

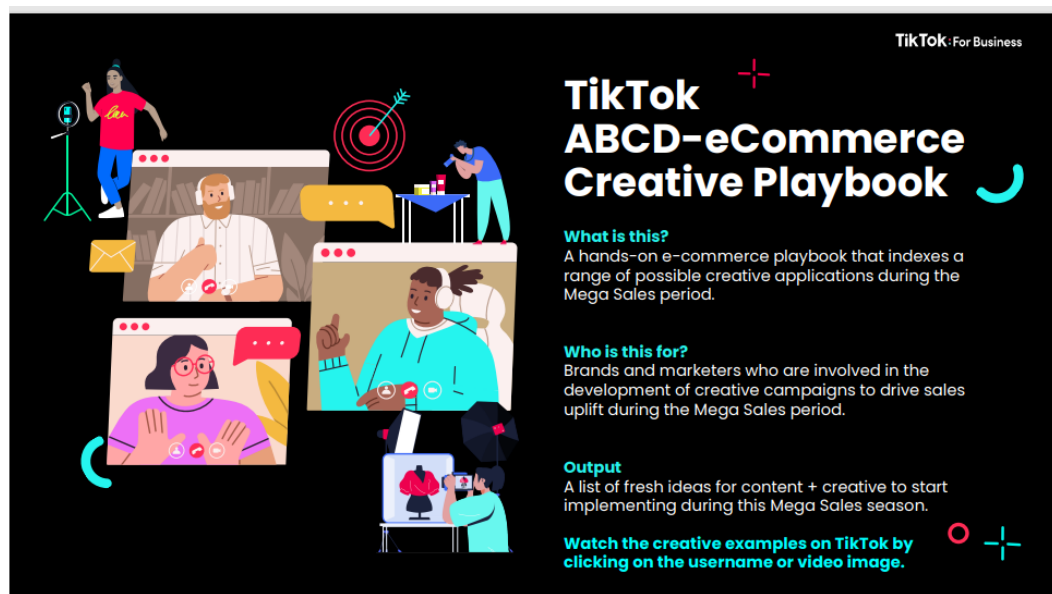
6 Hacks Konten Kreatif Mega Sales TikTok

Rabu, 30 November 2022

<https://sharingvision.com/2022/6-hacks-konten-kreatif-mega-sales-tiktok/>

Studi dari TikTok menunjukkan 90% pengguna TikTok selalu menantikan musim sales setiap tahun. Pengguna TikTok juga melakukan pembelian lebih tinggi selama Mega Sales. Minat pengguna tersebut dimanfaatkan pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Selama Mega Sales, persaingan meningkat secara signifikan karena seluruh pelaku usaha berusaha menarik minat konsumen. Konten yang kreatif merupakan kunci utama agar produk dapat menarik atensi calon konsumen.

TikTok sebagai salah satu platform yang secara rutin menyelenggarakan Mega Sales, telah menyusun sebuah pedoman bagi pelaku usaha fashion & beauty dan produk elektronik di Asia Tenggara untuk dapat membuat konten yang kreatif secara maksimal yaitu, "TikTok ABCD-eCommerce Creative Playbook". Simak 5 Aplikasi yang dapat mendukung pembuatan konten kreatif berdasarkan pedoman TikTok tersebut di bawah ini.

