

Mengungkap role emotion konten viral disertai penjelasan lengkapnya



Untuk menciptakan konten viral, yang dibutuhkan bukan hanya sekadar topik menarik. Banyak faktor yang akan berpengaruh. Permainan emosi juga berperan dalam hal ini. Ketika membagikan sebuah konten, perlu memikirkan respon para audiens:

- Apakah mereka akan marah?
- Apakah mereka akan senang?
- Apakah mereka akan sedih?
- Apakah mereka akan terkejut?
- Dan lainnya.

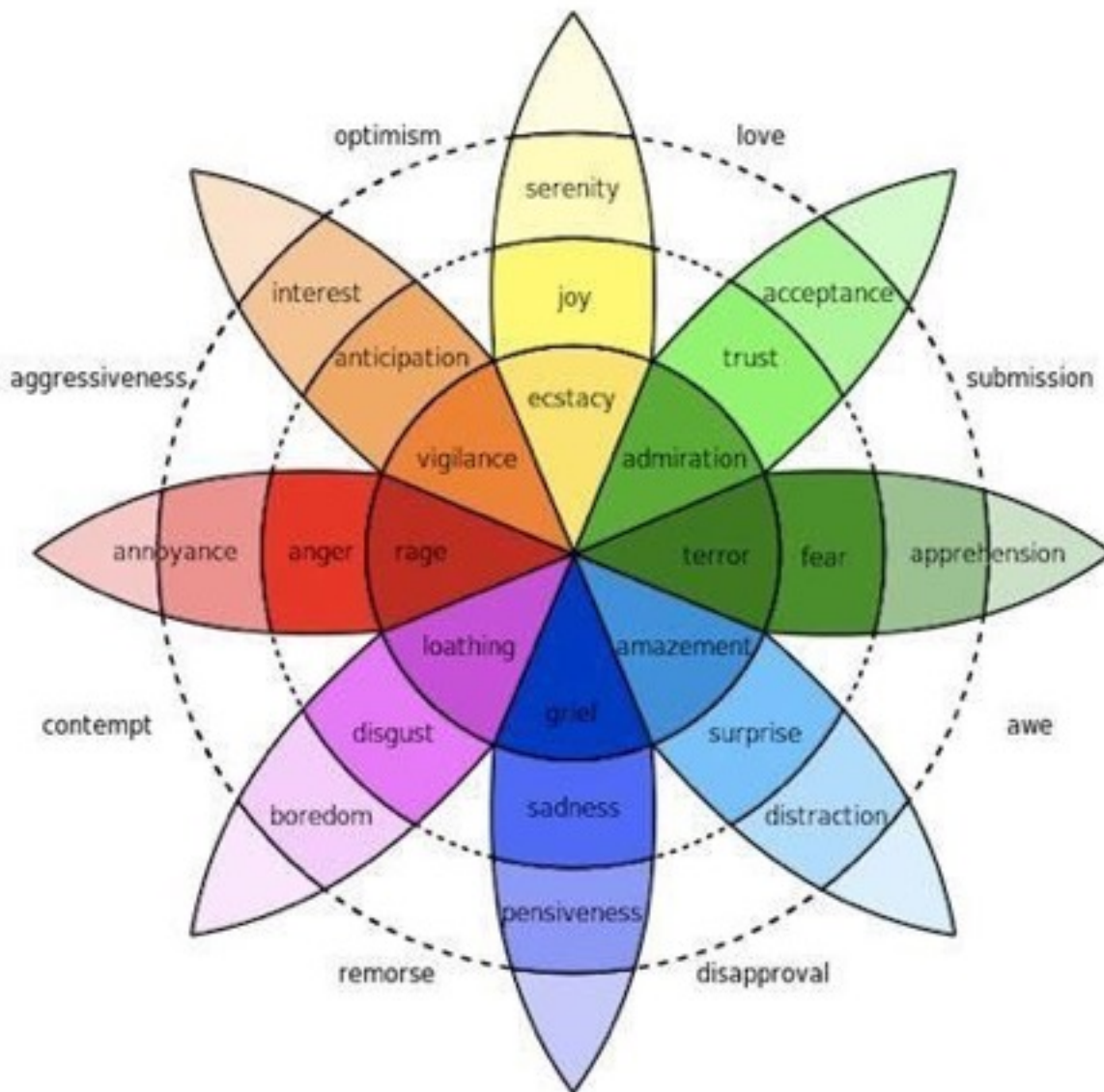
Lalu bagaimana peran serta emosi dalam munculnya konten viral? Bagaimana memanfaatkan itu? Mari kita pelajari bersama.

