

Panduan meningkatkan LinkedIn Engagement



Digital marketing di era modern selalu menuntut para pebisnis agar mampu bersikap dinamis dan fleksibel. Misalnya dalam hal promosi. Campaign tak harus selalu dilakukan lewat situs resmi perusahaan, karena konsumen tak setiap waktu mengakses situs tersebut. Sebaliknya, banyak yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana campaign. Salah satunya yakni LinkedIn. Ingin tahu metode untuk meningkatkan engagement dalam platform ini? Berikut trik-triknya.

Tulis posting text-only

Jika di Twitter atau Instagram orang-orang lebih tertarik pada konten gambar maupun video, hal ini tak berlaku di LinkedIn. Dulu, strategi posting LinkedIn terpopuler yakni menautkan konten bermanfaat yang menyertakan gambar atau link. Seiring waktu, tingkat engagement untuk jenis post seperti ini mulai turun. Sebaliknya, tingkat engagement posting text-only (tanpa gambar atau link) cenderung tetap. Misal seperti ini:



Lauren Pratt

Recruitment Specialist • Construction, Oil & Gas, Ren...

2 d

Will never understand why you give people a job and then they decide not to turn up for work.

Seriously, what can be more frustrating!!!!

If you are not going in or having got something else for 1p extra, a simple text would be nice.

528 Likes • 174 Comments



Like



Comment



Share



101,793 views of your post

Likes



Comments

Load previous comments



Add a comment...

Post



Home



My Network



Messaging



Notifications



Jobs

Fakta lain menunjukkan bahwa jenis post text-only mampu menghasilkan rata-rata view 3 kali lipat daripada jenis lain:

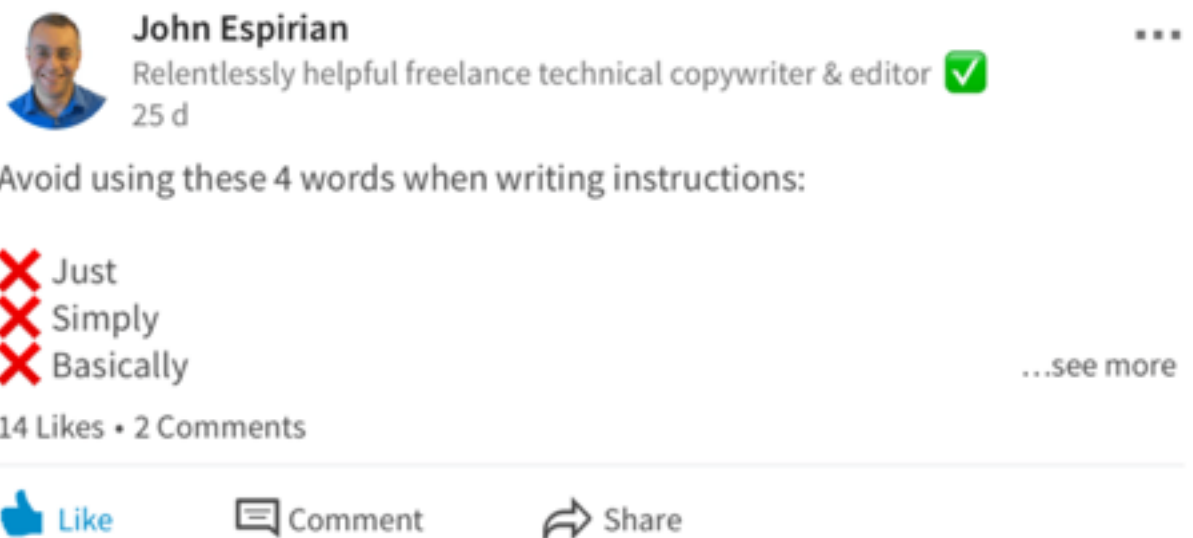
Update Type	Avg. Views	Avg. Likes	Avg. Comments
Text Only	1044	11	4
Link, Image, Video	610	7	3

Kenapa bisa demikian?

Logikanya, setiap kali seseorang mengklik salah satu link yang di-share, mereka akan meninggalkan platform LinkedIn, yang berarti bahwa mereka menghabiskan lebih sedikit waktu di LinkedIn. Masuk akal jika LinkedIn membatasi frekuensi untuk menampilkan jenis post seperti ini.

