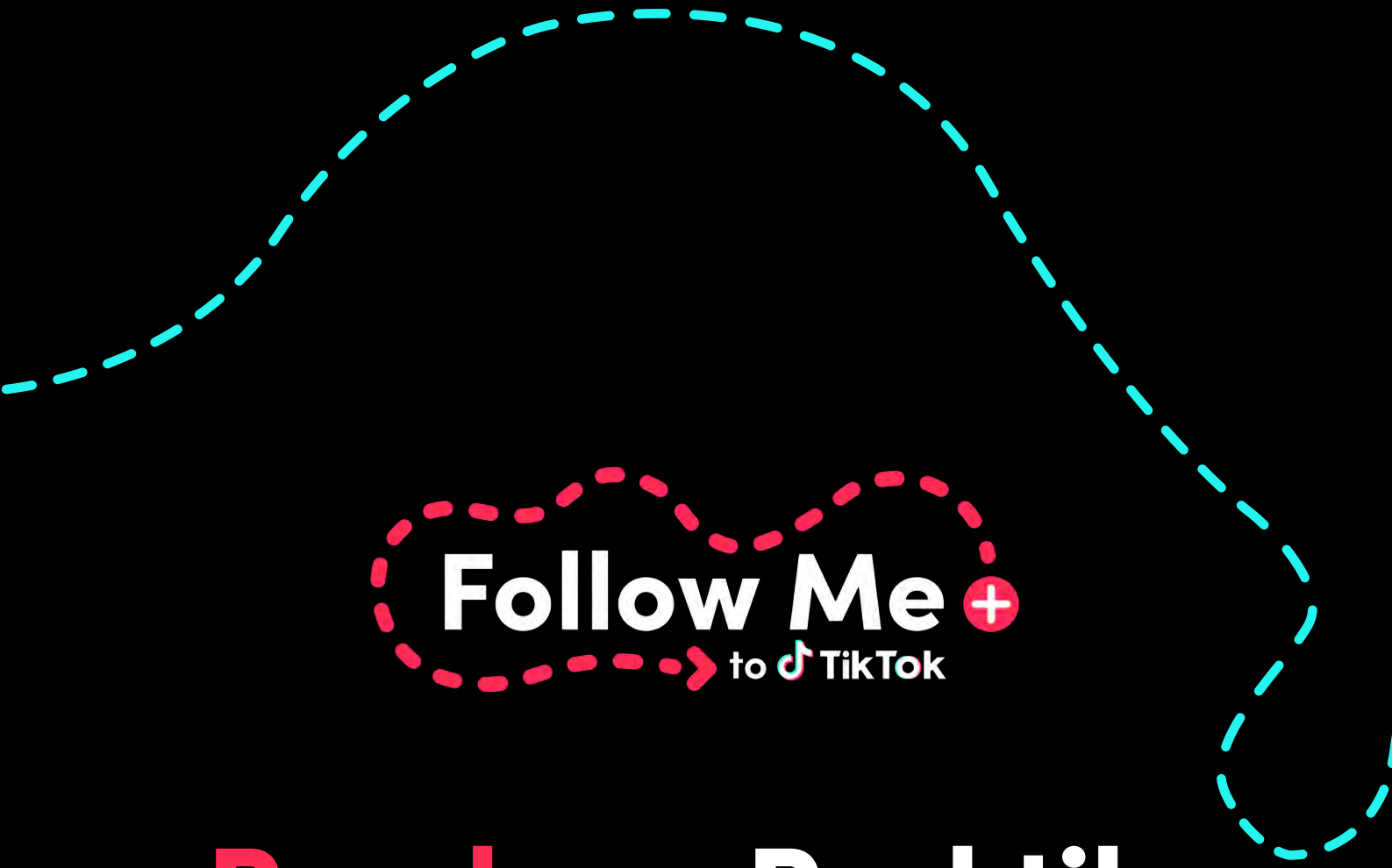
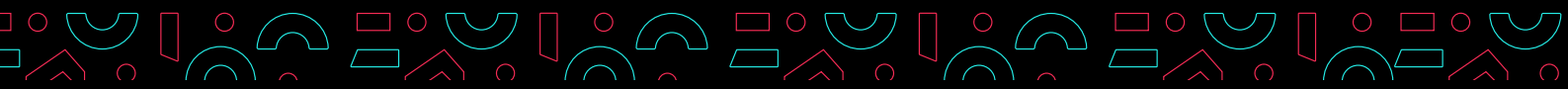
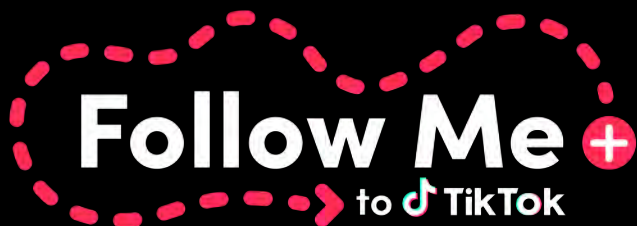


