

toffeedev

Marketing Activation Book

Panduan TikTok Ads Untuk Bisnis Anda



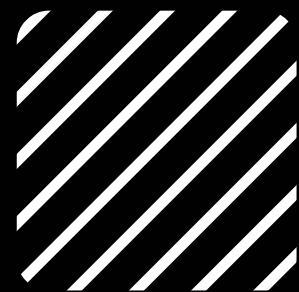
Daftar Isi

1	Pendahuluan	1
2	Apa Itu TikTok?	3
3	Tiktok Untuk Bisnis Anda	5
4	6 Cara Meningkatkan Bisnis Menggunakan Tiktok	8
5	Matriks TikTok Dalam Mengukur Bisnis Anda	15
6	Bagaimana Cara Menggunakan TikTok Ads?	17
7	5 Jenis TikTok Ads	19
8	Cara Menjalankan Campaign Iklan di TikTok	24

1

PENDAHULUAN





Platform media sosial berbasis video, yaitu TikTok telah berubah. Awalnya, aplikasi ini hanya digunakan oleh anak muda untuk menghabiskan waktu luang. Saat ini, Tiktok telah menjadi platform paling inovatif untuk terhubung dengan audiens dari segala usia.

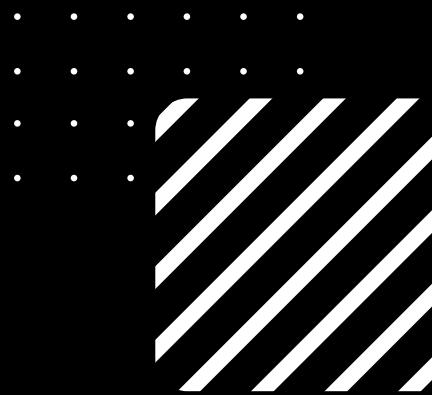
Selama beberapa tahun terakhir, TikTok telah berkembang menjadi aplikasi non-Facebook pertama yang mencapai 3 miliar unduhan secara global. Platform ini tidak hanya membanggakan sebagian besar pengguna media sosial, tetapi algoritma yang sangat individual telah menyebabkan pengguna menghabiskan rata-rata hampir satu setengah jam setiap hari di TikTok. Sehingga, saat ini bisnis telah memiliki kesempatan untuk menginspirasi, mendidik, atau menghibur orang-orang sesuai dengan niche mereka.

Untuk memanfaatkan perkembangan yang mengejutkan ini, banyak perusahaan atau brand dari berbagai ukuran bisnis menganggap ini sebagai tanda untuk mulai menyusun strategi pemasaran TikTok mereka. Mari jelajahi apa saja yang termasuk dalam penggunaan TikTok untuk bisnis dan best practice untuk menggunakan TikTok dalam pemasaran brand.

-
-
-
-
-

?

APA ITU TIKTOK?



Meskipun pertama kali muncul dengan nama yang berbeda, akar dari apa yang membuat TikTok menjadi platform yang sukses sudah ada sejak awal. Selama beberapa tahun pertama, aplikasi yang sekarang kita kenal sebagai TikTok hadir sebagai Musical.ly, dimana aplikasi ini berbagi video media sosial yang memungkinkan pengguna mengunggah dan melakukan streaming video berdurasi hingga 15 detik.

Banyak yang memandang TikTok sebagai platform yang mirip dengan Vine, tetapi secara strategis, TikTok berfokus pada trending audio dan memanfaatkan fitur video yang tidak ditawarkan oleh Instagram atau Twitter pada saat itu.

Sementara Musical.ly dengan cepat mendapatkan basis pengguna awal lebih dari 100 juta, platform yang befokus pada video pendek tidak akan tumbuh secara signifikan hingga 2018. Ketika Musical.ly dibeli oleh ByteDance, yang merupakan teknologi China yang terkenal dan dikemas ulang sebagai platform yang sekarang kita kenal sebagai TikTok.

