optimization

Saat sedang membuat iklan, Anda pasti akan mengupload berbagai aset kreatif (seperti gambar, video, dan tulisan).

Nah, dengan mengaktifkan opsi **Automated Creative Optimization**, sistem akan secara otomatis menggabungkan aset kreatif yang Anda punya.

Lalu, kombinasi yang memberikan performa terbaik lah yang akan ditampilkan dalam bentuk iklan.

Tapi, opsi ini tidak wajib Anda aktifkan kok. Anda juga bisa memilih untuk mengabaikannya.

Creative Type

Automated Creative Optimization



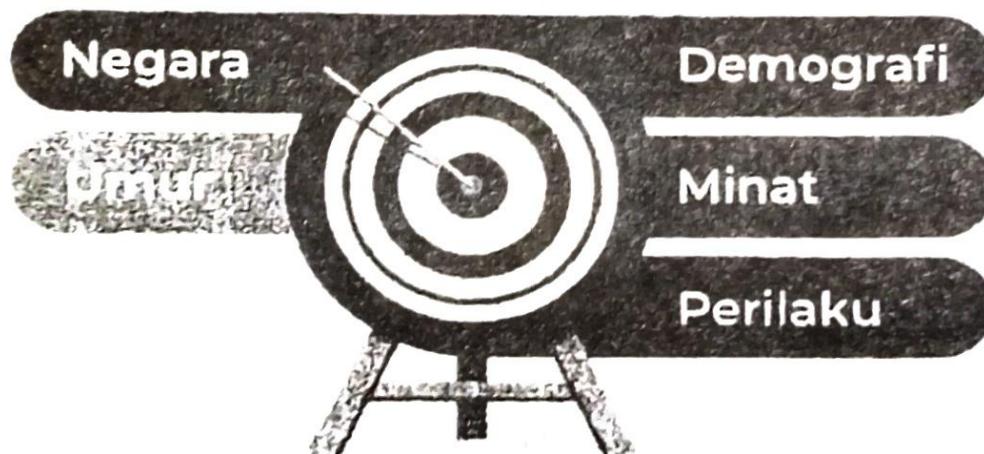
Automated Creative Optimization uses machine learning to automatically combine your creative assets to create the best performing ad for your campaign.

• **Private beta:** This is a limited program for select users. Please contact your account manager for more information.

4. Menentukan Karakteristik Target Audiens

Sekarang Anda tinggal menentukan siapa yang akan menonton iklan Anda. Bagian ini sangat penting! Karena jika dipasang secara asal-asalan, iklan Anda akan salah sasaran.

Disinilah fungsi mempelajari customer persona pada bab sebelumnya di halaman .8



Opsi targeting yang ditawarkan TikTok juga sangat detail. Anda tidak hanya bisa menentukan demografi audiens saja. Tapi juga minat dan perilaku mereka di dalam aplikasi.

Nah, sebelum menentukan karakteristik target audiens, Anda akan dihadapkan pada dua opsi:

- **Membuat Custom Audience** – Anda bisa membuat “persona” audiens dengan cara mengupload file berisi data konsumen atau menggunakan data user di aplikasi dan website Anda.

- **Membuat Lookalike Audience** – Anda membuat “persona” audiens berdasarkan custom audience yang sudah ada.

Sudah menentukan pilihannya? Nah, sekarang Anda perlu memilih opsi targeting secara manual. Ada tiga kategori yang perlu Anda tentukan:

1. **Demografi** – Menentukan gender, usia, negara, dan bahasa yang digunakan audiens.
2. **Minat dan Perilaku** – Menentukan minat konsumen serta perilaku mereka terhadap konten yang mereka minati (contohnya seperti like, share, atau comment).
3. **Perangkat** – Menentukan karakteristik perangkat audiens. Contohnya seperti jenis OS, tipe koneksi, dan harga perangkatnya.

5. Memilih Opsi Budget dan Schedule

Hmmm.. Bukankah Anda tadi sudah menentukan budget di tingkat campaign? Kok sekarang Anda harus menentukan budget lagi?

Jadi, budget di tingkat **campaign** merupakan budget untuk seluruh ad group yang Anda buat. Sedangkan budget di tingkat **ad group** hanya berlaku untuk satu ad group saja.

Dan sama seperti budget campaign, Anda juga perlu memilih antara opsi **Daily** atau **Lifetime**:

- **Daily** – Memasang maksimal budget per hari.
- **Lifetime** – Memasang maksimal budget per periode tertentu.

Setelah itu, Anda perlu menentukan **jadwal iklannya**. Jika Anda mencentang kotak **Run Continuously**, iklannya akan tampil terus menerus mulai dari tanggal yang Anda tentukan.

Tapi jika kotaknya tidak dicentang, Anda bisa menentukan tanggal mulai dan tanggal akhir penampilan iklannya.

_____ Fokus Rancang Mulai Lakukan

Budget

Daily Budget

0

IDR

Schedule

2021-01-03 08.03



Time Zone UTC+07.00

☒ Run Continuously

Your ad group will continuously after the scheduled start time.

Dayparting

All Day

Select Specific Time

Tidak hanya itu saja. Di bagian **Dayparting**, Anda bisa menentukan jam berapa iklannya akan muncul.

Jika Anda memilih **All Day**, iklannya akan muncul setiap waktu. Tapi jika Anda memilih **Select Specific Time**, Anda bisa menentukan jam di mana iklannya akan muncul.



6. Memilih Strategi *Bidding*

Mungkin Anda bertanya-tanya. Di luar sana kan banyak juga bisnis yang ingin beriklan, lalu bagaimana caranya TikTok menentukan iklan yang akan muncul?

Jawabannya simpel: Mereka menentukannya dengan sistem *bidding*, alias lelang.

Jadi, pengiklan yang menawarkan biaya terbesar punya kesempatan lebih besar untuk menampilkan iklan mereka.

Selain itu, biaya yang Anda keluarkan juga bergantung pada tujuan optimasinya. Ada **tiga jenis tujuan optimasi** yang bisa Anda pilih:

- **Click** – Anda ingin mendapatkan jumlah klik sebanyak mungkin. Jadi, biayanya menggunakan sistem CPC (*Cost per Click*). Artinya, Anda perlu mengeluarkan biaya setiap audiens mengklik iklannya.
- **Conversion** – Anda ingin audiens **melakukan konversi sebanyak mungkin**. Sama seperti Click, di sini pembiayaannya juga menggunakan sistem CPC.
- **Impression** – Anda ingin iklannya **muncul ke sebanyak mungkin audiens**. Jadi biayanya menggunakan sistem CPM (*Cost per Mile*). Dengan kata lain, Anda perlu mengeluarkan biaya setiap iklannya muncul di hadapan 1000 audiens.

Oh ya, TikTok juga menyediakan opsi **Bid Control**.
Jika Anda menonaktifkan opsinya, TikTok akan menggunakan seluruh budget yang Anda pasang.

Akan tetapi, jika Anda mengaktifkan opsinya, Anda bisa menentukan sendiri berapa biaya CPC atau CPM yang ingin Anda pasang di sistem lelang.

Optimization Goal

Click

Bid Control



Cap you bid in the auction See more

IDR/Click

⌵ Show More Options



4. Memasang Tiktok Ad

Sekarang Anda sudah tiba di langkah terakhir, waktunya memasang iklan!

Ada dua format iklan yang bisa Anda pilih, yaitu **Gambar** dan **Video**. Akan tetapi, hanya format video saja yang bisa diiklankan di TikTok.

Ad Name

Ad Name

Iklan Promosi Tahun Baru



Ad Format

A quick one-minute guide to help you understand how to get your ads approved. [Learn more](#)



Single video



Single Image

Ad Name

Ad Name

Iklan Promosi Tahun Baru



Ad Format

A quick one-minute guide to help you understand how to get your ads approved. [Learn more](#)



Single video



Single Image

Lha, kalau begitu, kenapa format iklan gambar ditawarkan juga?