Follow Me 
to  TikTok

Panduan Praktik **Terbaik**



Selamat datang!



Terima kasih telah bergabung bersama kami. Di sini, Anda akan mempelajari rahasia di balik kesuksesan para kreator pemilik usaha kecil-menengah di TikTok dan bahkan di platform lain.

Panduan ini lengkap dengan tips serta wawasan terbaru dan terbaik tentang cara mengembangkan strategi pemasaran Anda di TikTok demi meningkatkan hasil bisnis Anda, dan bisa digunakan baik oleh pengguna baru atau pengguna lama yang sudah familiar dengan TikTok.



“Saya memposting video pertam TikTok sekitar 12 bulan lalu dan saya hanya perlu kurang dari 10 menit untuk merekam dan mengeditnya menggunakan alat editing TikTok. Video itu berhasil menjangkau lebih dari 500.000 orang dan menghasilkan ribuan klik di situs web kami. **TikTok benar-benar telah jadi platform krusial bagi bisnis saya. Ikuti saya dan saya akan tunjukkan cara untuk mulai beriklan di TikTok!**”

Phillip Kuoch

CEO / Founder, Goldelucks

Australia

Konten

1. Memulai	4
2. Konten dan Materi Iklan	5
a. Apa yang menjadikan video TikTok bagus?	5
b. 5 ide TikTok yang simpel dan praktis untuk bisnis Anda	5
c. Alat Materi Iklan TikTok	6
d. Storytelling	8
3. Kreator	10
a. Bekerja sama dengan Kreator	10
b. WChecklist Kreator	10
4. Kampanye	11



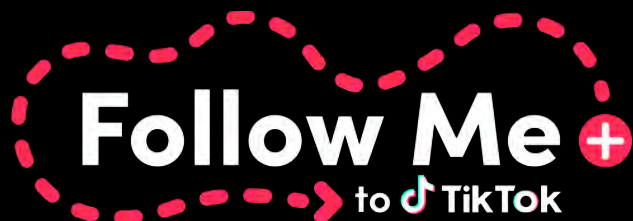
“
'Saya ingin meyakinkan semua orang bahwa melakukan pemasaran di TikTok tidak sesulit yang Anda pikirkan!'

Nitchakran Niyhatiwachanchai

Wakil Presiden, Purefoods Group

Thailand

Memulai



Sebelum memulai, pastikan Anda sudah menyiapkan hal berikut:

Business Account TikTok:

Profil bisnis Anda yang dibuat di aplikasi TikTok



Anda harus punya **Business Account** TikTok untuk membuat Spark Ads dan menggunakan TikTok Shopping

Pusat Bisnis TikTok dan Ads Manager:

Platform untuk membuat dan mengelola kampanye



Pusat Bisnis adalah tempat Anda mengatur dan mengelola bisnis. Di sini, Anda bisa mengelola pengguna, aset, anggaran, dan masih banyak lagi.