Sejak pertama kali diluncurkan pada tahun 2018, TikTok telah menjadi platform media sosial dengan pertumbuhan tercepat dalam hidup kita dan masih akan terus berkembang.



3

**TIKTOK UNTUK
BISNIS ANDA**



Karena TikTok telah berkembang dari 133 juta pengguna pada tahun 2018 menjadi lebih dari 1 miliar pengguna bulanan pada tahun 2021, platform ini telah berkembang menjadi pusat pemasaran global. Di aplikasi ini, pembuat konten mana pun memiliki kesempatan untuk menjadi viral dengan sinkronisasi bibir yang tepat waktu atau video tarian yang diedit.

Dengan menawarkan kepada pengguna kemampuan untuk membagikan konten asli mereka sendiri atau bergabung dengan tren yang sedang berkembang, TikTok memberikan visibilitas kepada pembuat konten terlepas dari jumlah pengikut mereka.



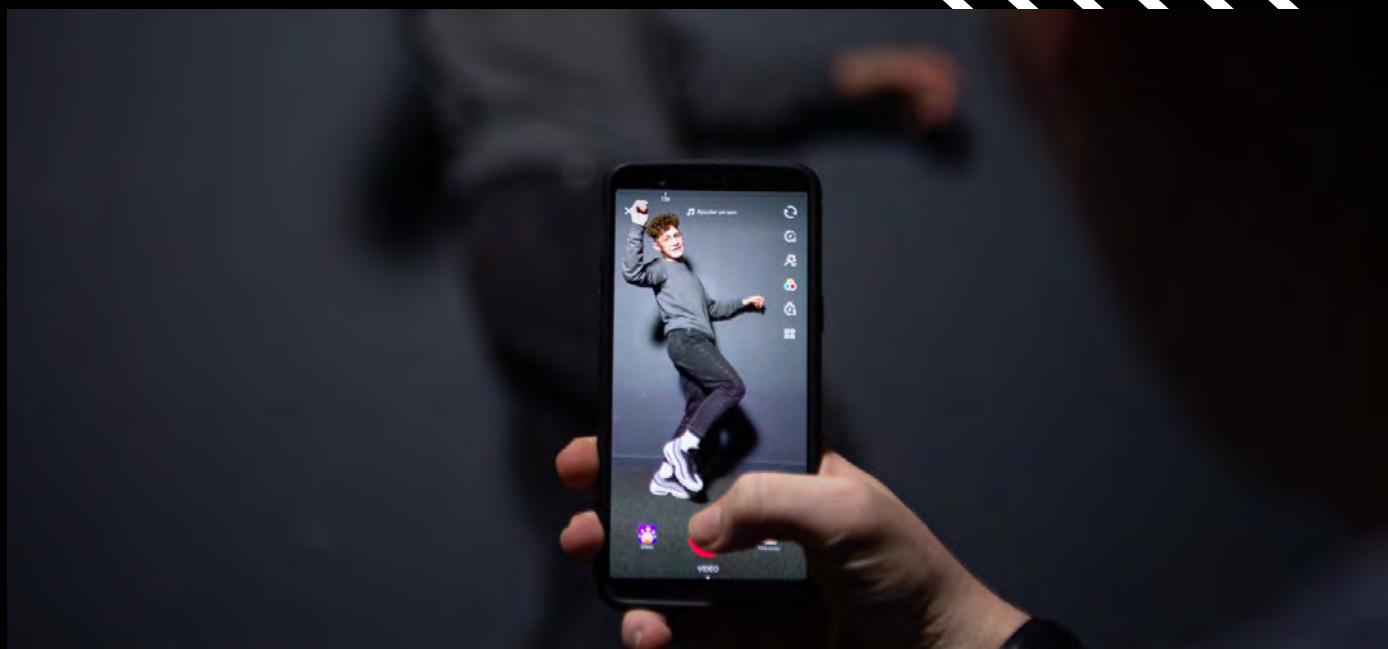
Pada tahun 2020,
TikTok meluncurkan

TikTok: For Business

pusat manajemen periklanan dan pemasaran yang memungkinkan brand untuk mengelola campaign, mulai dari influencer hingga optimalisasikan.