Pentingnya pengalaman emosional dalam konten viral

Pada dasarnya, orang suka berbagi pengalaman emosional. Ketika merasakan sesuatu, kita ingin orang lain mengalaminya juga. Jadi, konten yang memicu respons emosional lebih mungkin disukai banyak orang daripada yang tidak melibatkan emosi. Hal ini didukung dengan fakta hasil penelitian yang dilakukan oleh Fractl, dimana:

- Kampanye yang mendapat lebih dari 100 penempatan 3 kali lebih cenderung menghasilkan ikatan emosional yang kuat daripada kampanye yang kurang dari itu.
- Kampanye yang menghasilkan lebih dari 20.000 social shares 8 kali lebih mungkin menghasilkan ikatan emosional yang kuat daripada kampanye yang menghasilkan kurang dari 1.000 shares.

Dari fakta tersebut, sekarang kita tahu bahwa dampak emosional adalah pembeda kesuksesan kampanye terbesar. Oleh karena itu, Anda perlu mempelajari berbagai emosi sebelum memutuskan untuk memasukkannya dalam tema konten. Coba lihat Robert Plutchik's Wheel of Emotions berikut sebagai referensi:



Kombinasi emosi = viral

Sebuah survei dilakukan kepada lebih dari 800 pria dan wanita berusia antara 18 hingga 54 tahun untuk mengetahui jenis emosi apa yang paling dominan dari masing-masing orang. Hasil yang didapatkan kemudian digunakan untuk mengklasifikasikan roda emosi Robert Plutchik ke dalam beberapa kategori, yaitu:

- Positif
- Negatif
- Mengejutkan

Konten dengan pengalaman emosional positif lebih mungkin viral

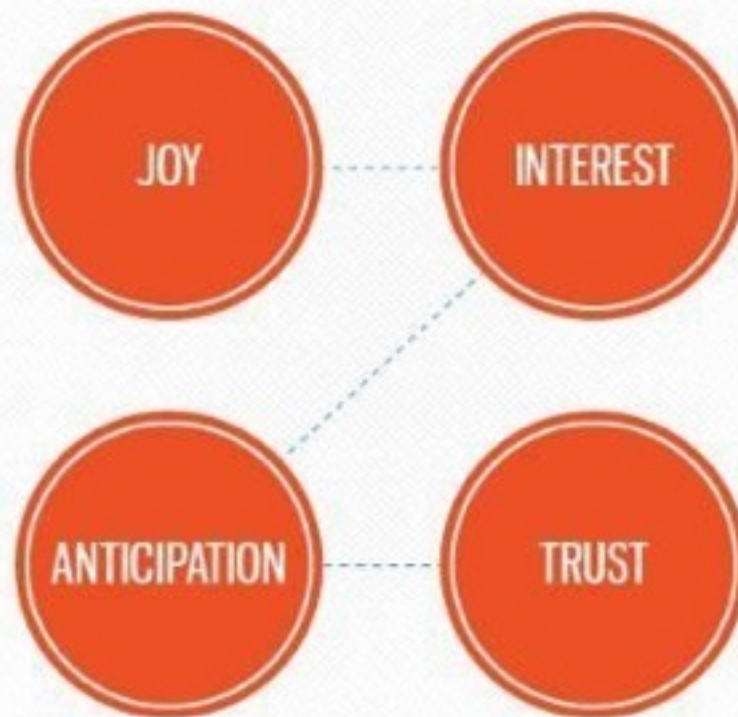
Penelitian membuktikan bahwa orang lebih tertarik untuk berbagi pengalaman positif daripada negatif. Dan berikut ini 10 emosi positif paling dominan yang dihasilkan dari survei:

- Kelucuan
- Ketertarikan
- Kejutan
- Kebahagiaan
- Sukacita
- Kepuasan
- Kegembiraan
- Harapan
- Kasih sayang
- Kehebohan

Dari penelitian ini juga kemudian didapatkan hubungan yang erat antara satu emosi positif dengan yang lainnya. Contohnya seperti ini:

POSITIVE FEELINGS

Participants highly rated viral images as inspiring feelings of:



The number of positive ratings strongly correlated with total content views, and initial views are the first step to getting shares.

Kontras emosi juga mempengaruhi social sharing

Meskipun orang lebih cenderung menyukai pengalaman emosional positif, sebenarnya secara tidak langsung mereka juga menyukai pengalaman emosi yang kompleks. Konten yang mengandung lebih dari satu emosi, terutama emosi yang kontras juga