Ads Manager yang dapat diakses melalui Pusat Bisnis, adalah platform lengkap yang mudah digunakan yang dilengkapi dengan alat/fitur untuk membuat kampanye, mengelola aset, memantau data, serta mengoptimalkan In-Feed Ads.

Memulai

TikTok Pixel

Platform untuk mengukur kinerja iklan



Dengan kode pixel, Anda bisa:

- Menentukan audiens pemasaran
- Mengoptimalkan penayangan iklan
- Mengukur kinerja kampanye

Pixel bisa diinstal melalui 2 cara, yaitu melalui:

[Integrasi langsung](#) →

[Integrasi mitra](#) →



Selesai! Mari buat
iklan **TikTok** pertama Anda.

Konten & Materi Iklan

Follow Me  to **TikTok**

**Apa yang
menjadikan video
TikTok bagus?**



Sebagai platform yang mengutamakan video, proses pembuatan materi iklan yang bagus dan khas TikTok mungkin terasa begitu rumit pada awalnya. Kabar baiknya adalah kami punya berbagai alat praktis yang akan mempermudah proses pembuatan materi iklan Anda.

**Memulai &
menjelajahi tren**

Bingung harus mulai dari mana? Tenang, ada begitu banyak inspirasi di TikTok! Salah satu cara terbaik untuk memulai adalah dengan mencari hashtag yang relevan dengan bisnis Anda dan mempelajari gaya pengeditan serta tren yang paling menarik perhatian pengguna.



5 Ide TikTok yang Cepat & Mudah Untuk Bisnis Anda



Tampilkan Produk Terlaris Anda

Perkenalkan item terlaris Anda kepada pengguna TikTok. Fokuskan iklan pada satu produk/layanan terlaris dan tonjolkan keunggulannya dengan menjelaskan alasan produk/layanan tersebut populer.

Ide Cerita:

- Awali dengan menarik perhatian. Apa statistik unggulan yang bisa Anda sampaikan kepada calon pelanggan? Contohnya: "item populer yang telah dinanti 1000 orang kini hadir kembali!", "Item ini telah terjual habis lima kali", "ribuan orang telah mendaftar layanan ini".
- Mengapa produk/layanan ini sangat populer? Beri pengguna penjelasan mengenai alasan begitu banyak orang membeli produk/layanan Anda.
- Tampilkan produk yang digunakan dan soroti fitur terbaiknya.



Wawancarai Pelanggan yang Puas

Gunakan testimoni untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas dengan audiens Anda. Ajak pelanggan yang puas untuk memberikan ulasan produk/layanan dan minta mereka untuk menandai bisnis Anda. Jika ingin memperkuat dampak ulasan online, gunakan fitur bawaan TikTok seperti overlay teks dan voiceover.

Ide Cerita:

Sertakan ulasan yang membahas:

- Apa hal yang meyakinkan pelanggan membeli produk/layanan Anda
- Manfaat utama yang pelanggan rasakan sejak pembelian
- Kemudahan dalam menggunakan produk/layanan Anda
- Mengapa orang lain harus mencoba produk/layanan Anda



Tampilkan Kisah di Balik Layar

Pengguna TikTok suka mempelajari cara pembuatan sesuatu. Hal yang terlihat biasa bagi Anda mungkin menghibur dan menarik bagi orang lain. Tunjukkan sisi manusiawi bisnis Anda dengan memberikan pengguna sedikit cuplikan di balik layar.

Ide Cerita:

- Tunjukkan proses pembuatan produk Anda. Anda bisa memperdalam hubungan Anda dan audiens dengan menunjukkan betapa besar perhatian, usaha, dan ketelitian yang Anda berikan dalam memproduksi produk/ layanan.
- Rekam proses pengemasan pesanan. Ini kebalikan dari video unboxing/membuka kemasan, dan tidak kalah seru.
- Tunjukkan proses dibalik layar pengambilan foto, video, atau pembuatan iklan. Jika Anda berencana memproduksi konten untuk channel lainnya, gunakan peluang ini untuk merekam konten di balik layar yang autentik. Ingat, TikTok sangat mengedepankan autentisitas.