Lalu, bagaimana trik membuat posting text-only yang efektif?

- **Singkat saja.** Orang tak tertarik dengan post text-only yang terlalu panjang. Pada LinkedIn mobile, fitur See More muncul ketika posting teks lebih dari lima baris (tiga baris pada versi desktop). Selain itu, LinkedIn membatasi posting teks sepanjang 1.300 karakter (sekitar 250 kata). Triknya, tempatkan kalimat umpan yang menarik di baris pertama untuk mendorong orang membaca keseluruhan post.



- **Berikan pertanyaan.** Apa pun yang memunculkan respons akan meningkatkan engagement. Buat pertanyaan yang mudah dijawab dan relevan.

- **Berikan pendapat.** Jika Anda memiliki pendapat tentang topik yang relevan, bagikan dan undang komentar.
- **Sertakan link di komentar.** Buat teks posting awal saja, kemudian posting balasan dengan menyertakan link yang ingin Anda bagikan (jika ada).
- **Waspada terhadap retorika sensasional.** Tujuan utama Anda yakni meningkatkan engagement, bukan mendorong konflik.

Like post Anda sendiri

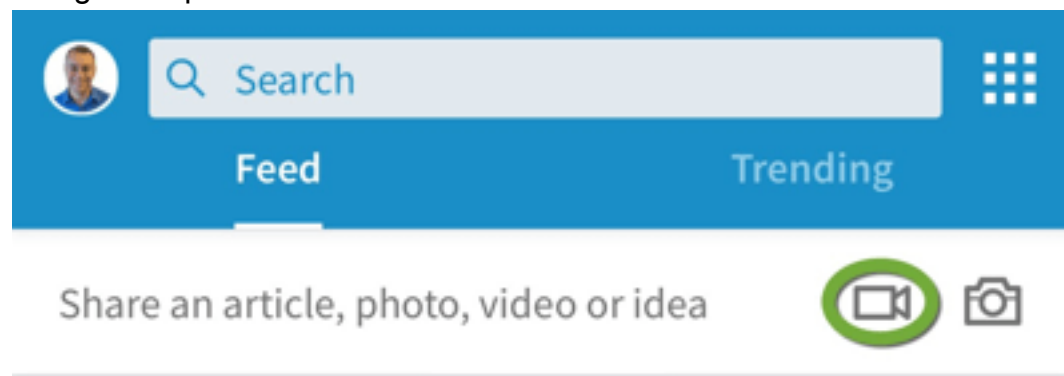
Faktanya, menyukai post dan pembaruan status Anda sendiri akan meningkatkan engagement post tersebut. Hal yang sama juga berlaku pada komentar. Umumnya, orang lebih mungkin berinteraksi dengan konten jika orang lain berinteraksi lebih dulu. Dengan kata lain, Anda harus berani menjadi orang pertama yang memulai interaksi. Selanjutnya, orang lain akan mengikuti.

Terlibat dengan komentar

Cermati siapa saja yang meninggalkan komentar di salah satu post Anda. Cobalah berinteraksi dengan membalas komentar mereka. Orang yang berkomentar akan melihat pemberitahuan dan dapat mendorong engagement lebih lanjut. Idealnya, coba arahkan mereka untuk membagikan post Anda ke jaringan mereka.

Rekam dan bagikan video asli LinkedIn

Aplikasi LinkedIn terbaru menyertakan fitur yang memungkinkan Anda merekam video, meng-capture foto, dan membagikannya secara langsung. Konten asli seperti ini akan lebih efektif meningkatkan engagement daripada Anda membagikan link video YouTube (misalnya). Seperti dibahas di awal tadi, LinkedIn tak ingin penggunanya mengakses platform lain.