Jadi, Anda hanya bisa memasang iklan gambar di platform mitra, seperti BaBe, TopBuzz, atau Helo.

Itulah mengapa TikTok merekomendasikan Anda untuk memilih format video. Setelah itu, Anda akan diminta untuk mengupload iklannya.

1. Anda bisa langsung mengupload video iklannya atau membuat iklannya dengan video template TikTok ads.

Video view recommended video specs

+ Upload + From Library + Create

Recommended Format: mp4, mov, mpeg, avi or gif File Size: Up to 500 MB

⌵ Show more format requirements for the selected placement.

1. Anda perlu menuliskan judul video, caption iklannya, serta link iklannya juga.
2. Setelah semuanya terisi, Anda bisa mengklik tombol **Submit**.

3 Bonus Tips Untuk Membuat TikTok Ads Anda Semakin Efektif

Anda sudah berhasil membuat iklan di TikTok. Tapi sayangnya, hasilnya belum sesuai harapan.

Walau begitu, pengalaman ini tak membuat Anda putus asa. “Ah, maklum. Namanya juga pengalaman pertama”, pikir Anda.

Akhirnya Anda pun mencari cara agar iklan selanjutnya bisa memberikan performa yang lebih baik.

Dari berbagai tips yang Anda temukan, berikut adalah tips-tips yang paling umum digunakan oleh bisnis untuk membuat iklan TikTok yang lebih efektif:

1. Manfaatkan Trend yang Sedang Hits

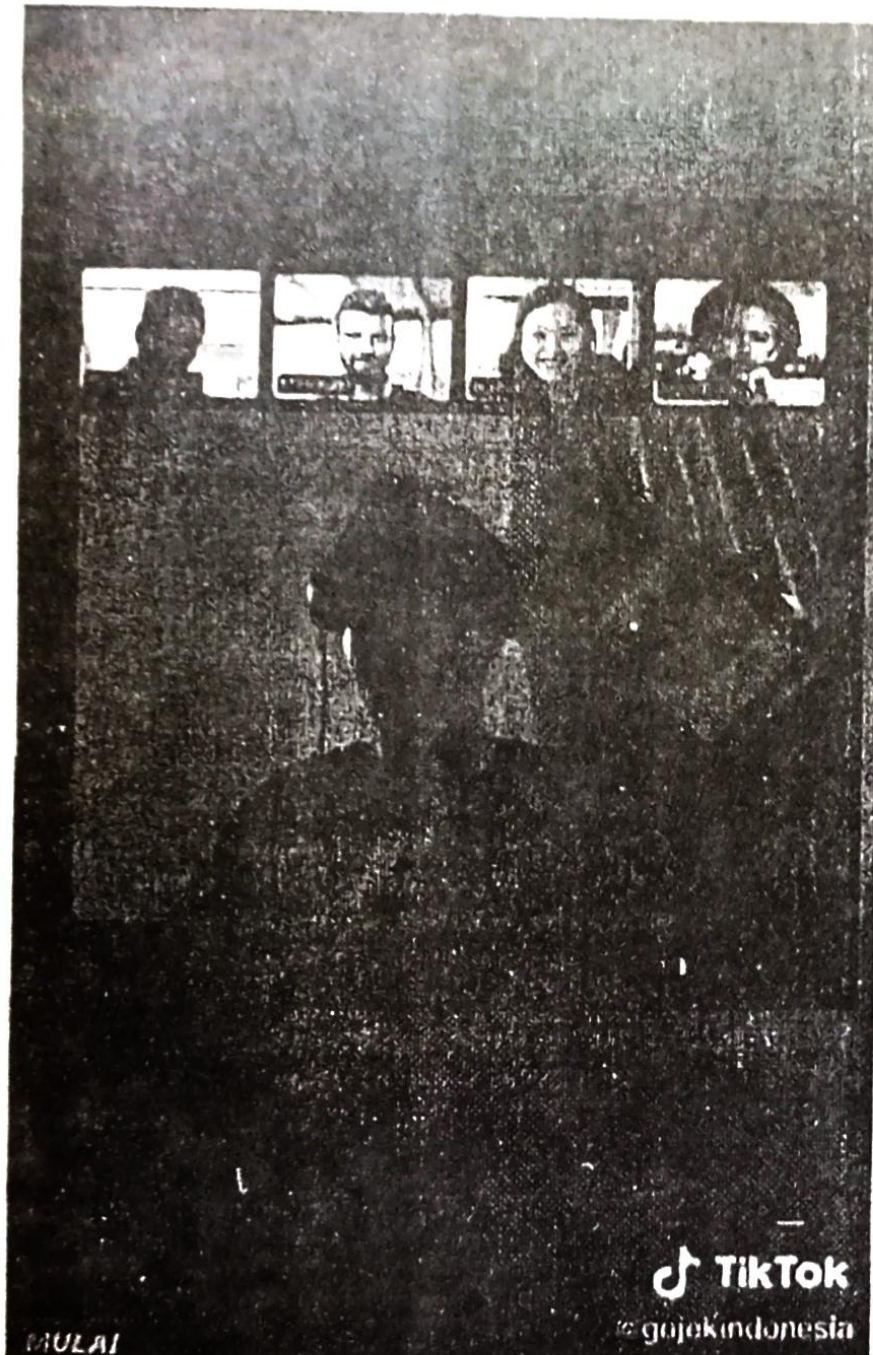
Di TikTok, tren datang silih berganti. Biasanya tiap tren ditandai dengan banyaknya konten yang menggunakan hashtag-hashtag tertentu. Contohnya seperti #taraktakdung atau #gantengdoang:



Mengapa konten dengan hashtag-hashtag tersebut bisa populer? Tentunya karena banyak penonton yang merasa terhibur dengan isinya atau... mungkin memang sekedar mengikuti tren saja.

Nah, jika Anda ingin iklannya lebih menarik, Anda juga bisa gunakan tema iklan yang cocok dengan tren yang sedang hits saat ini.

Contohnya seperti yang dilakukan Gojek. Mereka memasang iklan yang bertemakan *work from home*, karena konten-konten dengan tema tersebut memang cukup nge-tren di masa pandemi.



Dengan menggunakan strategi ini, brand Anda akan terlihat lebih *up-to-date* dan iklannya pasti akan lebih menarik untuk ditonton!



2. Sampaikan Pesannya Secara Singkat dan Jelas

Sebagus apapun iklan Anda, jika durasinya kelamaan, audiens bisa merasa bosan dan skip iklannya.

Mau tahu bagian terburuknya? Mereka akan melewatkan iklannya tanpa mengetahui pesan yang ingin Anda sampaikan.

Untuk itu, Anda perlu memastikan bahwa mereka mampu menangkap pesannya dengan jelas. Salah satu caranya dengan menyampaikannya secara **singkat** dan **to-the-point**.

Contohnya seperti iklan Tiket.com. Mereka menyampaikan pesan-pesan penting terkait brand mereka seperti “terbang ke berbagai destinasi” dan “liburan jangan cuma dikhayalin” hanya dalam waktu kurang dari 15 detik!