Influencer TikTok (di mana ada lebih dari 106.000 pengguna aktif pada tahun 2020) mengumpulkan pengikut melalui kreativitas dan kemauan mereka untuk mengekspresikan diri. Fitur dalam aplikasi seperti hashtag, sounds, dan fitur duet memudahkan pembuat konten untuk menjadi viral di Tiktok.

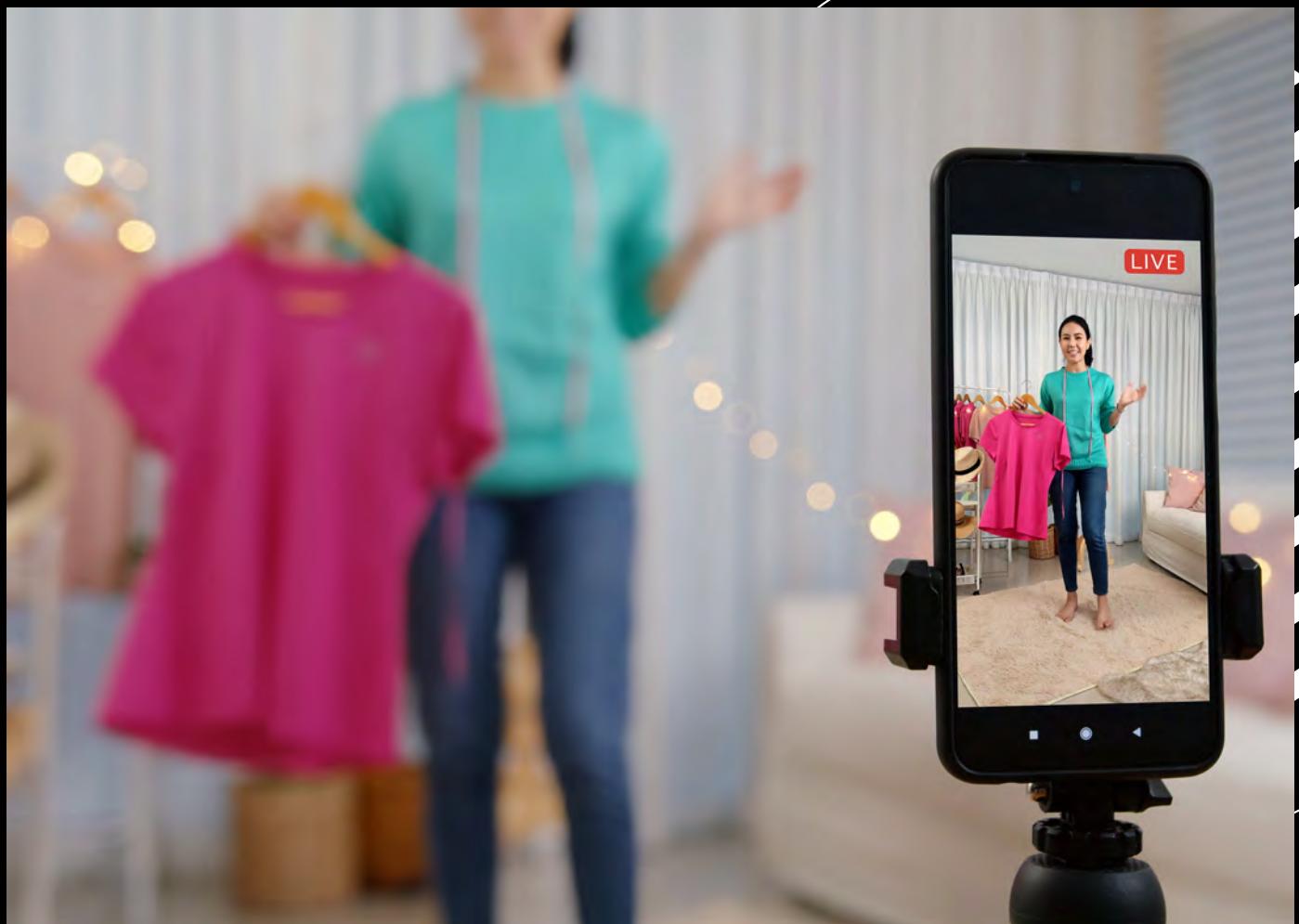


Tidak pernah semudah ini bagi tim pemasaran untuk membangun brand awareness secara online, dan menjadikan TikTok for Business sebagai alat penting bagi perusahaan yang ingin terhubung dengan audiens digital mereka.

4+



6 CARA MENINGKATKAN BISNIS MENGGUNAKAN TIKTOK



TikTok dapat membantu berbagai jenis tim pemasaran mencapai target ataupun goals mereka. Misalnya, video TikTok memang bisa mendidik, tetapi untuk tim pemasaran, hal tersebut bisa menjadi konten untuk brand awareness bagi mereka yang tidak terbiasa dengan perusahaan mereka, atau bahkan bisa membantu mereka mendapatkan penjualan dari produk yang dimiliki.

Terdapat enam cara meningkatkan bisnis dengan menggunakan TikTok. Dengan adanya cara ini dapat membantu mendapatkan inspirasi dan memiliki bayangan bagaimana akun TikTok brand Anda dapat memberikan sesuatu yang lebih dari sekadar pemasaran media sosial.



1 Marketing Campaigns

Marketing Campaign TikTok adalah sarang kreativitas untuk brand dari segala jenis ukuran. Karena sifat konten TikTok yang selalu berubah (dengan challenge, sounds, atau hashtag baru yang beragam setiap harinya), ada banyak peluang bagi brand untuk bergabung secara global.

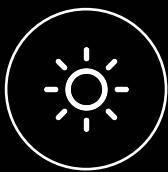