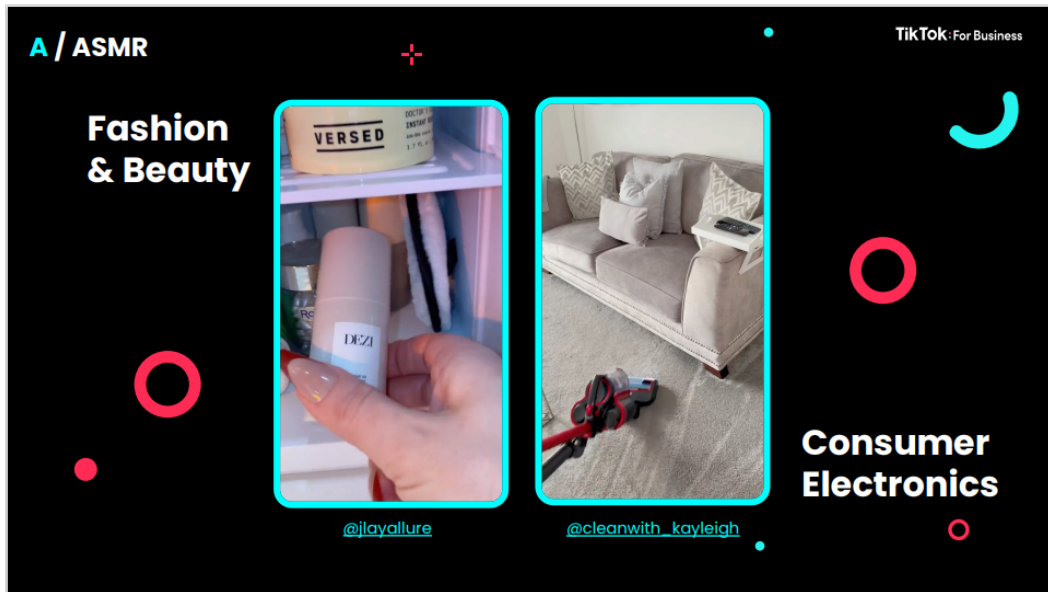


Gambar 1. TikTok ABCD-eCommerce Creative Playbook

Autonomous Sensory Meridian Response (ASMR)

ASMR adalah aplikasi yang dapat membantu pelaku usaha untuk memperlihatkan sisi sensorial dari sebuah produk. Stimulasi konten menggunakan audio dan visual yang memicu, seperti bisikan atau ketukan akan membuat viewers merasa tergelitik dan memberikan sensasi fisik.

ASMR paling baik digunakan untuk konten yang memperlihatkan proses pembuatan atau penggunaan suatu produk. Penggunaan ASMR telah berkembang pesat di TikTok untuk memberikan kepuasan kepada viewers karena menonjolkan bunyi yang lembut, pergerakan yang halus, dan gambar atau video yang close-up.

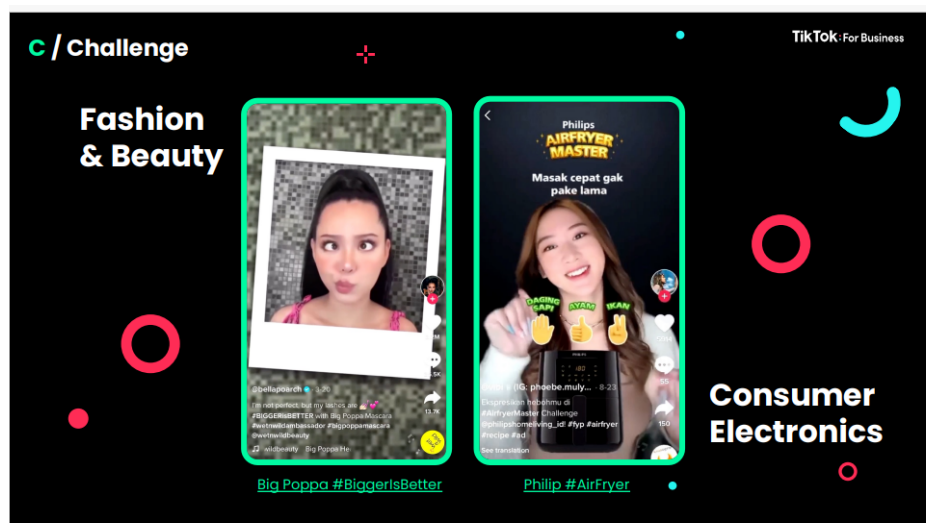


Gambar 2. Contoh ASMR

Challenge

Membuat Challenge dalam konten persiapan untuk Mega Sales dapat membantu menarik audiens untuk melihat produk pelaku usaha. Challenge dapat berupa tantangan menari, menyanyi dengan lirik yang membingungkan, atau menanyakan peningkatan produk. Beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah tantangan harus menyenangkan, mudah dimengerti, dan menantang.