Buat Konten Bertemakan 'Daftar'

Mungkin cara termudah untuk tampil di TikTok adalah dengan membuat daftar hal yang ingin Anda sampaikan. Baik itu daftar tentang nilai jual utama atau berbagai cara penggunaan produk, informasi yang disusun dalam format daftar bisa dijadikan template praktis untuk pembuatan konten di TikTok. Selain itu, melalui daftar ini, audiens juga akan mengingat kelebihan produk Anda dengan lebih baik.

Ide Cerita:

- "5 alasan Anda membutuhkan [servis ini] di hidup Anda"
- "3 alasan [produk kecantikan] adalah produk yang wajib Anda punya".
- "5 cara bergaya dengan [produk pakaian atau aksesoris]".



Sertakan Rutinitas Harian

Tunjukkan ke audiens cara penggunaan produk/layanan dalam rutinitas sehari-hari agar Anda bisa lebih terhubung dengan audiens. Melalui perspektif ini, Anda dapat menjelaskan manfaat produk dengan cara yang menarik dan relevan.

Ide Cerita:

- Tampilkan item serbaguna dengan berbagai kegunaan sepanjang hari
- Tunjukkan bagaimana produk/layanan Anda dapat berguna di dalam rutinitas harian seseorang
- Tunjukkan bagaimana produk/layanan Anda membantu mengatasi tantangan harian



Storytelling

Sudah bukan hal yang mengejutkan jika konten bisnis yang autentik berhasil sukses di TikTok. Namun, ada tingkat kesuksesan yang lebih tinggi lagi, yakni saat bisnis berhasil memperdalam interaksi dan hubungannya dengan audiensnya. Hal ini tidak memerlukan anggaran besar atau produksi berkualitas tinggi; nyatanya, konten autentik dan berkualitas rendah dapat diproduksi dengan sangat efisien. Dengan menyusun konten dengan format narasi sederhana yang dapat dijalankan di berbagai skala, Anda akan menghemat waktu dan biaya produksi.

Seperti halnya cerita yang bagus, video TikTok Anda harus memiliki **bagian pembuka, inti, dan penutup**.

Berikut adalah panduan untuk membantu Anda merencanakan alur cerita Anda dan menghasilkan konten TikTok yang sukses untuk bisnis Anda.





Gambaran Alur Cerita

Pembuka

Bangun ketertarikan dan/atau ketegangan di awal video/konten.

Misalnya:

- Tampilkan pertanyaan
- Buka dengan pemikat – pernyataan menarik yang dirancang untuk memikat perhatian orang.
- Gunakan visual pembuka yang menarik perhatian

Inti

Tunjukkan dan/atau sampaikan 3-5 manfaat utama produk.

Anda dapat menyusunnya seperti berikut:

- Solusi terhadap masalah umum
- Kisah pribadi dalam bentuk testimoni
- Alasan produk/layanan Anda jadi yang terlaris

Penutup

Akhiri dengan slogan dan/atau ajakan bertindak yang menarik minat:

- Tunjukkan kepada penonton cara membeli produk/layanan
- Berikan pengguna contoh peristiwa spesifik untuk membeli produk Anda

Misal: “Untuk memanjakan diri”, “Hadiah ulang tahun yang sempurna”, “Bingung mencari hadiah untuk pasangan saat [hari libur]?”

- Sertakan kode promo, promo spesial, atau penawaran terbatas

Alat Materi Iklan TikTok

Mulai proses pembuatan materi iklan Anda di sini. [Creative Center](#) adalah platform gratis dari TikTok yang menyediakan banyak iklan dengan kinerja terbaik dan platform yang tepat untuk mempelajari tren di berbagai wilayah dan demografis.



[Templat Video](#) →

Alat ini akan membantu Anda membuat materi iklan berkualitas dengan lebih dari 100 templat yang bisa disesuaikan. Temukan templat paling tepat untuk brand Anda dengan filter pencarian lanjutan kami, lalu cukup masukkan foto, teks, dan logo untuk Anda kreasikan.