TikTok merupakan platform yang menghargai kepemilikan serta orang-orang yang mengikuti tren. Sebelum merencanakan kampanye, biasakan diri Anda dengan cara kerja algoritma TikTok dan cara mempromosikan konten untuk memastikan video Anda menarik audience yang tepat.

Banyak sekali brand beauty yang telah menggunakan tren TikTok dari tahun ke tahun saat melakukan marketing campaign produk bundle mereka dengan menggunakan hashtag di antara audiens mereka. Hal yang bisa Anda lakukan sekarang adalah mulai membuat strategi campaign Anda.

2 Mempromosikan Budaya Perusahaan

Saat membuat akun TikTok untuk brand Anda, ingatlah bahwa menampilkan tim dan budaya perusahaan Anda sama pentingnya dengan mengiklankan produk Anda. Anda tidak pernah tahu, orang yang melihat video TikTok terbaru Anda bisa menjadi rekan kerja Anda.

Dengan membuat konten sesuai trend yang mempromosikan budaya perusahaan Anda, Anda dapat memastikan bahwa menampilkan semua bagian terbaik dari bekerja di tim dan membantu memenuhi tujuan perekrutan. Beberapa cara lain untuk menggunakan akun TikTok Anda untuk mempromosikan budaya perusahaan Anda adalah:



**Membuat video
“a day in my life”
untuk setiap divisi**



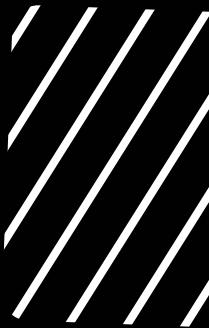
**Membuat video
“office tour”**



**Membuat video
mengenai keuntungan
yang didapatkan
jika bekerja**



**Tampilkan sekilas
pengalaman karyawan
di perusahaan Anda**



3 Mempromosikan Produk/ Showcasing Product

39% pengguna mengatakan bahwa mereka pertama kali menemukan brand yang belum pernah mereka dengar sebelumnya di TikTok dan 47% pengguna setuju bahwa mereka telah membeli produk yang mereka lihat di aplikasi.

