



FORMULA **facebook^f** **Organic** **Marketing**

3 Formula Promosi
pakai facebook pribadi

PT KAMPUSNYA PENGUSAHA HIJRAH

Jl. Pandega Marta No 78 Sinduadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta 55284

Bismillahirrahmanirrahim

E-book ini diperuntukkan bagi:

1. Yang mau serius dan bersungguh-sungguh
Bagi yang tidak yakin dan masih bermalas-malasan, kami sarankan untuk tidak membaca ebook ini. Ebook ini hanya cocok bagi mereka yang siap belajar dan antusias untuk mengimplementasikan ilmunya.
2. Baru memulai atau sedang menjalani bisnis
Baik yang baru memulai maupun sedang menjalankan bisnis, materi dalam ebook ini sangat cocok untuk keduanya. Bagi yang baru memulai akan lebih siap untuk membangun bisnisnya, sementara yang sedang menjalankan bisnisnya akan dapat meningkatkan bisnisnya.
3. Yang ingin berhijrah
Karena berbisnis tidak hanya tentang rugi dan laba, tapi juga tentang surga dan neraka. Bagi baru saja memutuskan untuk berhijrah, ebook ini akan membantu untuk meng-upgrade bisnis kita secara syari'ah. Apabila belum berpikir untuk berhijrah, mungkin ebook ini juga bisa jadi jawabannya.

DAFTAR ISI

APA ITU FACEBOOK ORGANIC MARKETING	4
KONSEP DASAR FACEBOOK ORGANIC	6
Konsep #1: Target Pasar	6
Konsep #2: Interaksi	4
FORMULA FACEBOOK ORGANIC MARKETING	14
Formula 1: KONTEN	10
Formula 2: KESAN	24
Formula 3: KONSISTEN	27

APA ITU FACEBOOK ORGANIC MARKETING?

Sebelum mengetahui lebih jauh mengenai promosi, pemasaran dan kawan-kawannya, mari kita kupas terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan facebook organik. Facebook organik itu sendiri adalah akun-akun pribadi yang dimiliki seseorang dan tidak membayar alias gratis. Ya, cuma perlu bayar kuota internetnya aja sih. Orang-orang yang melihat posting tidak membayar dari halaman facebook kita di layarnya, dapat dikatakan sebagai jangkauan organik atau organic reach. Jadi semakin banyak orang yang melihat postingan kita, semakin luas jangkauannya.

Nah, jika menambahkan kata “marketing” di belakangnya, maka frase tersebut disebut sebagai salah satu strategi promosi online dengan menggunakan akun facebook pribadi. Kita tidak perlu khawatir dengan keterbatasan biaya yang kita miliki, mau tidak punya uang sekalipun, kita tetap bisa promosi kok! Cuma butuh ide dan kreativitas tanpa batas aja untuk membuat konten yang menarik konsumen.

Sampai sini paham?

Jadi, yang dipromosikan tuh apa sih?

Langsung unggah foto-foto produk kita aja gitu? No!

PENTING: Menjual diri sendiri sebelum menjual produk

Karena kita menggunakan akun pribadi, dimana akun itu merupakan representasi dari diri kita, jadi buatlah orang-orang atau pengikut kita mengenal siapa kita. Mengapa?

Kalau kita langsung berjualan dengan akun pribadi kita, berharap langsung laku keras dan banyak yang tertarik, tentu itu hanya akan menjadi angan-angan. Orang-orang pasti dalam hati “Siapa sih ni orang?”

Karena pada dasarnya Facebook merupakan media sosial, maka sudah barang tentu kita harus menggunakan Facebook sebagaimana senatural mungkin, alami, layaknya kita melakukan pertemanan dan kegiatan-kegiatan sosial yang dapat diwakilkan dalam dunia maya seperti menyapa teman, berinteraksi, saling berkomentar dan ber kirim pesan, gambar bahkan video.

Kalau langsung jualan, tidak ada yang mau langsung percaya. Gimana mau percaya, kenal aja engga?