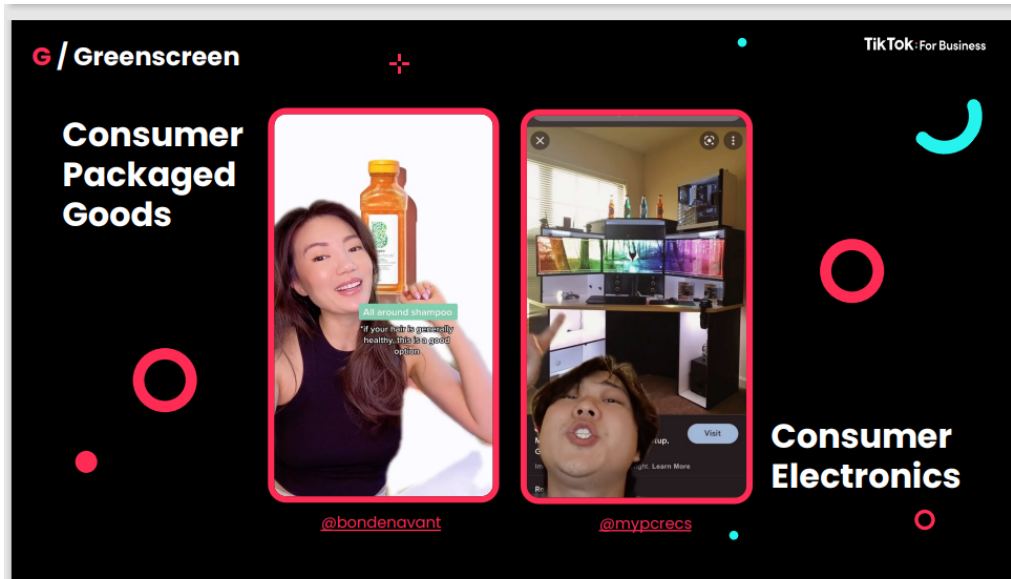
Pelaku usaha perlu memperhatikan, perilaku apa yang berhubungan dengan produk mereka yang dapat diubah menjadi sesuatu yang menyenangkan untuk ditiru. Lebih lanjut, konten dapat ditambahkan dengan efek merek untuk memperlihatkan perubahan pada penampilan yang nyata.



Gambar 3. Contoh Challenge

Greenscreen

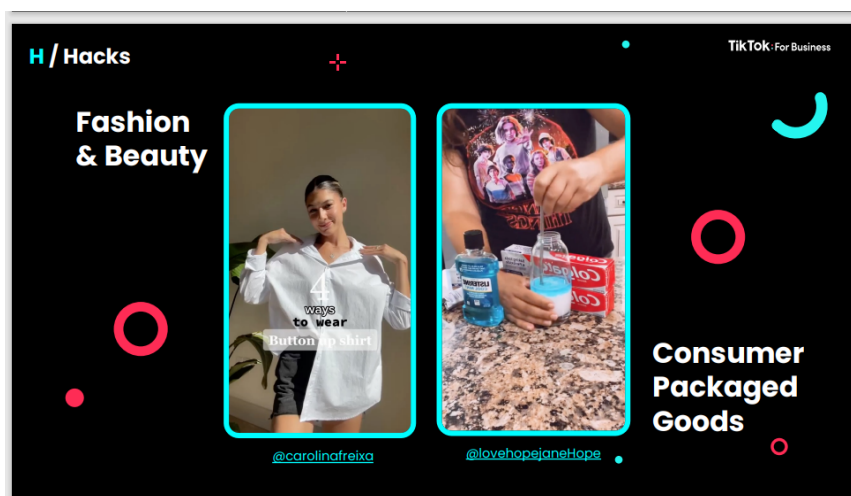
Pengguna TikTok senang memanfaatkan efek yang dapat menyesuaikan latar belakang video menggunakan foto ataupun video dari galeri mereka. Gunakan efek greenscreen tersebut untuk meninjau bagaimana pengguna berinteraksi dengan produk atau memberikan informasi baru dengan menjadikan produk pelaku usaha sebagai latar belakang konten. Greenscreen pada umumnya digunakan untuk memperlihatkan bagaimana produk telah mengubah hidup audiens dan menjadikan review produk terlihat menarik.



Gambar 4. Contoh Greenscreen

Hacks

Salah satu konten favorit pada TikTok adalah konten mengenai jalan pintas atau Hacks yang mengajarkan pengguna TikTok suatu hal yang mereka tidak ketahui sebelumnya. Dapat berupa hacks memasak, mengeluarkan alpukat secara sempurna, dan membuat transisi konten TikTok yang sempurna.