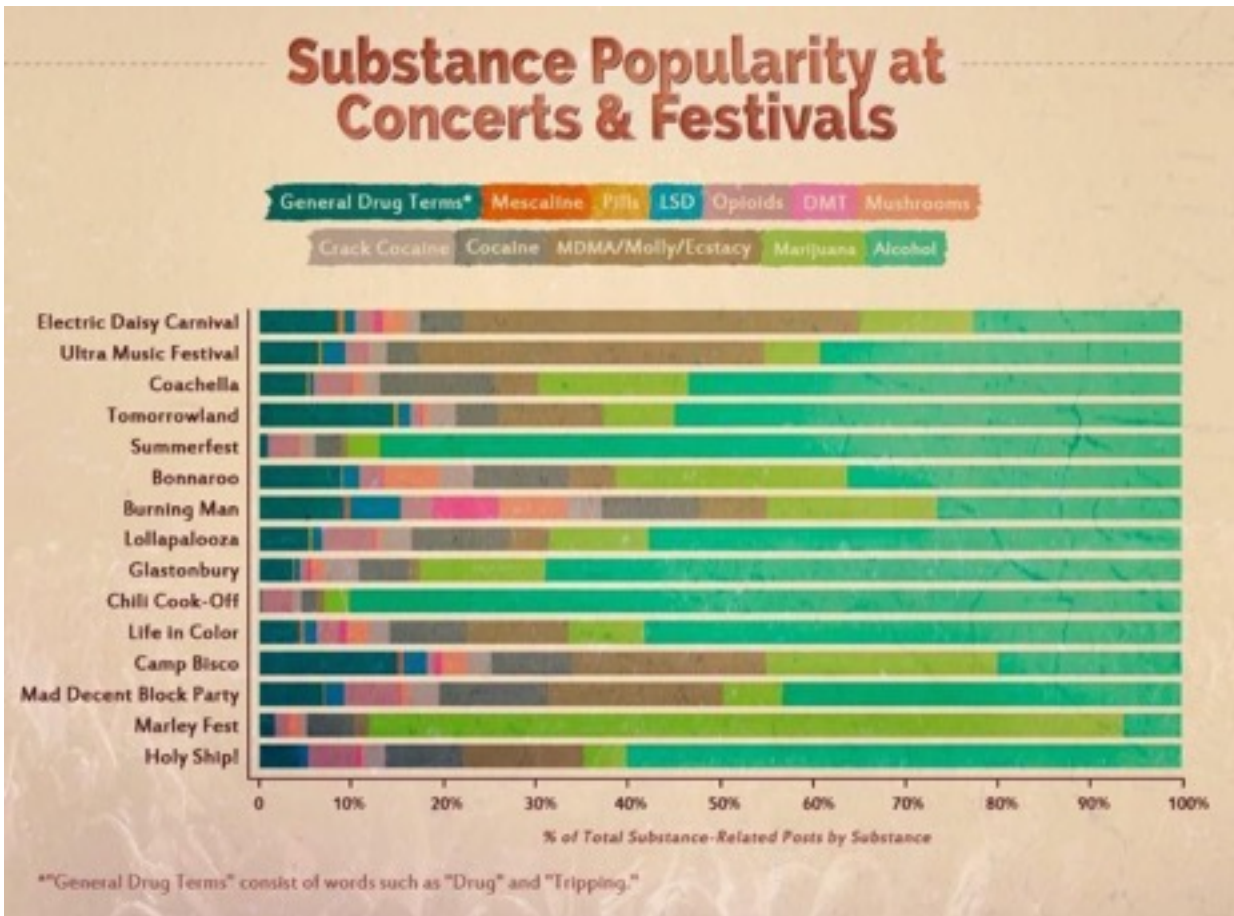
mampu menimbulkan ketertarikan yang tinggi. Misal satu konten positif yang tiba-tiba menghadirkan emosi negatif, orang akan semakin “bergairah” terhadap konten ini.



Contohnya seperti konten yang membahas mengenai definisi kesempurnaan tubuh wanita. Dimana konten ini menghadirkan berbagai emosi berbeda dari masing-masing gambar yang ditampilkan. Konten ini telah menghasilkan sekitar 900.000 social shares. Ditampilkan di sekitar 600 situs web (termasuk BuzzFeed, The New York Times, dan The Huffington Post). Bahkan dibagikan oleh aktris Sofia Vergara (dengan 7.7 juta pengikut Facebook-nya).

The power of surprise

Elemen kejutan merupakan salah satu pengalaman emosional yang mampu “meledakkan” sebuah konten. Membuat konten yang sama sekali baru, mengangkat topik unik, atau menampilkannya dalam kemasan yang berbeda akan menyita perhatian audiens. Contohnya seperti sebuah konten berjudul “Instagram, Drugs, and Rock ‘n’ Roll”, dimana konten ini membahas tentang peran obat-obatan di konser festival dan berapa kali orang membagikannya di IG. Konten ini telah dibagikan sebanyak 900.000 kali.



Terakhir, beberapa tips berikut mungkin berguna untuk menciptakan konten viral:

- Kombinasikan emosi positif dengan kejutan untuk membuat "ledakan" viral
- Kombinasikan emosi gairah rendah dengan elemen kejutan, kontras itu tidak selalu buruk
- Mainkan emosi gairah tinggi dalam konten dengan pengalaman emosional negatif agar tetap viral

Source:

<http://www.frac.tl/the-role-of-emotions-in-viral-content/>

<https://www.pexels.com/>