Jadi, kebanyakan orang akan mengenal terlebih dahulu penjualnya, lalu suka, merasa nyaman, dan insyaaAllah mereka percaya untuk mengeluarkan uang serta membeli produk kita. Nah, kalau udah gitu yuk kita mulai! Baca sampai tuntas biar ilmunya juga ngga setengah-setengah ya!!!

KONSEP DASAR FACEBOOK ORGANIC

Di dalam facebook organic, terdapat 2 konsep dasar untuk menjadikan facebook sebagai media promosi yang berhasil. Kuncinya adalah melaksanakan kedua konsep ini untuk memberikan hasil yang maksimal.

Konsep #1: Target Pasar

Tentukan siapa target pasarmu? Tentukan dan pastikan bahwa akunmu telah berteman dengan target pasar yang kita inginkan. Ini adalah langkah paling pertama untuk mencapai keberhasilan facebook organic marketing kita.

Mengapa harus berteman? Karena kemungkinan besar, orang-orang yang telah menjadi teman kita adalah calon konsumen potensial kita saat ini. Ada kemungkinan besar mereka tertarik

dan membeli produk kita ketika kita mengunggah konten di facebook kita.

Sebenarnya, setiap produk itu memiliki pasar yang spesifik. Anak SMP tidak mungkin membeli produk yang dibutuhkan oleh orang tua. Sangat kecil kemungkinannya, kecuali jika diperuntukkan sebagai hadiah.



Sumber: <https://grapadikonsultan.co.id/4-variabel-segmentasi-dan-target-pasar/>

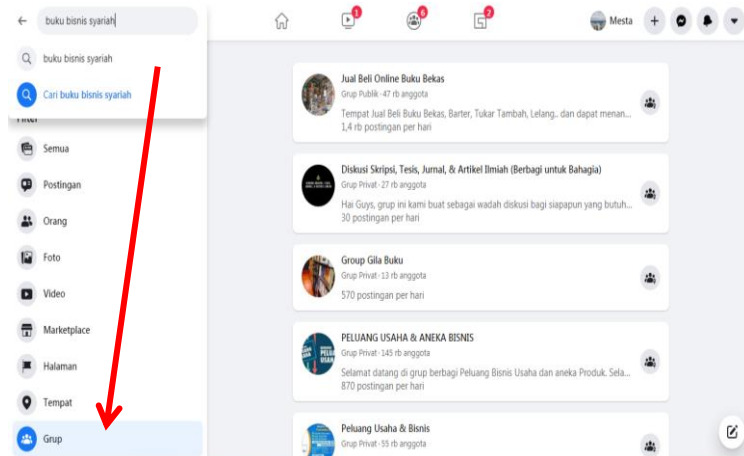
Jadi, jika kita promosi produk kita di depan orang-orang yang bukan target pasar kita, kecil kemungkinannya mereka akan tertarik dan membeli produk kita.

Kalau target pasarnya “semua orang bisa kok jadi target pasar”

Padahal menjual ke semua orang bukan berarti bisa menjual ke siapa saja. Kalau mau tetap diusahakan untuk menjangkau semua orang, ya silahkan. Tapi jangan mengeluh kalau tidak meningkat signifikan ya! Jangn mengeluh kalau cuma dapet capeknya aja 😊

Ada banyak cara untuk mencari target pasar kita di facebook, salah satunya adalah:

1. Unggah konten menarik di profil kita. Jangan biarkan profil kita kosong ketika kita sudah menambah pertemanan di facebook dengan target pasar kita. Seperti bala tentara yang sedang berperang tapi ngga bawa senjata. Sudah tau gimana nantinya kan?
2. Carilah target pasar sesuai dengan produk kita. Cari di kolom search. Misalnya kelas bisnis online, karena produk yang ditawarkan adalah kelas online bisnis syariah.



3. Setelah itu pilih grup/ halaman fanpage dengan jumlah interaksi yang banyak dan waktu posting paling lama 1 bulan.



4. Kita bisa menambahkan pertemanan dengan orang-orang yang menyukai dan menulis komentar pada posting di grup tersebut
5. Lakukan secara konsisten setiap hari, dengan maksimal penambahan teman 50 orang setiap harinya agar tidak diblokir oleh pihak facebook.