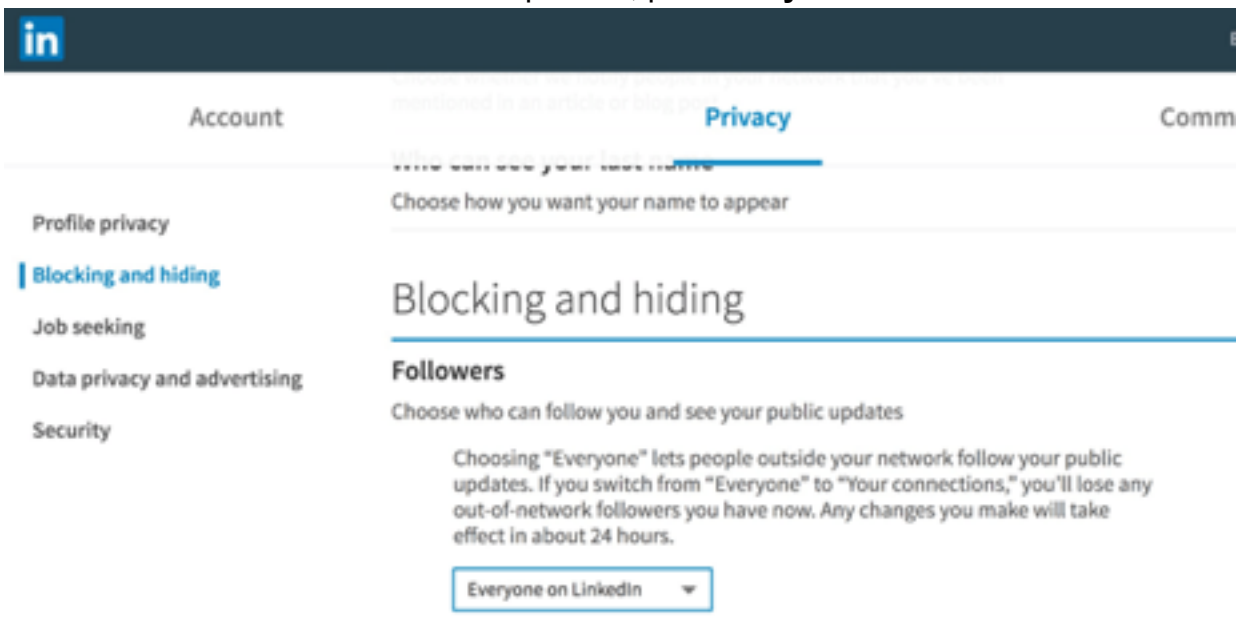


Sebagai catatan, fitur video ini tak memungkinkan Anda menambahkan teks. Jadi, jika Anda ingin menyertakan penjelasan tertulis pada video, edit terlebih dulu video menggunakan aplikasi video editor.





Pastikan pembaruan Anda bersifat publik

Sejak Juli 2017, LinkedIn memungkinkan Anda membuat pembaruan status yang dapat dilihat oleh publik. Untuk melakukannya, Anda perlu memeriksa pengaturan. Namun, Anda tidak dapat mengubah pengaturan yang relevan melalui aplikasi seluler LinkedIn, melainkan melalui browser desktop. Caranya:

- Klik ikon **Me** di bagian atas beranda LinkedIn.
- Klik **Settings and Privacy**.
- Klik tab **Privacy** di bagian atas halaman.
- Di bawah bagian **Blocking and hiding** terhadap opsi **Follower**. Klik **Change**, dan kemudian dari daftar drop-down, pilih **Everyone on LinkedIn**.



- Selanjutnya, klik **Profile Privacy** di sidebar di sebelah kiri di mana opsi **Edit Public Profile** Anda muncul, klik **Change link**.
- Pastikan tombol **Make My Public Profile Visible to Everyone** dipilih. Di bawah tombol tersebut, pastikan kotak **Post & Activities** dicentang.

- ☐ Make my public profile visible to no one
- ☒ Make my public profile visible to everyone
 - ☒ Basics (required) 
 - ☒ Picture
 - ☐ Your connections 
 - ☒ Your network 
 - ☐ All LinkedIn Members
 - ☐ Public 
 - ☒ Headline
 - ☒ Posts & Activities
 - ☒ Summary

- Terakhir, simpan pengaturan dan Anda bisa mulai membuat posting untuk semua orang di LinkedIn.

Source:

<https://www.socialmediaexaminer.com/linkedin-engagement-how-to-improve/>
<https://unsplash.com/>