Sehingga, ini jelas bahwa menampilkan produk baru dan apa yang sedang tren adalah hal yang penting dengan memanfaatkan kekuatan penuh akun TikTok bisnis Anda. Selain membuat konten yang mengikuti tren untuk meningkatkan visibilitas. Aplikasi seperti TikTok memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mengubah video yang memiliki performa tertinggi mereka menjadi iklan yang dapat digunakan kembali.



4 Program Influencer dan Remarketing

Untuk meningkatkan cakupan audiens atau mulai mengekspos brand ke demografis baru, banyak perusahaan yang mulai beralih ke pemasaran dengan menggunakan influencer. Seperti disebutkan di atas, pemasaran influencer telah mendominasi TikTok. Karena algoritma TikTok yang mengutamakan trend-setters dan engagement secara organik, dimana platform ini dirancang untuk mendidik generasi influencer selanjutnya.



Ketika brand bermitra dengan influencer di TikTok:



Brand memperoleh eksposur karena banyaknya followers yang dimiliki oleh influencer.



Pengguna lebih cenderung mempercayai brand yang dipromosikan oleh wajah yang dikenalnya.



Followers yang dimiliki influencer juga sangat ingin merasakan produk dan brand yang dipromosikan.

6 Produk Edukasi



Bisnis membuat TikTok memiliki dua kelompok audience, yaitu target demografis dan anggota tim yang sudah ada. Sementara sebagian besar TikTok dibuat dengan niat menjadi viral dan meningkatkan brand awareness, perusahaan menemukan kesuksesan besar dengan mengintegrasikan TikTok ke dalam produk pendidikan.

Salah satu kekuatan terbesar yang dimiliki TikTok adalah interface yang sangat user-friendly, dimana aplikasi ini memungkinkan pengguna dari berbagai tingkat kecerdasan teknologi untuk membuat konten dengan mudah dan berbagi konten. Brand memanfaatkan fitur ini dengan menanamkan TikTok ke dalam proses pelatihan dan pendidikan.

Dengan membuat video yang menampilkan demonstrasi produk, praktik terbaik alur kerja, dan bahkan petunjuk software, perusahaan dapat mengubah pelatihan karyawan baru atau demonstrasi produk menjadi rangkaian konten pendidikan yang mudah dicerna, digunakan kembali, dan mudah diakses.

- • •
- • • •
- • • • •

Matriks TikTok Dalam Mengukur Bisnis Anda



Baik akun bisnis TikTok dan akun TikTok standar memiliki akses ke analisis, tetapi business manager memiliki wawasan yang lebih mendetail mengenai audience, perincian setiap post, dan dashboard. Berikut adalah beberapa analisis TikTok untuk marketer yang dapat membantu tim mengoptimalkan postingan mereka dan lebih terlibat dengan audience. Anda dapat mengakses analisis TikTok dengan masuk ke aplikasi TikTok atau Tiktok business account manager. Anda dapat melihat matrik dalam periode 7, 28, atau 60 hari, atau memilih jangka waktu khusus.