[Pengoptimalan cepat](#) →

Alat praktis ini bisa menyempurnakan konten Anda agar lebih sesuai dengan konten TikTok melalui efek visual, musik, dan masih banyak lagi.



[Video Cerdas](#) →

Alat ini akan menggabungkan beberapa gambar dan/atau video menjadi konten video yang menarik.



[Editor Video](#) →

Editor berbasis web ini dilengkapi dengan serangkaian fitur pengeditan khas TikTok agar Anda bisa membuat video TikTok dengan mudah di satu tempat. Tambahkan musik serta teks dalam berbagai font dan warna, efek, transisi, dan elemen kreatif lainnya agar konten Anda lebih menonjol, tapi tetap punya karakteristik khas TikTok.



[Soundtrack Video Cerdas](#) →

Dengan Soundtrack Video Cerdas, Anda dapat menemukan audio yang sempurna untuk konten TikTok Anda. Melalui irama, melodi, genre, dan mood dari musik pilihan, Anda bisa menyampaikan informasi yang relevan kepada audiens dengan lebih efisien, baik itu nilai brand atau informasi produk. Hal ini karena musik memberikan kesan brand yang solid sekaligus bisa menambah jumlah pelanggan potensial.



[Laporan analisis aset](#) →

Dapatkan data kinerja materi iklan Anda dengan alat pelaporan lengkap ini untuk memahami materi iklan mana yang punya kinerja terbaik dan mempelajari cara untuk mengoptimalkan konten video.

**Anda dapat mengakses alat ini di
TikTok Ads Manager,**

Aset → Video → Buat



Regina

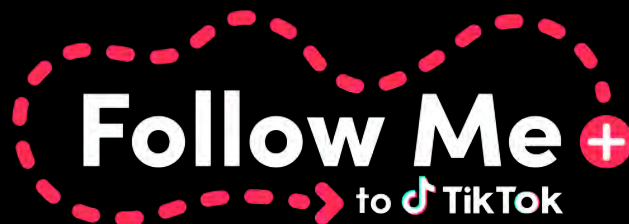
Owner dan Founder,
dari Oktaviana Tas
Grosir

Indonesia

'Untuk teman-teman UMKM, yuk ikutin langkahku dan mulailah membangun bisnis Anda di TikTok sekarang! Jangan ragu dan jangan takut untuk memulai, jika saya bisa, maka Anda juga bisa!'



Kreator



Mengapa Kreator itu penting?

Kreator TikTok punya gaya cerita yang khas dan mereka juga bisa dijadikan sebagai advokat brand, dan komunitas TikTok menghargai pendapat mereka. Anda dapat mencari dan bekerja sama dengan kreator yang tepat, sesuai dengan anggaran atau kampanye Anda di TikTok Creator Marketplace, atau mengubah konten organik dari kreator menjadi iklan berbayar menggunakan Spark Ads. Anda juga dapat berinteraksi langsung dengan komunitas TikTok melalui konten organik dan mengajak mereka untuk memposting video seputar tema tertentu.

Bekerja sama dengan Kreator

Langkah untuk bekerja sama dengan kreator TikTok:

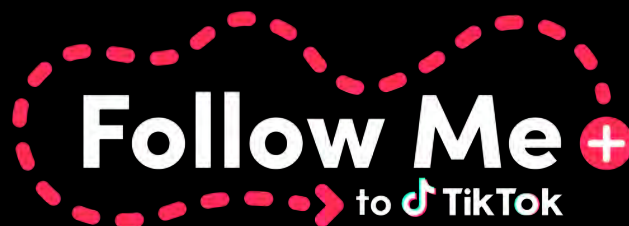
- Identifikasi audiens target dan tentukan tujuan Anda
- Pilih Kreator yang tepat
- Hubungi Kreator dan jelaskan kebutuhan Anda
- Tayangkan videonya, analisis hasilnya, dan tingkatkan kinerjanya!