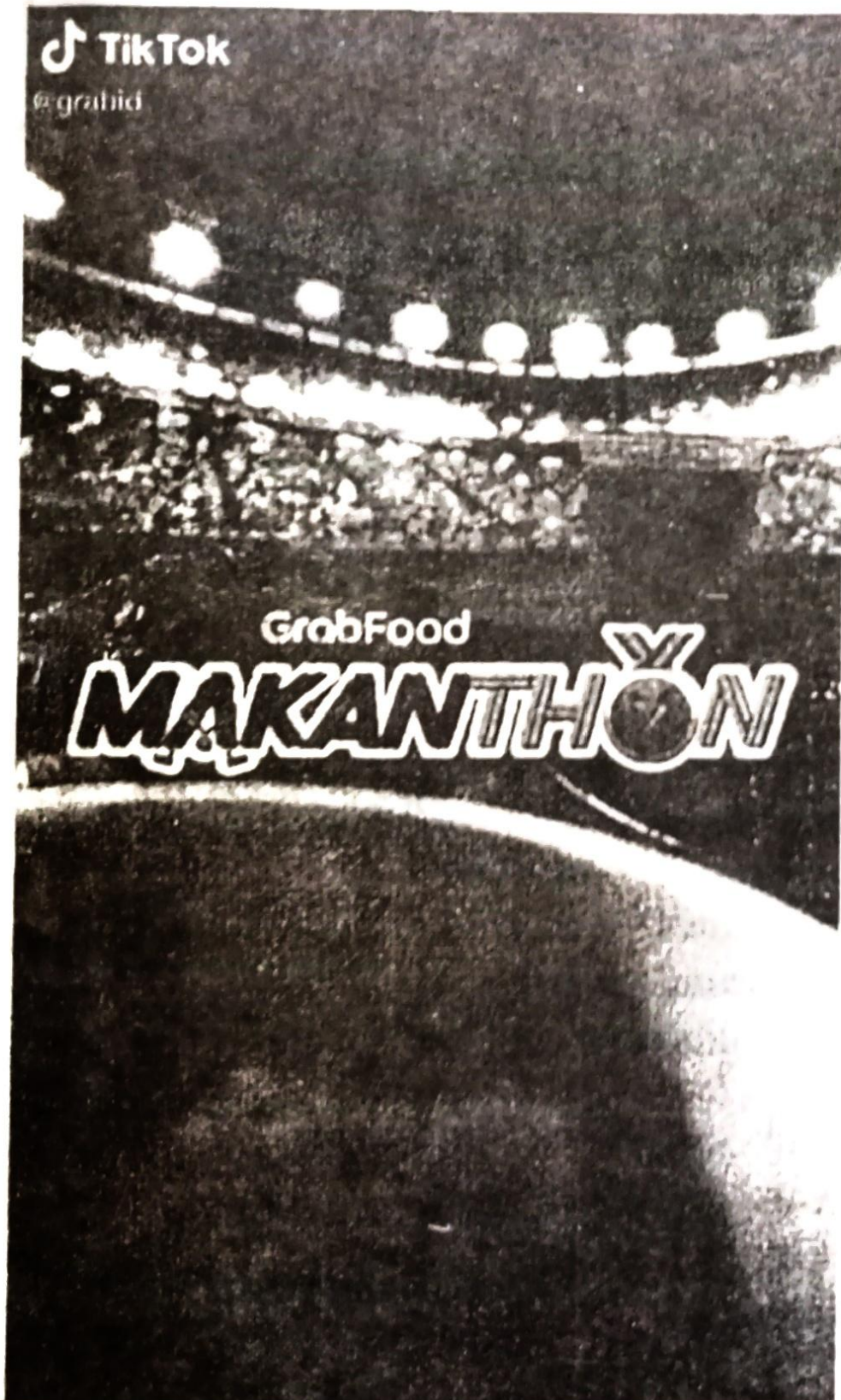
3. Gunakan Visual yang Menarik

Jika Anda ingin membuat iklan yang menarik, mulailah dengan menggunakan visual yang menarik.

Lalu visual yang menarik seperti apa? Tentunya ini tergantung dari tema iklan dan style brand Anda.

Sebagai contoh, Grab mempromosikan kampanye Makanthon, yaitu event undian berhadiah bagi para pengguna yang sering memesan GrabFood.

Untuk itu, mereka menggunakan makanan-makanan yang menggoda sebagai visual kontennya. Videonya pun menggunakan latar stadion untuk menggambarkan nuansa kompetisi:





Sudah Siap Membuat TikTok Ads untuk Bisnis Anda?

Nah, sekarang Anda tidak sekadar tahu bahwa beriklan di TikTok itu bagus untuk **pemasaran bisnis**. Tapi Anda juga tahu cara membuatnya!

Akan tetapi.. Apakah perjalanan bisnis Anda di TikTok hanyalah tentang beriklan saja? Tentu saja tidak. Anda juga bisa mempercantik akun brand Anda dengan berbagai konten menarik!

Dengan begitu, Anda bisa menarik calon pembeli untuk mengikuti akun brand Anda Tanpa Harus Mengeluarkan Budget Untuk Beriklan (TikTok ORGANIK).

Namun, mungkin Anda masih bingung ingin membuat konten seperti apa di TikTok. Untuk itu, Bab Selanjutnya Kita Akan Membahas tentang **14+ ide konten TikTok untuk promosi bisnis**.



14+ Ide Konten TikTok untuk Promosi Bisnis

Kali ini saya akan membahas beberapa jenis ide konten TikTok terbaik untuk mempromosikan bisnis Anda:

1. Product Launching
2. Konten Catalog
3. Workspace Tour
4. Konten Behind The Scene
5. Packaging dan Shipping
6. Video Tutorial
7. Educational
8. Hashtag Challenge
9. Company Profile
10. Success Story
11. Day in My Life
12. Meet The Team
13. Testimonial
14. Announcement
15. Promotional

Pengen tahu penjelasan detailnya? Yuk kita bahas satu per satu!

1. Product Launching

Sebelum memasuki rumah, Anda bersiap memakai hand sanitizer. Tiba-tiba, datang orang asing menepuk bahu Anda sambil berkata, "Pakai hand sanitizer saya aja, nih!"

Kira-kira, bagaimana respon Anda?

Kami yakin, Anda pasti langsung menolaknya.

Tapi, akan lain jadinya kalau itu teman Anda sendiri. Tentunya, lebih mudah mempercayai orang yang sudah Anda kenal, bukan?

Nah, untuk mendapatkan kepercayaan, setiap pihak harus saling mengenal dan merasa *connected*. Apalagi kaitannya dengan relasi bisnis.

Produk Anda harus menjadi sosok yang familiar sehingga calon pelanggan percaya.

the
SIGN
tribe

thesigntribe  thesigntribe · 2020-10-9

Sneak peak alert!  #comingsoon #sneakpeak #alert #beauty
#productlaunch #newin #flirtalarm #bassphone #satisfying #texture
#closeup #thesigntribe

🎵 put your records on - favsoundds



76



20



Bagikan

Pintu pengenalan itu bisa Anda buka dari ide konten TikTok.

Buat calon pelanggan penasaran dengan video singkat berisi spoiler produk. Tunjukkan performa produk dalam adegan yang wah.

Agar lebih berkesan, Anda juga bisa menyisipkan alasan di balik pembuatan produk tersebut, lho!



3. Catalog

Ketika mengunjungi sebuah toko, apa hal pertama yang Anda cari?

Kemungkinan besar, Anda akan menjawab ‘katalog’ atau buku menu.

Dulunya, Anda menemukan katalog dalam bentuk kumpulan foto di lembaran buku, poster, ataupun tersimpan begitu saja pada etalase. Anda harus membolak-balik tiap halaman ataupun berkeliling toko sampai encok.

Sayangnya, itu adalah cara lama untuk memamerkan produk. Sekarang, Anda bisa menghidupkan katalog produk dengan konten TikTok yang menarik.



lailynrhyt AIL · 2020-9-19

Piyama tapi ke cantik ini dong 📍 beli di @koncoturru 📍 #ootd #piyama
#onesetpiyama #fyp #foryou #CesBeforeCus

🎵 Side to Captain Hook - sound remixes



1261



11



19

Jika Anda pebisnis fesyen, misalnya, tampilkan sedikit atraksi 'sulap' seperti pergantian baju dalam setiap pergerakan.

Jangan lupa ya, tambahkan teks agar audiens tahu varian yang Anda tawarkan.

3. Workspace Tour

"Eh, masuk rumah dulu, yuk!"

Salah satu cara terbaik untuk mengakrabkan diri adalah mengundang orang yang ingin Anda kenal untuk datang ke rumah.

Ajak mereka berkeliling dan perlihatkan spot-spot favorit Anda. Dalam sekejap, orang tersebut merasa seakan sudah mengenal separuh diri Anda.