Mengapa harus repot-repot berteman dengan banyak orang?

Karena semakin besar jangkauan pertemanan kita, semakin banyak pula orang yang menerima promosi kita, semakin besar pula kemungkinan hasil yang di dapatkan.

Penawaran kepada 10 orang tentu akan berbeda hasilnya jika penawaran dilakukan kepada ribuan orang.

“Semakin luas pertemanan kita, semakin banyak target pasar kita. Semakin besar peluang hasil yang didapatkan.”

Konsep #2: Interaksi

Hal yang bisa dilakukan selanjutnya adalah berinteraksi dengan teman yang menjadi target pasar kita.



Sumber: https://jdih.bogorkab.go.id/produk_hukum/pusat

Pada dasarnya, menambahkan pertemanan dengan target pasar berarti mengumpulkan cold market dalam suatu wadah. Ya, wadah itu adalah akun pribadi kita.

Cold market adalah orang-orang dalam target pasar kita yang tidak mengetahui siapa kita, apa produk kita, dan belum pernah melakukan transaksi apapun dengan kita.

Setelah menambahkan pertemanan, mereka bisa saja tidak menerima permintaan itu karena tidak mengenal kita. Apakah berhenti sampai disini? Tidak, jika kita berhenti, upaya yang sedang kita lakukan ini akan sia-sia.

Langkah berikutnya adalah menjadikan cold market menjadi warm market.

Warm market adalah orang yang pernah berinteraksi dengan kita namun belum bertransaksi atau membeli produk kita.

Mengapa harus diubah menjadi warm market?

Kebanyakan orang mengambil langkah yang salah dimana mereka terlalu bersemangat untuk berjualan setelah berteman dengan target pasar. Hasilnya? Posting disukai oleh teman-teman kita saja sudah cukup bersyukur.. Iya atau iya? Hehehe

Setelah berhasil berteman, bangun interaksi kita dengan target pasar tersebut. Buat akun facebook kita **dikenal** terlebih dahulu.

Kita membutuhkan interaksi karena akan mendekatkan kita dengan target pasar kita dan membantu menguatkan keputusan mereka untuk membeli produk kita.

Caranya bagaimana?

Membuat kita terlihat berbeda dari yang lain. Produk boleh sama, tapi setelah **dikenal** kita akan lebih **dilirik** oleh mereka.

Agar kita tidak dilewati begitu saja, kita bisa memancing perhatian mereka. Gimana tuh? Lagi-lagi dengan interaksi. Kita bisa **“like, comment and share”**. Setiap target kita mengunggah

posting, spam dengan like. Like aja semuanya! Jangan pelit. Mumpung like masih gratis hehehe.



Sumber: https://www.freepik.com/premium-vector/button-icons-like-social-media-sites-long-shadow-that-looks-simple_5133429.htm

Selain itu, jika posting mereka memancing komen, ya komen. Kita juga bisa **mention namanya** untuk memberi kesan. Postingnya layak dishare? Share sekalian! Kita harus terus bergerak untuk memancing perhatian mereka.

Jadikan facebook sebagai wadah bersosialisasi dan membangun pertemanan seluas-luasnya.

Selain itu ada manfaat lain saat melakukan interaksi di facebook, yaitu edgerank.

Secara sederhana begini. Tidak semua postingan dari teman kita masuk ke dalam beranda kita. Facebook hanya menampilkan postingan teman-teman yang masuk ke dalam edgerank kita. Facebook sudah menyusun postingan mana yang akan muncul.

Hal ini juga berlaku di target pasar kita. Bisa saja ketika mereka online, mereka tidak melihat posting kita karena alasan edgerank ini.

Itulah mengapa interaksi menjadi penting disini. Semakin sering kita berinteraksi dengan sebuah akun atau sebaliknya, maka disanalah sistem edgerank akan bekerja. Setelah terbentuk edgerank, posting kita akan didahulukan muncul di halaman beranda target pasar kita. Wah malah jadi dibantu sama facebook kan kalau gitu?