Checklist Kreator

Kami telah membuat checklist praktis yang dapat diberikan pada kreator yang bekerja sama dengan Anda untuk memastikan mereka telah melakukan yang diperlukan dalam membuat video TikTok yang bagus. Unduh di sini:



Kampanye



Solusi iklan



Spark Ads

Spark Ads adalah format tampilan iklan di TikTok yang memungkinkan brand untuk mempromosikan konten organiknya dengan dukungan penargetan, tujuan pengoptimalan, dan pengukuran dari TikTok. Solusi iklan ini dapat dimanfaatkan dengan atau tanpa tautan produk.

Dengan Spark Ads, Anda bisa meningkatkan kinerja video organik Anda atau video dari kreator di feed Untuk Anda (FYP), demi menghasilkan konten yang lebih autentik sekaligus menciptakan dampak pemasaran melalui hubungan nyata dengan komunitas TikTok.



Iklan Koleksi

Iklan Koleksi (Collection Ads) adalah solusi iklan yang menampilkan koleksi produk Anda dalam format kartu dan memungkinkan pengguna untuk melihat semua produk tersebut tanpa meninggalkan aplikasi TikTok



Video Shopping Ads **BARU**

Solusi iklan baru ini bisa dimanfaatkan oleh para penjual yang menggunakan TikTok Shopping untuk lebih mempromosikan produknya, memahami intensi pembelian pelanggan, dan memanfaatkan fitur terjemahan. Ini semua karena solusi iklan ini memiliki alur pembuatan iklan yang unik yang memungkinkan penjual untuk memanfaatkan berbagai fitur pengoptimalan tingkat lanjut di TikTok Ads Manager.



Rekomendasi "Quick Start"

Masih bingung mencari cara yang tepat untuk membuat kampanye Anda? Coba lihat rekomendasi penyiapan kampanye "Quick Start" kami yang kami rancang berdasarkan beberapa tujuan bisnis umum yang ingin dicapai oleh pengiklan di TikTok. Ikuti rekomendasi ini agar Anda bisa bekerja dengan lebih efisien dalam membuat kampanye pertama Anda!

Rekomendasi Mempersiapkan Kampanye dengan Cepat

Meningkatkan Kesadaran Brand

Kampanye

- Pilih Tujuan "Jangkauan (Reach)"

Grup Iklan

- Anggaran: Gunakan Anggaran Harian Minimum Anda
- Tujuan Pengoptimalan: Jangkauan
- Batas Frekuensi: 1 setiap 7 hari
- Kontrol Bid: Biaya Terendah
- Penargetan: Luas*

Gunakan Alat Bantu Estimasi Ukuran Audiens untuk memastikan audiens Anda cukup luas

Tingkat Iklan

- Gunakan berbagai materi iklan per grup iklan (idealnya 3-5)
- Perbarui materi iklan secara rutin untuk menghindari kebosanan (setiap 7 hari, atau sesuai kebutuhan tergantung kinerja)
- Coba ACO, Pengoptimalan Cepat, atau alat Video Cerdas untuk membuat video khas TikTok

Membuat Prospek

Kampanye

- Pilih Grup Iklan Tujuan "Pembuatan Prospek (Lead Generation)"
 - Anggaran: Gunakan Anggaran Harian Minimum Anda
 - Tujuan Pengoptimalan: Prospek
 - Kontrol Bid: Biaya Terendah
 - Penargetan: Luas*
- *Pertimbangkan untuk memasukkan audiens serupa

Tingkat Iklan

- Gunakan berbagai materi iklan per grup iklan (idealnya 3-5)
- Perbarui materi iklan secara rutin untuk menghindari kebosanan (setiap 7 hari, atau sesuai kebutuhan tergantung kinerja)
- Coba ACO, Pengoptimalan Cepat, atau alat Video Cerdas untuk membuat video khas TikTok

Rekomendasi "Quick Start"

Meningkatkan Penjualan

Kampanye

- Pilih Tujuan "Konversi (Conversion)"

Grup Iklan

- Anggaran: Gunakan Anggaran Harian Anda (Pastikan Anda mengalokasikan > 50x target CPA agar grup iklan Anda memiliki anggaran yang cukup untuk menghasilkan 50 konversi dan melewati fase pembelajaran.)
- Peristiwa Pengoptimalan: Direkomendasikan untuk memulai dengan event "upper funnel" (seperti 'Tambahkan ke Keranjang' atau 'Lihat Konten')
- Kontrol Bid: Pilih "Biaya Terendah"
- Penargetan: Gunakan penargetan luas
Pertimbangkan juga untuk memasukkan audiens serupa demi menemukan pelanggan baru yang mirip dengan basis pelanggan Anda saat ini.