Nah, jika Anda ingin calon pelanggan mengenal bisnis Anda lebih jauh dengan cepat, workspace tour adalah ide konten TikTok yang menarik.



xxl.scrunchie XXL SCRUNCHIE & CO CA · 2020-11-5

Where I run my small business  #officetour #scrunchiebusiness
#smallbusinesscheck #workspacetour

🎵 When the Party's Over - Keyrenity



8716



197



146



Perlihatkan bagaimana Anda mengatur ruang kerja atau kantor sesuai kebutuhan. Tunjukkan cara Anda menyusun inventori, spot kerja Anda, serta di mana Anda menyimpan produk yang siap kirim.

Ketika video TikTok berakhir, persahabatan Anda dengan audiens baru saja dimulai.

4. Behind The Scene

Ide konten TikTok menarik berikutnya, behind the scene.

Zaman sekarang, orang-orang tidak lagi masa bodoh dengan proses. Mereka mulai peduli dengan apa yang terjadi di balik produk yang mereka konsumsi.



dyanosaurus__ DyaNosauRus

Nungguin yaaaaa 🤔🤔🤔🤔 #taiwan #kuli #pejuangnt #ponorogo
#tiktoktaiwan #dapur

🔊 original sound - Dj Nico Adhitya - Dj *Nico Adhitya*



56.8K



1934



546

Buka 'pintu dapur' Anda dan ajak calon pelanggan masuk. Tunjukkan bahwa Anda menggunakan bahan berkualitas juara dan memprosesnya dengan cara yang terbaik pula.

Konten TikTok yang menarik ini bisa Anda gunakan untuk bisnis apapun, lho. Mulai dari fotografi, souvenir, dan masih banyak lagi.

5. Packaging dan Shipping

Ketika berbelanja online, Anda pasti pernah bertanya-tanya: *Pesananku lagi diapain ya?*

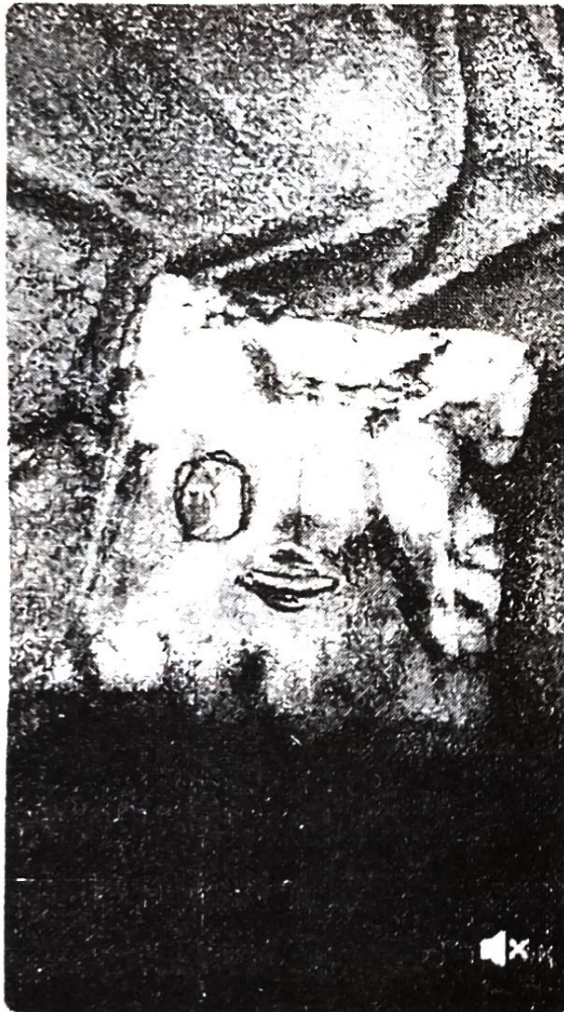
Saat membuka TikTok, Anda menemukan online shop yang bersangkutan memposting sebuah video menarik.



thurfahbdmn Twinnie Pretty · 2020-8-10

Jangan lupa cek shopee kita yah, lagi ada free ongkir min pembelian 30rb loh 🗣️ #voiceeffects #PejuangLokal #smallbusiness #packing #tiedye

🎵 OFFICIALLY MISSING YOU DANCE COVER - Magic 🎧 Mannex



143.3K



1706



422



Seller menunjukkan proses packaging orderan dalam sebuah kemasan yang manis. Di belakangnya, terlihat barisan paket yang siap diberangkatkan.

Sekarang, benak Anda pun berfantasi.

Pesananku udah dikirim belum ya? Atau masih di-packaging? Kira-kira...

Stop! Kami hanya ingin membuktikan bahwa packaging dan shipping ternyata menjadi ide konten TikTok yang menarik.

Bagi pelanggan, ada kepuasan tersendiri ketika melihat bagaimana Anda memperlakukan orderan mereka. Bagi pengusaha, rasa percaya pelanggan terhadap bisnis Anda akan semakin kuat dan terjamin.

Sama-sama menguntungkan, bukan?



6. Tutorial

Bagaimana ya cara mempromosikan produk yang fungsinya itu-itu saja dan membutuhkan waktu lama untuk habis? Make up, misalnya.

Dulunya, kita mengenal lipstik hanya sebagai pewarna bibir biasa. Barangkali, kenalan Anda selalu menolak membeli lipstik baru dengan alasan, *“Halah, fungsinya cuma gitu-gitu aja. Di rumah juga masih ada.”*

Tapi sekarang, keadaan sudah berubah. Lahir berbagai tren seperti ombre lips, korean lips, dan banyak lagi. Jadi, wajar jika Anda menemukan seorang remaja menyimpan belasan lipstik dalam tas mereka.

Di luar sana, tentu ada banyak orang yang penasaran ingin membuat hal serupa tapi bingung harus bagaimana.

Akhirnya, mereka pun mencari video tutorial.



jessicatitaniajete Jessica Titania 2020-9-19

Akhirnya bisaa bikin ombre lips 🤩 FYP DONG !!! @dearmebeauty
#ombrelip #ombrelipstutorial #Dearme #dearmebeauty

🎵 You Got It - Vedo



1458



18



1



Di TikTok sendiri, misalnya, Anda bisa menemukan lebih dari 800 ribu hasil tayang hanya untuk hashtag #ombrelip.

Nah, itu artinya, video tutorial merupakan kesempatan emas untuk memamerkan keajaiban produk Anda. Ide konten menarik TikTok ini akan menginspirasi calon pelanggan dalam memaksimalkan penggunaan produk.

Bagikan tips, life hacks, serta model tutorial lainnya yang membuat calon pelanggan takjub dan mempraktikkan tutorial Anda. Tentunya, dengan memakai produk yang Anda sarankan.

7. Educational

Hoahmm... Bukan hanya Anda yang langsung mengantuk ketika mendengar kata 'edukasi'. Bahkan kami pun juga merasakannya.

Tayangan edukasi yang kita kenal selama ini mungkin lekat dengan adegan seseorang yang berbicara panjang lebar, dengan topik yang enggan kita dengar.

Nah, jika tak ingin pendengar Anda merasa bosan, sekarang saatnya mengucapkan selamat tinggal pada cara edukasi yang garing.

Buat konten TikTok yang menarik dan seru sehingga video edukasi lebih fun serta mudah diterima banyak orang.