**“Semakin banyak interaksi,
semakin dekat dengan target pasar”**

Jadi inilah 2 konsep dasar yang harus dipahami sebelum menggunakan facebook pribadi sebagai media promosi bisnis kita.

1. Target Pasar
2. Interaksi

Apabila kedua hal ini tidak dilakukan, semenarik apapun produknya tetap akan sulit laris. Jadi, jangan lupa dengan 2 konsep dasar ini ya!

Dan...jangan lupa berdo'a kepada yang Maha Memberi Rezeki dan Segala Kemudahan. Selain mendekatkan diri kepada target pasar, dekatkan diri juga kepadaNya😊

Sekarang, mari kita lanjut!

FORMULA FACEBOOK ORGANIC MARKETING

Ketika orang-orang bertanya, gimana sih cara mengoptimalkan promosi di Facebook? Ada ilmu atau tipsnya ngga? Jawabannya, ya ilmu facebook marketing yang sudah ada saja. Itu-itu aja. Hanya ada konsep dasar, sementara penerapan dan pencapaian tiap pengguna akan berbeda-beda tergantung penggunaanya itu sendiri.

Berdasarkan pengamatan dari keberhasilan para pengguna yang berjualan produknya di facebook pribadi, terdapat pola yang sama dan dilakukan secara berulang. Pola ini kami menyebutnya dengan Formula Facebook Organic Marketing.

Apa tuh formulanya?

Mudah diingat dan dipraktikkan! Formula ini disebut dengan 3K atau K-K-K.

- ✓ K : Konten
- ✓ K : Kesan
- ✓ K : Konsisten

Mari kita bahas pelan-pelan. Pokoknya sampai paham!

Formula 1: KONTEN

Kalau menurut KBBI, konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Secara sederhana, segala hal yang kita posting di media sosial (dalam hal ini facebook) itu adalah konten, baik foto, video, tulisan, dan status yang kita buat.

Hasil yang akan terlihat dari konten ini akan dapat membedakan antara facebook yang berhasil dengan facebook belum berhasil. Para expert bisnis yang menggunakan facebook untuk berbisnis tentu sangat berhati-hati dalam membuat dan mengunggah konten. Tidak bisa sembarangan.

Mengapa?

Kesalahan sedikit pada posting, dampak buruknya bisa sangat fatal. Tapi jika memiliki daya tarik besar, tentu dampak baiknya juga bisa sangat besar.

Ada berbagai tipe pengguna facebook, ada yang menjadikan facebook sebagai wadah pembuangan, ada yang senang membagikan pengalaman atau kegiatan yang sedang dilakukannya (hati-hati ya bisa mengarah kepada perbuatan riya' jika berlebihan), ada yang senang membangun jejaring/ berkomunikasi dengan teman serta kerabat, dan ada yang menggunakannya sebagai media promosi.

Mereka yang menjadikan facebook sebagai wadah pembuangan, ya semuanya dibuang ke facebook. Lagi marah, update status jengkel. Ini bisa terjadi jika kita tidak bisa mengontrol diri dan berhati-hati. Bisa jadi ketika kita kesal dengan pelanggan, kita tidak sadar mengunggah kekesalan itu di facebook kita.



Sumber: <https://wizemarketer.com/facebook-stories-the-future-of-social-media/>

Nah kalau udah gitu, siapa yang rugi?

Kita rugi, Bisnis kita juga rugi.

Ibaratnya facebook adalah wajah kita saat ini, jika kita menunjukkan keburukan di depan banyak orang, tidakkah kita malah akan dijauhi?

Hati-hati ya...

Jadi apa aja sih yang bisa kita bahas di facebook?

