



Susah FYP di Tiktok? Ini Konten yang “Berhasil” ala Oky Andries

Halo, Teman Ninja! Mungkin kita sama, suka pusing gimana caranya bikin konten TikTok yang FYP? Apa harus selalu pakai konten baru, atau fokus dengan 1 jenis konten aja, atau gonta ganti ikut tren? Supaya gak penasaran, Ninja Xpress bersama **Oky Andries selaku Marketing Expert**, akan *spill* teknik *menarik* tentang “daur ulang konten” yang berhasil punya *engagement* yang wow agar konten FYP di TikTok.

Faktanya, 60% pebisnis membuat sedikitnya 1 konten per hari dengan proses yang makan banyak tenaga, modal, dan sumber daya. Kemudian hanya di posting sekali dan tidak pernah digunakan juga dibuka lagi. Sayang banget kan? Oky Andries juga menjelaskan bahwa Algoritma Tiktok bertujuan untuk menyajikan konten yang relevan. Views dan engagement adalah indikator keberhasilan konten yang disukai audiens.

Ada 2 Point of View (POV) konten fyp yang sering digunakan di TikTok:

1. konten yang sama digunakan kembali dengan pengemasan yang beda
2. konten yang berbeda dan inovatif

Kalo kamu bisa pakai lagi konten yang sudah pernah dibuat (daur ulang), kamu bisa hemat waktu dan tenaga karena hanya mengubah pengemasan kontennya. Tapi kalo terlalu sering, audiensmu akan bosan. Makanya, jangan lupa diselingi dengan konten *fresh*, dan pantau terus tren yang ada.

Teori Classical Conditioning yang bikin konten FYP

Menurut Oky ada satu teori yang bisa digunakan pebisnis untuk membuat konten, yaitu *Classical Conditioning* yang menjelaskan ketika manusia menerima sebuah

sinyal positif terhadap suatu hal, mereka cenderung mengingatnya.

Berdasarkan lima indera: Penglihatan, pendengaran, penciuman, perasa, dan juga peraba. Namun dalam dunia digital, manusia cuma bisa merasakan 2 sinyal, yaitu penglihatan lewat visual dan pendengaran lewat suara.

Dengan memahami teori ini secara singkat, para pelaku usaha dapat memaksimalkan kegunaan visual dan juga suara yang akan memberikan respon positif terhadap audiens-audiens mereka. Oky menjabarkan cara pebisnis agar bisa mengaplikasikan strategi ini ke konten yang mereka buat:

- **Identifikasi Stimulus / Sinyal**

Kamu harus bisa mengidentifikasi stimulus yang tepat untuk bangun karakteristik konten. Contoh, saat membuat konten, kamu bisa gunakan warna atau suara tertentu yang dapat dihubungkan dengan *brand*-mu..

- **Buat Kesan Positif Terhadap Stimulus Tadi**

Stimulus atau sinyal berupa suara, warna, gambar harus bisa membangun asosiasi positif lewat respon audiens. Ketika audiens menyukai kontenmu, mereka akan menerima stimulus positif terhadap aspek konten. Sehingga ada rasa *familiar* dan teringat akan pengalaman positif yang pernah dirasakan.

- **Menguatkan Kesan Positif Tersebut**

Kamu bisa pakai stimulus yang sama dalam kontenmu untuk memperkuat asosiasi positif. Kamu jadi bisa akrab dengan audiens.

Tapi, pastikan pengulangan yang dilakukan tidak sering agar mereka tidak jenuh.

Contoh pengaplikasian asosiasi stimulus positif pada konten adalah seperti yang dilakukan akun TikTok brand *Tenue de Attire*. Mereka sudah berhasil dengan satu konten, kemudian kembali menyajikan konten yang mirip konsep atau formatnya,

juga masih memvariasikan dengan konten yang sedang tren atau menciptakan konten baru yang *fresh*.

Contoh lainnya adalah akun TikTok *Gabby Felicia* yang fokus pada konten masak, juga menggunakan teknik yang sama kepada para audiens. Namun yang membuat beda dari *Tenue de Attire* adalah menggunakan *comment-comment* yang diterima pada video yang sebelumnya telah diunggah, sebagai referensi konten yang ingin kembali dibuat.

Formulasi yang bisa kamu coba untuk membuat konten FYP di TikTok

Kamu bisa pakai format yang sama pada konten yang sudah pernah di-upload untuk konten yang berbeda. Hal ini membantu dalam membangun konsistensi, tapi jangan sering-sering karena bisa muncul kejenuhan pada audiens. Makanya, variasi topik, konten yang *fresh*, bisa kamu gunakan untuk mempertahankan audiens.

Nah, Oky punya tips nih buat kita supaya punya konten yang *fresh*:

Klik di sini untuk Rencana Konten Media Sosial

- **Konsistensi**

Konten yang kamu buat harus punya standar publikasi yang konsisten.

Tujuannya untuk membangun keterlibatan para audiens dan meningkatkan brand awareness. Kamu bisa atur jumlah produksi konten dalam kurun waktu harian, mingguan, dan juga bulanan, jadwal posting, dan kapan menggunakan format konten pengulangan atau yang *fresh*.

- **Waktu Posting**

Jangan malas melakukan riset terhadap konten-kontenmu saat upload konten baik konten pengulangan atau konten baru. Cari tahu juga jam berapa audiensmu aktif buka media sosial, ya.

- **Relevansi**

Adalah hal yang sangat mempengaruhi views dan juga engagement dari konten. Konten yang relevan, dekat dengan keseharian audiens, mampu menarik hasil yang lebih maksimal.

- **Kreativitas**

Walaupun menggunakan stimulus yang sama di kontenmu, penting juga untuk meningkatkan kreativitas dengan membawakan topik yang berbeda, dekat dengan audiens, dan *fresh* sesuai tren.

- **Pakai layanan pemasaran yang serba bisa**

Seperti Seller Booster dari Ninja Xpress dengan program Creative Business Solution yang siap bantu bisnismu dengan segudang layanan seperti foto & video produk, endorsement, hingga pemasangan iklan billboard cocok buat bisnis makin dilirik & cuan! Hebatnya lagi, semuanya GRATIS lho. Yuk, pakai Ninja Xpress sekarang.

Unduh Ninja Biz Sekarang!



Klik disini