Follower Growth Rate



New Followers



Video Views



Likes, Comment, and Shares



LIVE Video Analytics



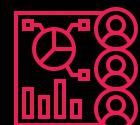
Profile Views



Leads From Tiktok



Website View From Tiktok



Audience Insights



Content Performance



Customers From Tiktok



6

**Bagaimana Cara
Menggunakan
TikTok Ads?**



Jika Anda sudah memiliki akun TikTok for Business, hal selanjutnya yang perlu Anda lakukan adalah mengatur akun melalui Tiktok Ads Manager untuk menggunakan semua tools iklan yang dimiliki oleh TikTok. Tiktok Ads Manager memudahkan tim pemasaran untuk membuat, mengelola, dan melakukan tracking pada setiap campaign iklan TikTok. Di dalam TikTok Ads Manager, pemasar dapat dengan mudah membuat iklan In-Feed baru / mengonversi sebagian konten mereka yang ada menjadi iklan In-Feed. TikTok juga memiliki database mitra teknologi dan kreatif yang diperiksa untuk mendukung campaign pemasaran — Anda bisa melihat TikTok Library, jika Anda mencari inspirasi untuk membuat atau meningkatkan campaign iklan Anda.

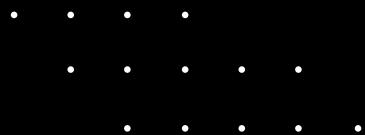
A woman with dark hair tied up in a bun, wearing sunglasses and large hoop earrings, is smiling broadly. She is wearing a light-colored button-down shirt. The background is a solid red.

5 Jenis TikTok Ads

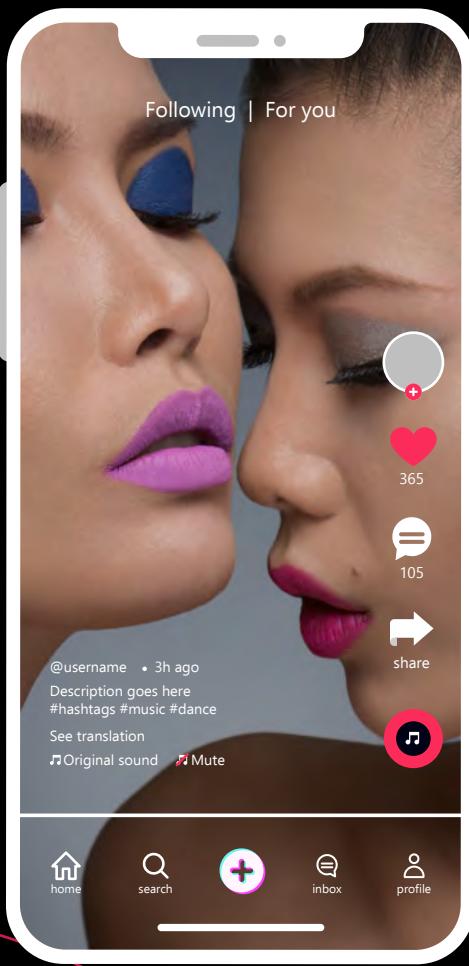
7



Campaign iklan TikTok yang paling efektif adalah kombinasi dari berbagai jenis iklan. Kabar baiknya, TikTok memudahkan brand untuk membuat iklan unik yang menarik pengikut di setiap tahap perjalanan pengguna TikTok mereka. Lima jenis Iklan TikTok berbeda yang dapat digunakan untuk membantu campaign Anda adalah:

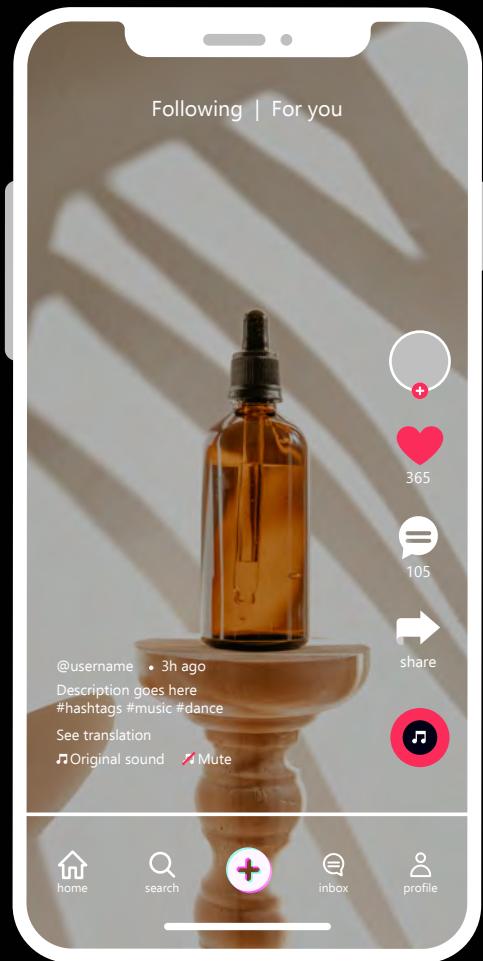


1 In-Feed Ads

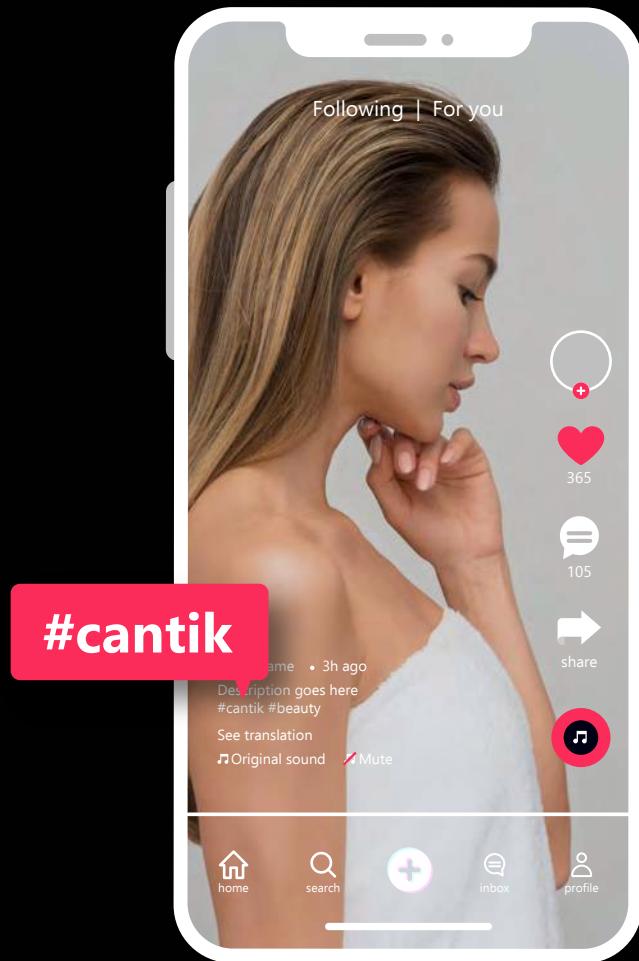


Satu-satunya iklan yang dapat dibuat oleh pengguna sendiri di TikTok Ads Manager adalah Iklan In-Feed yang akan muncul di halaman "For You" seperti halnya TikTok biasa. Untuk meningkatkan tingkat konversi In-Feed Ads Anda, bisa tambahkan tombol Call-To-Action ke iklan tersebut untuk mendorong tindakan lebih lanjut oleh audience Anda.