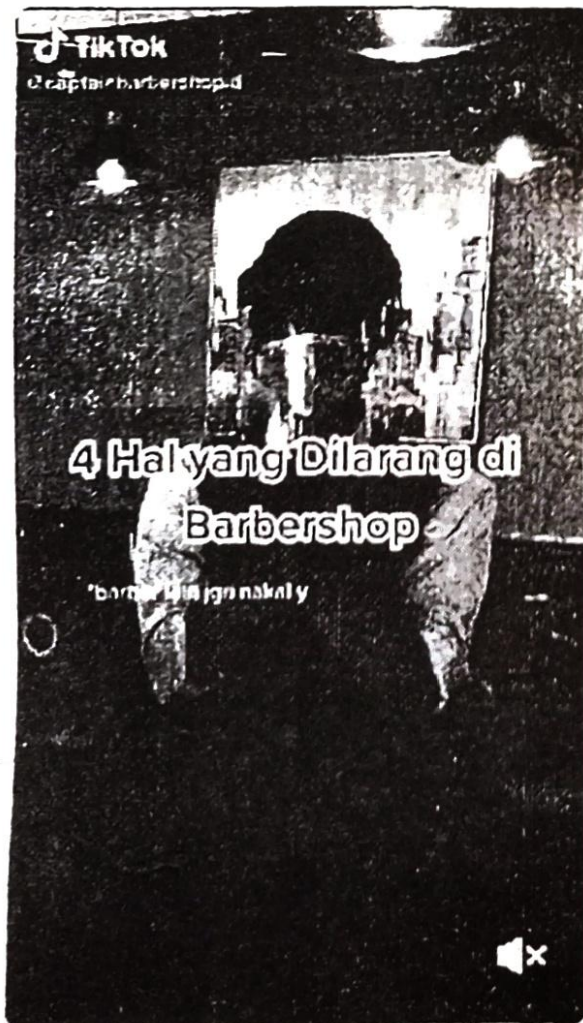




captainbarbershopid captainbarbershopid · 2020-9-16

no 4 sangat diremehkan..lagi corona gini duh ati2 guys #barbershop
#pandemi #edukasi #fyp

🎵 original sound - Kavya



17.2K



174



64

Maksimalkan fitur-fitur TikTok untuk membuat berbagai macam video edukasi. Entah itu tanya jawab (FAQ), cerita pendek, hingga listicle video. Sertakan juga backsound yang mendukung dan jangan lupa berikan teks pembantu.

8. Hashtag Challenge

Pada aplikasi TikTok, coba ketikkan tagar #TokopediaHaul. Apa hasilnya?

Pastinya, Anda menemukan lebih dari 1 milyar hasil tayang yang memuat konten belanja barang di Tokopedia.



tysnasaputra • Tysna Saputra - 2020-8-15

Nemu TAS Keren Hasil HUNTING ONLINE di @tokopedia!
#TokopediaHaul #Ad

🎵 Pond Road - Matt Wilcox



3694



26



83



#TokopediaHaul merupakan salah satu ide konten TikTok bertemakan hashtag challenge.

Hashtag challenge adalah tantangan yang mengajak orang-orang untuk melakukan sesuatu dengan tagar (#) tertentu.

Bisa dibilang, ini ide konten TikTok yang cukup difavoritkan perusahaan. Selain Tokopedia, misalnya, Indomie juga menggerakkan #GoyangHotJeletot untuk mempromosikan varian Hype Abis.

Kenapa banyak perusahaan menggunakan strategi ini? Alasannya, dengan mudah perusahaan mendapatkan User Generated Content alias konten yang dibuat pengguna produk.

Ini artinya, promosi bisnis berjalan secara masif tanpa perusahaan harus repot membuat konten dengan ide sendiri. Mudah dan praktis, bukan?

9. Company Profile

Mana yang lebih membuat Anda tertarik: penjabaran tentang sebuah perusahaan atau cerita di balik berdirinya perusahaan tersebut?

Well, kami tahu jawaban Anda.

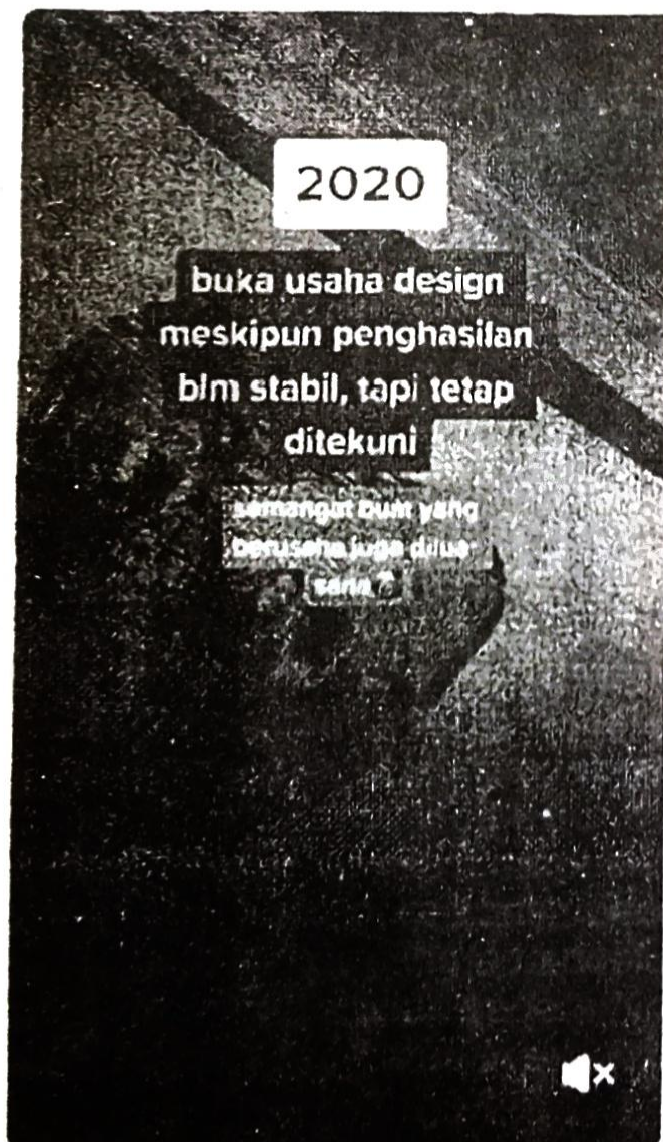
Alih-alih menyimak penjelasan membosankan, Anda dan 80% orang di luar sana, lebih suka mendengarkan cerita.



beatruxdesign beatrix design · 2020-7-8

kalau konsisten semua pasti ada jalan nya 🤖 #fyp #foryoupage
#smallbusinesscheck #desain #DontLeaveMe #dkv

🎵 Coldplay - Paradise - audiobear



99



1



Bagikan



Ceritakan motivasi dan alasan di balik berdirinya bisnis Anda. Sebagai tambahan, tunjukkan portfolio Anda. Ajak orang-orang untuk terlibat dalam bisnis ini atau mungkin menginspirasi audiens membangun bisnis juga.

10. Success Story

Barangkali, Anda menyukai kisah sukses Colonel Sanders (founder KFC), Mark Zuckerberg (CEO Facebook), dan merasa termotivasi dengan cerita tokoh lainnya.

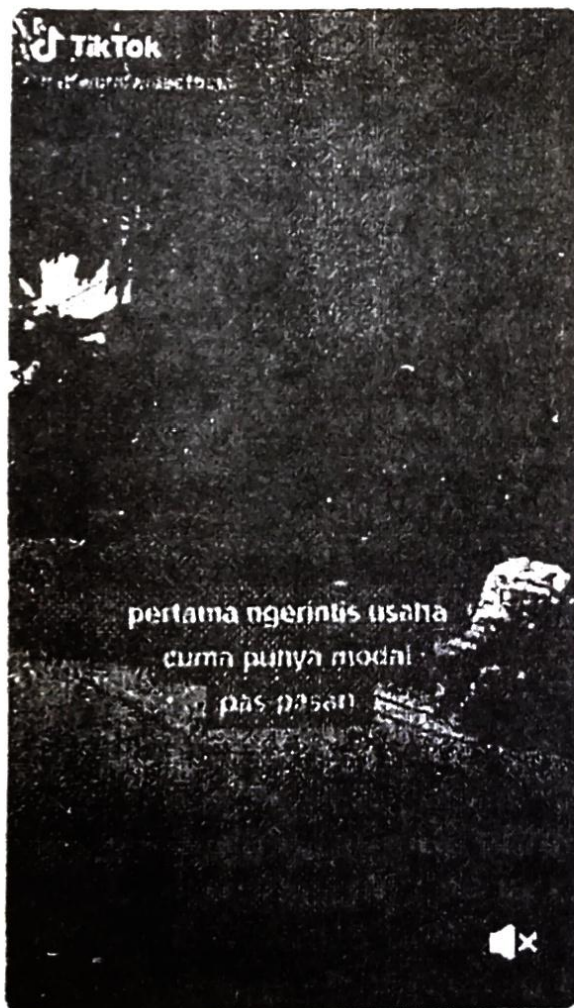
Selain Anda, tentu banyak orang yang juga menyukai cerita motivasi seperti ini. Apalagi bagi mereka yang masih ragu untuk membangun bisnis.



hatfworldwideofficial hatfworldwideofficial · 2020-9-21

Bismillah #hatfworldwide #brokenthirteen #fyp #foryoupage #xyzbca
#smallbusiness #supportlocalbusiness #ceritasukses

🎵 original sound · Kavya



6



0



Bagikan

Tunggu tunggu, kenapa pembahasan ini tiba-tiba berubah ke acara motivasi?