Ada 3 hal:

1. Konten **Produk**. Kita dapat mengunggah segala macam konten yang berhubungan dengan produk kita.



HIJRAH ACADEMY
Akademi Bisnis Syariah-Profesional
terlengkap pertama di Indonesia

BELAJAR BISNIS LOGIN KE
WWW.HIJRAHACADEMY.COM

50+ KELAS

ONLY 100K /TAHUN

TERSEDIA LENGKAP UNTUK ANDA

- CALON PENGUSAHA INGIN MEMULAI BISNIS SYARIAH
- MANTAN BANKIR ATAU PEKAWAI YANG DI PHK
- PENGUSAHA INGIN MENG-UPGRADE BISNIS SYARIAH KE PROFESIONAL
- PENGUSAHA INGIN BISNISNYA STANDAR GLOBAL

Jl. Pendega Marta, No.78, Siemen, YK | @ hijrahacademy | 0877 0055 4099

Yudha Adhyaksa
19 Januari · 🌐
PROMO "NEW NORMAL"

Sattt... Ada Promo "NEW NORMAL" dari Hijrah Academy "Kampusnya Pengusaha Hijrah".

Kalau dulu bayar 100 K cuma langganan 1 bulan, nahh sekarang 1 TAHUN FULL!

Kamu yang sedang sibuk jalanin bisnis atau baru merintis punya waktu lebih buat belajar supaya meroket bisnisnya

5 KEUNGULAN KELAS
Semua ini bisa Anda dapatkan 100 K setahun!
1 Pelatihan terlengkap ilmu bisnis Syariah dan Profesional
2 Pelatihan terbanyak 70+ Kelas dengan total 300+ Materi
3 Pelatihan termurah 100 K untuk 1 tahun atau Rp.274 / hari!
4 Pelatihan membership pertama hingga 1 TAHUN!
5 Kualitas materi senilai 50 juta! Bersumber training hotel, buku import

Kelas Hijrah Academy cocok sekali untuk Anda yang :

Contoh Konten Produk Kelas



SPIRIT TAHUN BARU

Buku ini ditujukan untuk Anda yang ingin kembangkan usaha dari rumah, online

Diskon 30%

BERILMU 100.000 BERBISNIS

Rp 105.000* ~~Rp 150.000~~
Rp 126.000* ~~Rp 180.000~~

Berlaku sampai 6 Januari 2021 | WWW.HIJRAHACADEMY.COM +gratis ongkir seluruh Indonesia

Yudha Adhyaksa
5 Januari · 🌐
PROMO AWAL TAHUN 🎉

TINGGAL 1 HARI LAGI!
CUMA 1 TAHUN SEKALI LHOO!

WAH, APA NIH??
Hijrah Academy kasih diskon buku 30% 🙌

BUKU APA EMANGNYA?
Ini loh buku rekomendasi buat kamu yang pengen tau lebih jauh tentang riba dan juga buku wajib bagi para pebisnis 🙌

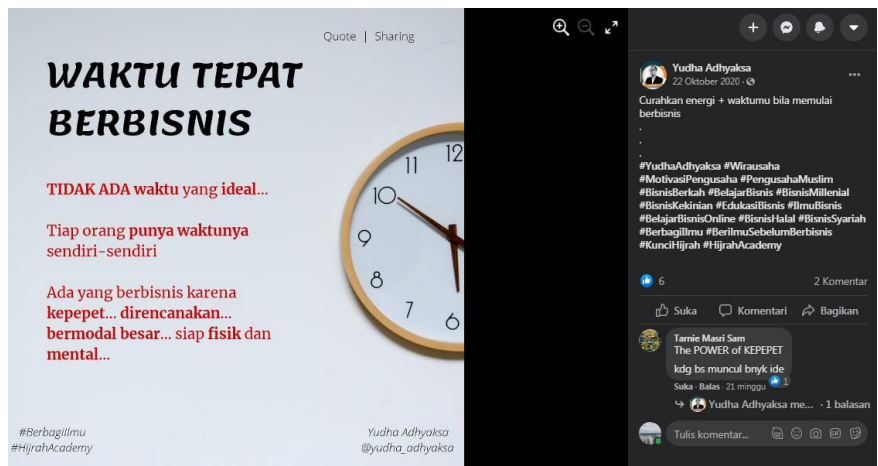
BERAPA HARGANYA?
Murah aja kok buat buku sebgus dan sedaging ini, yaitu Rp105.000 buat Buku Kunci Hijrah dan Rp126.000 buat Buku Berilmu Sebelum Berbisnis. Itu harga setelah diskon ya 🙌