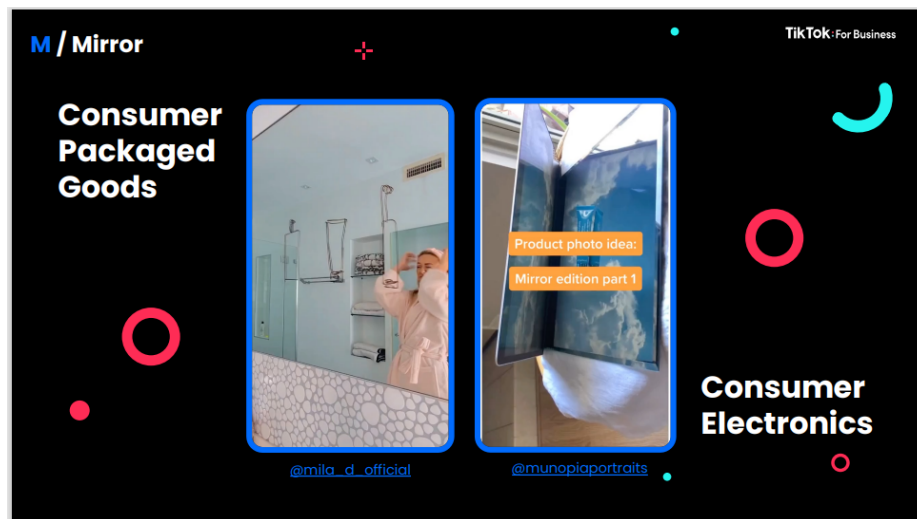


Gambar 5. Contoh Hacks

Mirror

Merekam kegiatan di depan kaca adalah konten yang sering ditampilkan di TikTok untuk mengiklankan produk secara halus. Pada umumnya Talent dalam konten akan melakukan suatu kegiatan di depan kaca kamar mandi dengan sudut pandang selfie untuk memperlihatkan penampilan atau berbicara di depan kamera.

Teknik Mirror dapat membantu pelaku usaha untuk memperlihatkan produk mereka secara menarik atau bagaimana menggunakan produk mereka.

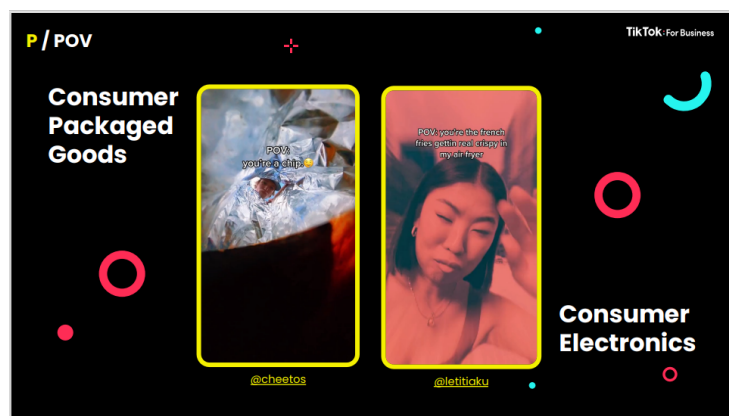


Gambar 6. Contoh Mirror

Point of View (POV)

Video dengan menggunakan teknik Point of View memperlihatkan perspektif unik atau tidak terduga. Teknik ini umumnya dikategorikan sebagai agnostik, sehingga konten ini dapat menjangkau beberapa kelompok pengguna TikTok yang berbeda.

Tradisional TikTok POV dimulai dengan shot dari perspektif orang pertama yang menjadikan viewers sebagai tokoh utama. Banyak POV yang dibuat berdasarkan momen yang berkaitan dengan kegiatan sehari-hari. Namun alt TikTok menyebutkan semakin mengagetkan, niche, atau aneh sebuah POV, makan hasilnya akan semakin bagus.



Gambar 7. Contoh POV

Slmak Insight mengenai Tips Jitu UMKM Maksimalkan Mega Sales TikTok pada tautan berikut ini

<https://sharingvision.com/2022/tips-jitu-bagi-umkm-memaksimalkan-mega-sales-tiktok/>