Hehe, sabar dulu. Kami tidak akan menyarankan sesuatu tanpa alasan.

Ada seseorang yang mungkin begitu termotivasi dengan kisah Colonel Sanders. Otomatis, dia pun selalu teringat dengan KFC. Alhasil, KFC menjadi brand yang cukup memorable dan personal baginya.

Nah, cerita inspiratif adalah cara cerdas untuk memperkuat branding produk. Brand Anda jadi lebih mudah diingat dan dekat dengan hati pelanggan.

Karena itu, motivasi audiens dengan konten TikTok yang menarik. Tampilkan keadaan perusahaan yang dulu dengan sekarang, ataupun bawakan kisah lain yang menjadi *turning point* Anda.

11. Day in My Life

“Bos itu pekerjaannya ngapain aja, sih?”

Pasti, Anda pernah menanyakan hal serupa. Yah kenyataannya, zaman sekarang orang-orang mudah penasaran dengan rutinitas orang lain.

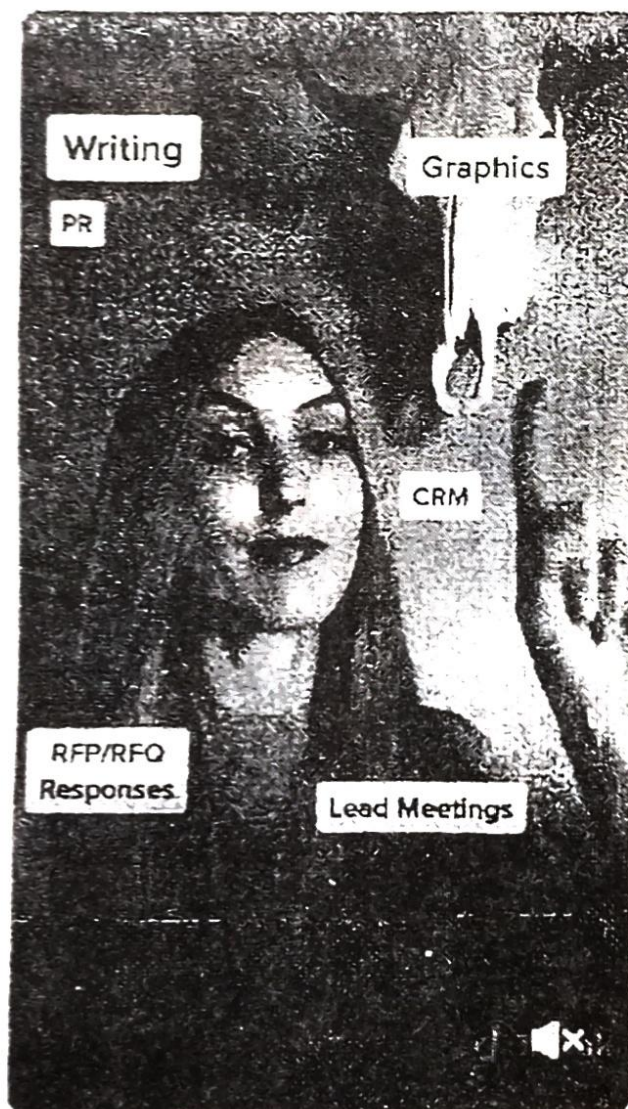
Karena itu, konten-konten seperti vlog atau day in my life cukup populer.



bearlyfashionable Sarah Hatcher · 2020-5-31

What can marketers do for architecture and design firms? #marketing
#whatmarketersdo #business #mylifeas

🎵 Baile Incredible · 🎧



8



0



Bagikan



Day in my life memungkinkan siapapun mengungkapkan sisi personal dirinya. Rutinitas, kebiasaan, bahkan mengajak pemirsa merasakan menjadi orang lain dalam sehari.

Sebagai pemilik bisnis, perlihatkan aktivitas Anda lewat konten TikTok yang menarik. Seperti menyiapkan bahan produksi, mengurus klien, dan mungkin meminta audiens ‘menemani’ Anda berangkat kerja.

Dijamin, audiens akan merasa lebih terhubung dengan kehidupan Anda sebagai pemilik bisnis.



12. Meet The Team

I have always believed that the way you treat your employees is the way they will treat your customers and that people flourish when they are praised. – Richard Branson, founder Virgin Group.

Pasti, Anda pernah menyimak berita ketika sebuah pabrik atau perusahaan mendapat protes gara-gara mengeksploitasi karyawannya.

Akibatnya, calon pelanggan kehilangan respect sehingga memilih memutar perahu ke perusahaan lain. Tak heran, kerugian besar menanti di depan pintu perusahaan.

Artinya, bagi publik apresiasi perusahaan terhadap karyawan memanglah hal yang penting. Oleh karena itu, ide konten TikTok meet the team bisa Anda gunakan untuk merawat reputasi bisnis Anda.

LAV

lilyandvioletshop Lily And Violet · 2020-11-15

The faces behind the brand ✨❤️ #fullhouse #meettheteam
#JustDanceMoves #BeKind #OnHold #fyp #twowomanteam #etsyshop

🎵 original sound - HaueterFamilly



1737



36



30

Karena itu, perkenalkan satu per satu anggota tim Anda serta tunjukkan hasil pekerjaan mereka.

Persahabatan antara Anda dengan seluruh anggota tim akan meyakinkan audiens bahwa bisnis ini berjalan atas dasar kerja keras yang sehat dan tulus.

13. Testimonial

Ide konten menarik TikTok berikutnya, testimonial.

Sejenis dengan hashtag challenge, ide konten TikTok ini juga contoh dari User Generated Content.

Cara membuatnya pun mudah. Kumpulkan testimoni dari setiap pelanggan Anda. Jahit seluruhnya menjadi sebuah video TikTok yang menarik.

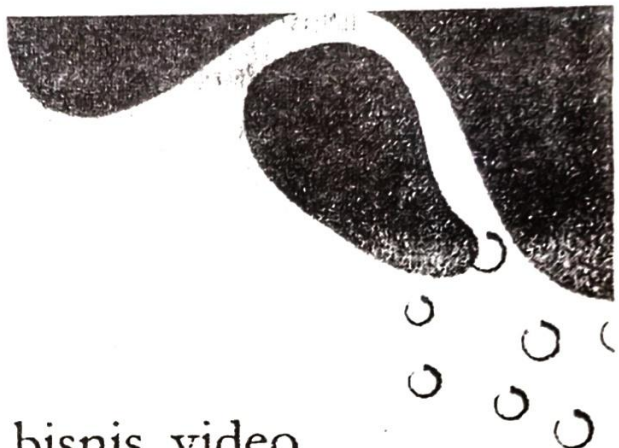


evy_souvenir Evy Souvenir · 2020-10-28

👤👤👤👤 #testimoni #evysouvenir #jogja #souvenir #nikah
#souvenirpernikahan #tiktok

🎵 awas nanti jatuh cinta - jordan





Selain untuk mempromosikan bisnis, video testimonial akan membuat pelanggan merasa lebih dilibatkan dan diapresiasi.