ONGKIRNYA GIMANA?
Ohh tenang... Kamu nggak usah pusing mikirin ongkirnya. Kita bebas ongkir ke seluruh Indonesia kok. Nyenengin banget kan? 🙌

Sattt... Ada bonusnya juga loh kalau kamu beli buku-buku ini. Kamu bakal dapat bonus yang

Contoh Konten Produk Buku

2. Konten untuk **Target Pasar**. Gimana tuh maskudnya?
Buat konten yang menarik untuk target pasar kita.



3. Konten **positif lainnya**. Ya, biar terlihat masih hidup, bolehlah sekali-sekali unggah tentang keseharian kita dan berbagi ilmu yang kita miliki kepada orang lain. Yang penting semuanya positif dan bermanfaat ya!

Fungsinya apa sih?

Kenapa harus kayak gitu?

Buat memberikan kesan ke Target Pasar kita.

Salah satu kesalahan yang tidak disadari oleh banyak orang adalah, mereka tidak mengelola konten pada akun mereka. Tidak ada tema yang terstruktur. Selalu berganti-ganti konten. Untuk menciptakan variasi agar tidak bosan, tentu saja boleh. Namun kita tetap memerlukan 1 tema utama dalam konten kita.

Jadi nantinya, facebook kita akan memperoleh peningkatan feedback.

Jangan sampai kita seperti itu ya!

“Kualitas konten yang baik akan menciptakan kemudahan dalam promosi”

Ngga punya ide?

Sulit menulis, apa lagi ngga punya ilmu memotret..

Membuat konten adalah sebuah tantangan. Tapi tantangan bisa ditaklukan jika kita banyak **berlatih**. Semakin sering kita membuat konten, semakin banyak pengalaman dan kesalahan yang kita buat. Kok kesalahan?

Ya setelah banyak salah, kan pasti jadi banyak belajar dan menjadi lebih baik. Hingga di satu titik nanti kita dapat menciptakan konten yang bagus.

Konten di bagian ini adalah konten tentang jualan ya.

Tapi, kalau semua platform jadi konten jualan gimana? Bio sampai status harian isinya jualan semua? Apakah jelek?

Tidak juga. Tapi bisa jadi hal itu akan membuat orang lain tidak nyaman berhubungan dengan dia. Rasanya, kok jualan terus sih. Hati-hati, ini bisa berdampak buruk bagi bisnis kita!

Jadi rajin-rajinlah membuat konten. Adakah tips dalam membuat konten?

Jawabannya: **Coba buat aja dulu!!**



Sumber: <https://www.ainorfield.com/creating-world-map/>

Bagi kita yang baru saja menggunakan facebook, kita bebas berkreasi untuk menulis atau mengunggah gambar maupun video apapun.

Masuk ke facebook, resapi perasaan kita, dan jika sudah memperoleh rasanya, langsung tulis jika itu berhubungan dengan bisnis kita! Coba unggah 1 dulu, lalu lihat responnya. Kan, jadi tau apa yang disukai oleh target pasar kita.

Bagi yang sudah lama menggunakan facebook, jangan kebanyakan berpikir! Membuat konsep konten jangan terlalu lama, setelah ada ide langsung eksekusi! Yang penting posting!

Berantakan? Masih merasa jelek kualitasnya? Ngga apa-apa. Sangat tidak apa-apa. Keberanian kita untuk memulai sudah sangat bagus. Seiring berjalannya waktu, kualitas kontennya

akan semakin membaik. InsyaaAllah, tapi dengan syarat kita mau belajar terus.

Ada lagi tips lainnya?

Mencari referensi sebagai **sumber ide**.