Tingkat Iklan

- Gunakan berbagai materi iklan per grup iklan (idealnya 3-5)
- Perbarui materi iklan secara rutin untuk menghindari kebosanan (setiap 7 hari, atau sesuai kebutuhan tergantung kinerja)
- Coba ACO, Pengoptimalan Cepat, atau Video Cerdas untuk membuat video khas TikTok

Mendorong Traffic ke Situs Web

Kampanye

- Pilih Tujuan "Lalu Lintas Kunjungan (Traffic)"
- Grup Iklan
Anggaran: Gunakan Anggaran Harian
- Minimum Anda, Tujuan Pengoptimalan: Klik
- Kontrol Bid: Biaya Terendah
- Penargetan: Luas*
Pertimbangkan untuk memasukkan audiens serupa

Tingkat Iklan

- Gunakan berbagai materi iklan per grup iklan (idealnya 3-5)
- Refresh ad creatives regularly to Perbarui materi iklan secara rutin untuk menghindari kebosanan (setiap 7 hari, atau sesuai kebutuhan tergantung kinerja)
- Coba ACO, Pengoptimalan Cepat, atau alat Video Cerdas untuk membuat video khas TikTok

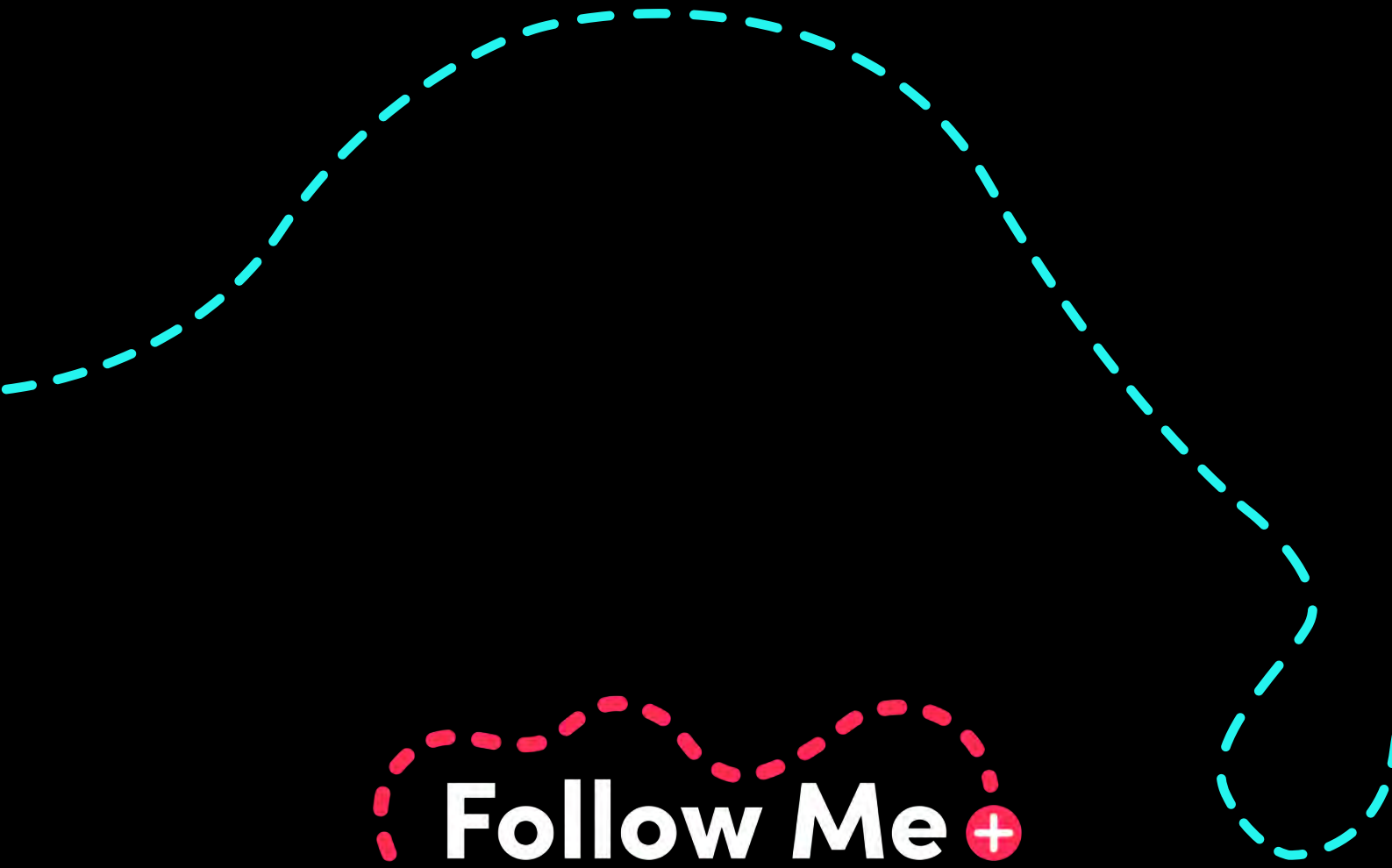
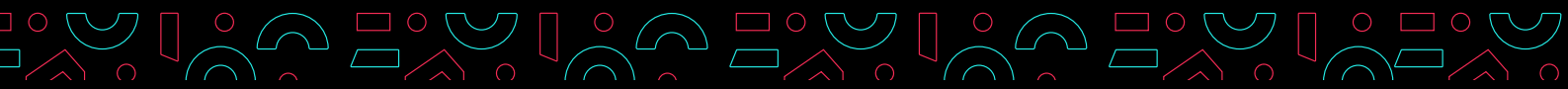
Untuk panduan selengkapnya tentang TikTok Ads Manager, unduh [di sini](#).

Pengoptimalan

Setelah kampanye tayang, Anda mungkin ingin lebih mengoptimalkan kinerja kampanye tersebut seiring berjalannya waktu. Berikut ini beberapa tips terbaik yang harus diingat!