14. Announcement

Ketika mengganti domain website perusahaan, apa saluran yang Anda pakai untuk memberitahu calon-calon pelanggan?

“Email, Instagram, Facebook,...”

...TikTok!



site_42 Dr. Theron Sherman · 2020-8-3

An Update from the SCP Wiki. #scp #scpfoundation #drsherman
#scptiktok #website #dotcom #update #news

🎵 Istanbul (Not Constantinople) - They Might Be Giants



24.5K



284



147



Silakan masukkan TikTok ke dalam list Anda.

Fitur-fitur TikTok memungkinkan announcement apapun tampil lebih ringkas namun tetap menarik. Baik itu perubahan alamat website, update produk teranyar, postingan terbaru, dan berita penting lainnya.

15. Promotional

Yang terakhir, ada ide konten TikTok promotional.

Mungkin Anda bingung, bukannya dari tadi kita sudah berbincang tentang ide konten TikTok untuk promosi bisnis?

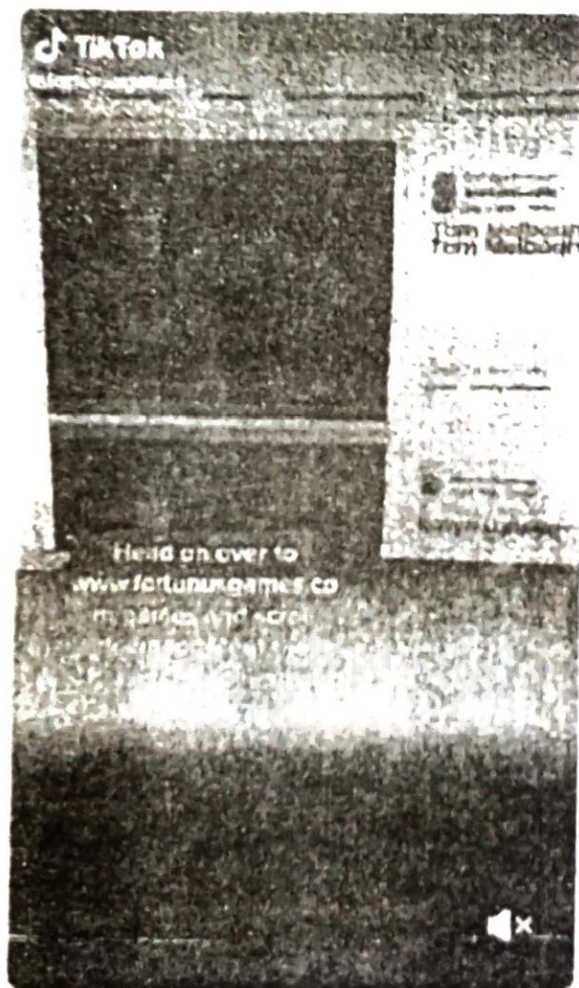
Nah, konten promotional yang kami maksud di sini menyorot langsung ke konversi. Entah itu pembelian, follow social media, ataupun mengarahkan orang-orang menuju website Anda.



fortunusgames Fortunus Games · 2020-7-5

#website #mywebsite #visualnovel #myart #illustration #webtoon #novel
#mynovel #mywebtoon #webtoon #fyp #oc #originalcharacter
#novelproject #art

♪ Johannespassion, BWV 245: Herr, unser Herrscher - Enoch zu Guttenb



16



0



Bagikan

Jadi, jika penjualan Anda lesu, gunakanlah ide konten TikTok ini untuk menggenjot bisnis Anda!

Cara Daftar TikTok Affiliate, Bisa Cuan Jualan Di Tiktok Tanpa Modal

Bagaimana cara daftar TikTok affiliate? Saat ini siapa yang tidak tahu sosial media TikTok, mungkin di antara kamu juga pasti sudah punya akun dan aplikasinya di handphone. Tidak hanya digunakan untuk melihat konten atau hiburan semata, namun dari TikTok kamu juga bisa mendapatkan uang dengan memanfaatkan fitur TikTok affiliate.

Untuk bisa menggunakan fitur ini, ada beberapa langkah-langkah yang harus diikuti. Namun jangan khawatir, Dibuku ini sudah terangkum informasinya hanya untuk kamu. Tidak perlu berlama-lama lagi, berikut cara daftar TikTok affiliate dengan mudah dan cepat.



Apa Itu TikTok Affiliate?

Sebelum masuk pada cara daftar TikTok affiliate, kita akan membahas sedikit pengertian apa itu TikTok affiliate, yaitu sebuah program yang menghubungkan antara content creator dan penjual sehingga nantinya dapat menguntungkan kedua belah pihak.

Bagi penjual, program ini dapat menjadi kolaborasi bersama kreator dan strategi untuk bantu meningkatkan penjualan produk. Sedangkan bagi kreator, program ini dapat dijadikan sebagai tambahan pemasukan atau passive income, apalagi jika benar-benar kamu tekuni, kamu bisa mendapatkan cuan yang besar bahkan program ini bisa dijadikan sebagai sumber utama pemasukan.

Seperti sistem affiliate lainnya, kreator akan mencantumkan link produk pada konten video yang dibuat. Setelah itu, jika ada pengguna yang mengklik tautan tersebut kemudian melakukan transaksi hingga selesai, kreator tersebut akan mendapatkan komisi dari program affiliate dengan besaran yang sudah ditentukan.

Komisi akan dibayarkan otomatis sebesar beberapa persen dari harga produk tersebut. Lalu seperti apa ciri-ciri konten yang terdapat program affiliate? Jika kamu pernah melihat tombol keranjang warna kuning pada video TikTok, maka itulah video yang merupakan program dari affiliate.

Syarat Daftar TikTok Affiliate

Ketika hendak mendaftar menjadi bagian dari program affiliate, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi terlebih dulu oleh kreator. Syarat ini harus kamu penuhi sebelum masuk pada cara daftar TikTok affiliate.

1. Membuat akun TikTok Shop

Syarat pertama adalah membuat akun TikTok shop, TikTok shop sendiri merupakan fitur atau platform milik TikTok yang digunakan untuk berjualan lengkap dengan fitur pembelian, pembayaran hingga promosi.

Meskipun pada program affiliate TikTok kamu bukan menjual produk milik sendiri, namun kamu tetap butuh sebagai media berjualan. Sehingga kamu bisa melanjutkan pendaftaran program TikTok affiliate.

2. Memiliki rekening yang valid

Syarat berikutnya adalah memiliki nomor rekening yang valid dan kalau bisa atas nama sendiri. Hasil komisi dari affiliate tersebut nantinya akan ditransfer ke rekening ini. Sehingga pastikan kamu menginput data rekening yang valid ketika mendaftar.

3. Syarat tambahan

Berikutnya terdapat syarat tambahan, namun syarat ini hanya opsional saja. Pada beberapa perusahaan mereka seringkali mempertimbangkan jumlah followers yang dimiliki oleh kreator.