2 Top-View Ads



3 Branded Hashtag



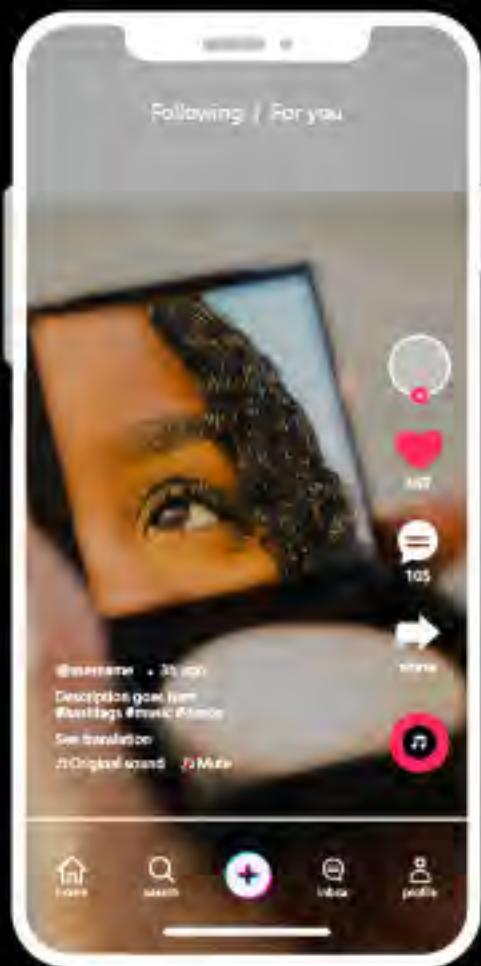
Iklan Top-View dapat berdurasi hingga 60 detik dan menyapa pengguna TikTok segera setelah membuka aplikasi untuk pertama kalinya hari itu. Top-View Ads bisa digunakan untuk materi promosi Anda dalam jangka waktu yang lebih lama dan konten yang dibuat harus lebih menarik untuk memastikan audience tidak melewatkannya. Iklan Top-View Anda untuk hari itu.

Setiap pengguna dapat menambahkan koleksi hashtag ke TikTok sebelum mempostingnya, tetapi membuat hashtag brand harus dilakukan melalui TikTok Ads Manager. Anggap hashtag brand sebagai pemesanan hashtag tertentu untuk jangka waktu tertentu, bisnis yang menggunakan jenis iklan ini memiliki akses eksklusif ke hashtag tersebut.

4 Branded Effects



5 Branded Takeovers



Mirip dengan Branded Hashtags, Branded Effects juga merupakan versi eksklusif dari tools yang tersedia untuk umum. Branded Effects adalah stiker 2D, 3D, atau AR yang dapat digunakan tiktokers saat membuat video mereka sendiri untuk bergabung dengan challenge yang dimulai oleh brand.

Brand Takeovers menggabungkan semua fitur terbaik: Top-View, In-Feed, dan Branded Hashtags untuk menciptakan pengalaman iklan TikTok terbaik. TikTok hanya mengizinkan satu bisnis untuk melakukan Brand Takeovers per hari, sehingga ketersedianya cukup langka.

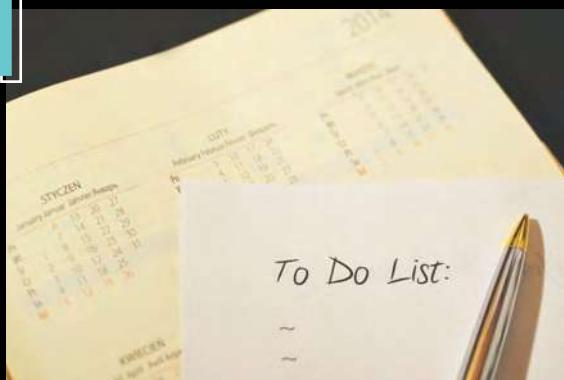


8

**Cara Menjalankan
Campaign Iklan
di TikTok**

• • • •

1



Memilih audience yang sesuai

Anda bisa menentukan audience yang sesuai dengan product/service. Bisa ditentukan berdasarkan lokasi, umur, interest atau bahkan data customers yang sudah bisnis Anda miliki.

Tentukan goals campaign Anda

Anda bisa menentukan goals campaign Anda berdasarkan traffic, engagement, dan leads.

2



3



Tentukan budget campaign Anda

Anda dapat menentukan budget setiap campaign itu per-hari. Minimum budget yang ditentukan oleh Tiktok per-hari adalah Rp. 500,000.

4



Desain Iklan

Di sini, Anda dapat mengunggah video brand atau gambar, atau membuka TikTok's Library untuk mendapatkan inspirasi yang lebih kreatif.