- Usahakan untuk tidak mengubah penargetan, bid, anggaran, dan materi iklan sebelum kampanye Anda melewati fase pembelajaran. Berikan waktu yang cukup bagi grup iklan Anda untuk menyesuaikan dan melakukan kalibrasi ulang.
- Optimalkan kinerja kampanye Konversi berdasarkan peristiwa upper funnel seperti 'Tambahkan ke Keranjang' atau 'Tayangan Halaman' sebelum Anda fokus ke funnel yang lebih rendah untuk mengoptimalkan 'Pembelian'. Dengan begitu, TikTok akan lebih bisa mengumpulkan lebih banyak data demi meningkatkan hasil kampanye Anda.
- Perbarui materi iklan Anda secara rutin (idealnya setiap 7 hari)
- Jangan ubah penargetan, bid, anggaran, dan pelacakan, lebih dari satu kali setiap 2 hari berturut-turut. Berikan waktu yang cukup bagi grup iklan Anda untuk menyesuaikan dan melakukan kalibrasi ulang.
- Ketika Anda menyesuaikan bid dan anggaran, pastikan perubahan ini bertahap:
 - Jangan ubah anggaran **lebih dari 30%** dari anggaran sebelumnya
 - Jangan ubah bid **lebih dari 20%** dari bid sebelumnya.
 - Jika Anda mengubah bid, **tunggu 2 hari** sebelum melakukannya lagi.





Follow Me 
to  **TikTok**