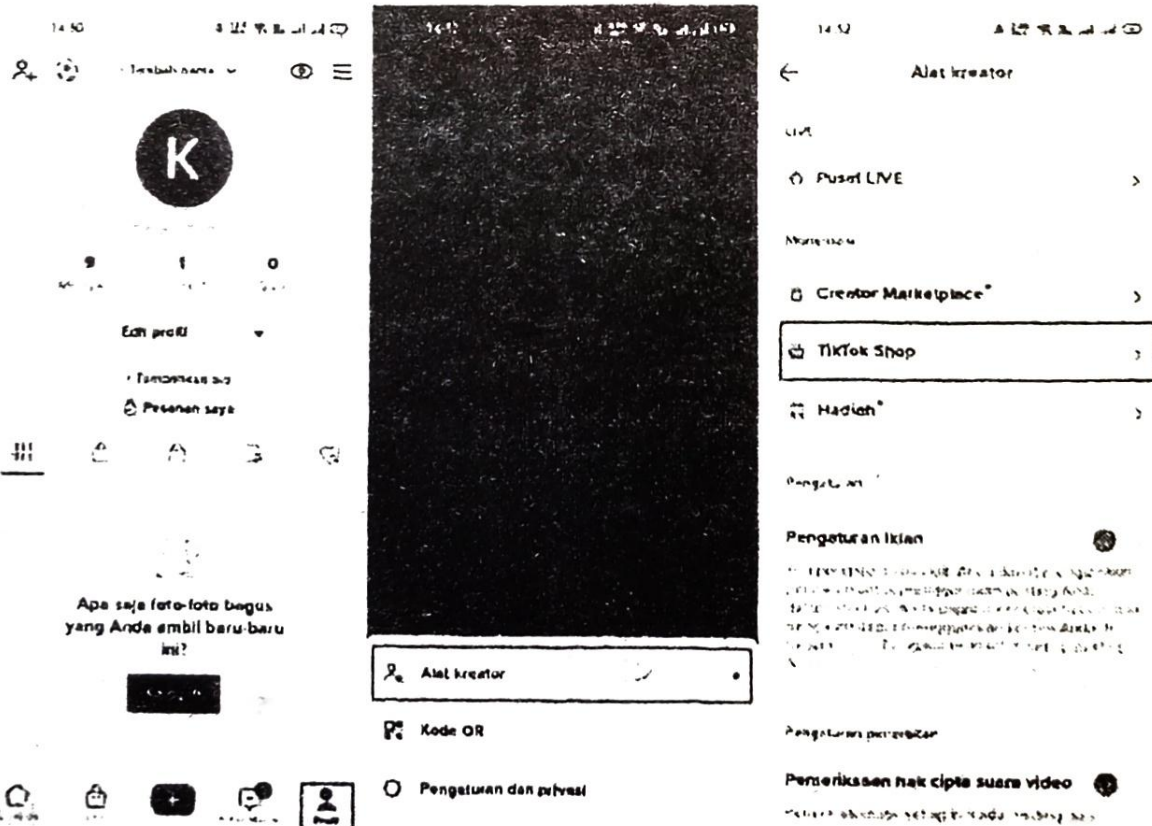
Hal ini biasanya menjadi pertimbangan untuk melihat potensi pasar yang bisa dijangkau oleh kreator tersebut.

Maka dari itu apabila kamu ingin bergabung pada sebuah program affiliate, kamu bisa tanyakan terlebih dulu apakah ada minimal followers. Setidaknya dari sisi kamu juga menyadari apakah jumlah followers yang kamu miliki sudah bisa dikatakan layak untuk ikut affiliate.

Nah sekarang waktunya kita bahas bagaimana cara **DAFTAR TIKTOK AFFILIATE** Sebagai kreator

Selanjutnya adalah cara daftar TikTok affiliate sebagai kreator, untuk cara pendaftarannya dapat kamu lakukan lewat aplikasi TikTok di handphone.

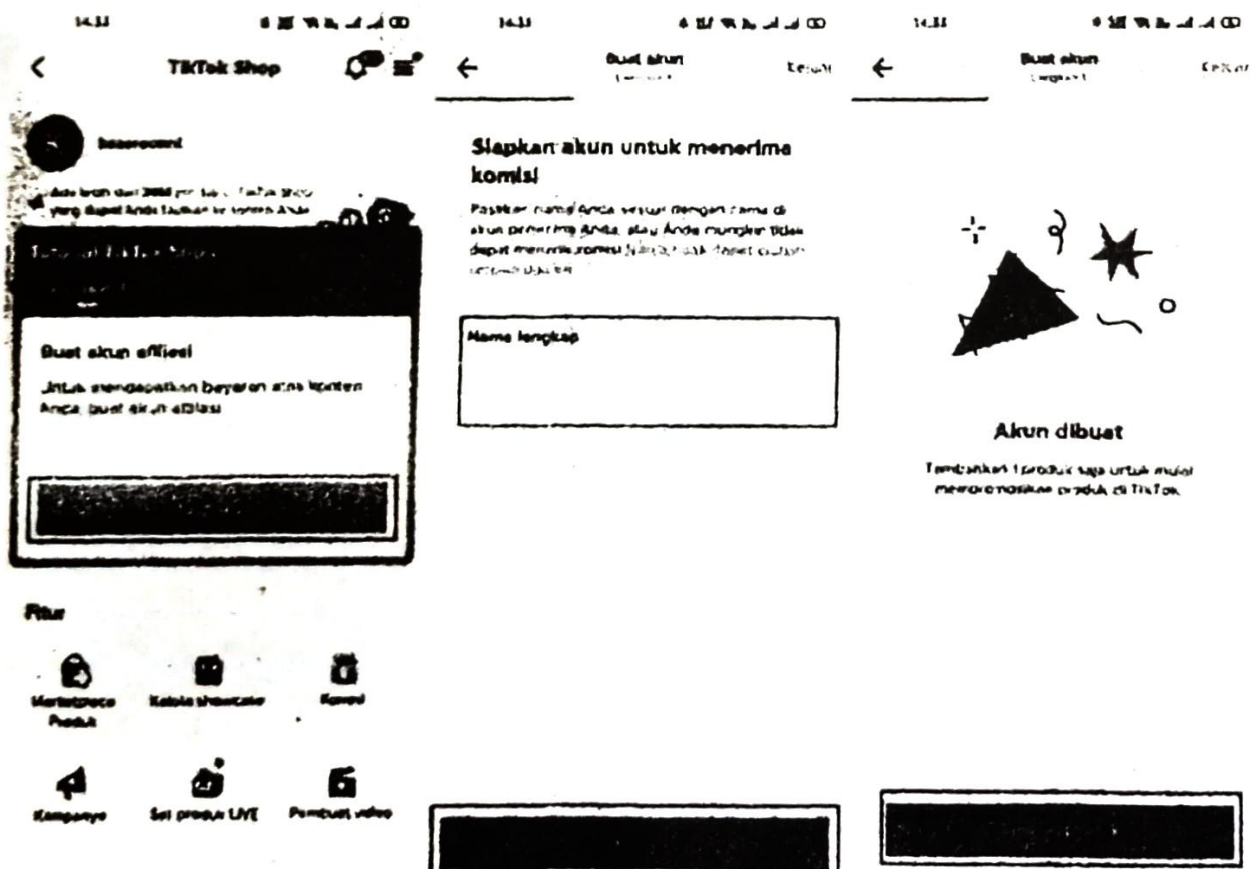
1. Buka aplikasi TikTok kamu kemudian pilih Profil > Alat kreator > TikTok Shop.



2. Setelah itu muncul tampilan seperti berikut dan klik 'Buat Akun'

3. Masukkan nama lengkap, pastikan sesuai dengan rekening yang akan digunakan.

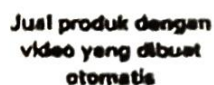
4. Kemudian kamu bisa mulai menambahkan produk.



- Selanjutnya tambahkan beberapa produk, selain itu kamu juga bisa meminta sampel gratis dari toko tersebut untuk selanjutnya kamu review.



- 
- x



- CONFIDENTIAL



- ██

-

transaksi, dari situlah kamu mulai mendapatkan uang komisi. Menarik bukan?

Yuk, Buat Konten TikTok Unik Supaya Bisnis Lebih Menarik!

Sekarang, Anda sudah mengantongi cukup banyak ide konten TikTok keren untuk promosi bisnis. Namun, tidak menutup kemungkinan akan lahir berbagai ide unik lainnya seiring tren yang makin berkembang.

Setelah menutup buku ini, siapkah Anda mengguncang warga TikTok dengan konten-konten segar yang tentunya mengangkat reputasi brand Anda?

Siap dong masa engga :D

Selamat berjuang kawan ingatlah bahwa usaha tidak akan pernah mengkhianati hasil. Saya doakan yg sudah membaca seluruh isi buku ini

SEMOGA SUKSES & SEHAT SELALU SEKELUARGA AAMIIN