Sumber gambar: <https://www.onlinewebfonts.com/icon/452569>

Sebagian besar, orang-orang akan mengerahkan seluruh kapasitas otak mereka ketika hendak memposting sesuatu. Mengingat dan menggali ide dengan berpikir keras. Tapi ketika mau dituangkan, membuka profil, sudah siap menulis, eh lupa mau menulis apa.

Terlalu banyak ide dan hal yang dipikirkan, sehingga membuat kerja otak menjadi tidak urut. Jadi gimana?

Otak diciptakan untuk mengingat dan mengolah segala sesuatu yang kita peroleh dari aktivitas panca indera kita. Jadi jika ingin membuat sesuatu, dekatkan diri dengan sumber ide. Setelah dapat idenya, segera olah.

Apa itu sumber ide?

Sumber ide disini mengarah pada segala sesuatu yang memberikan informasi atau gagasan kepada kita.

Sumber ide ini bisa diperoleh dari membaca buku, artikel, menonton video atau film, berkomunikasi dengan orang, dan lainnya.

Bahkan, membaca berita dari koran pembungkus kacang rebus yang dibeli di pinggir jalan juga bisa menciptakan ide lho!

Kita juga bisa melakukan **survei** kepada teman-teman facebook kita, **konten** apa yang ingin mereka baca atau produk baru apa yang ingin mereka lihat di facebook. Dengan begitu kita akan bisa menentukan **preferensi pasar** kita.

Mendekatkan diri dengan sumber ide, bukan berarti meng-copy paste karya orang lain ya!

Kebanyakan pebisnis online yang berhasil, melakukan modifikasi dari ide yang sudah ada. Bukan menjiplak ide tersebut.

Padahal copy-paste ini mudah dan praktis. Kenapa sih ngga boleh?



Sumber: <http://aksesdataseru.blogspot.com/2013/07/dilarang-copy-paste-artikel-website.html>

Pertama, selain telah diatur dalam hukum negara, waduh, copy paste ini akan **membatasi kreativitas seseorang**. Dia hanya bisa menjiplak karya orang lain dan tidak akan pernah bisa membuat konten yang berkualitas.

Ngga bisa bikin konten berkualitas, tentu akan membuat kualitas bisnisnya berubah atau justru semakin memburuk. Selain tidak berkah, orang yang kita jiplak kontennya pun juga tidak ridho. Lantas, apakah Allah juga akan meridhoi kita jika jalan yang kita tempuh masih tidak jujur?

Buatlah sealami mungkin dan seorisinil mungkin.

Tips lainnya harus dipikirkan dalam merancang konten yaitu:

Buat mereka ingin kembali ke halaman kita, kemudian mengklik like dan share pada postingan kita. Buatlah konten kita menjadi **alasan** agar mereka menunggu posting kita.

Selain itu, buatlah konten yang **percaya diri**. Maksudnya? Jika kita menawarkan produk, percaya dirilah bahwa produk dan

layanan yang kita tawarkan lebih unggul dari milik lapak lain. Kita harus yakin bahwa ide kita lebih baik, sehingga dapat meyakinkan target pasar kita. Kita tidak bisa buat mereka mempertimbangkan produk dari lapak lain!

Kita juga bisa menandai teman, keluarga, atau kerabat kita untuk terlibat dalam konten kita. Sese kali **tag (tandai)** mereka dalam posting yang kita lakukan. Dengan begitu, akan semakin luas jangkauan yang dapat kita capai.

Yuk, lanjut ke formula selanjutnya!

Formula 2: KESAN

Kesan yang dimaksud disini adalah kesan yang terdapat pada diri seseorang untuk target/audiens mereka. Kesan ini disebut sebagai personal branding. Personal branding juga dapat disebut sebagai praktik memasarkan seseorang dan karirnya sebagai sebuah merek (brand).



Sumber: <https://swaragamatc.com/2018/05/14/personal-branding-bukan-sekedar-pencitraan/>

Jadi ketika menggunakan facebook, personal branding merupakan hal yang penting untuk diperhartikan. Mengapa demikian?

Karena personal branding akan membuat kita lebih menonjol, lebih terlihat, lebih menarik, dan lebih-lebih yang lainnya.

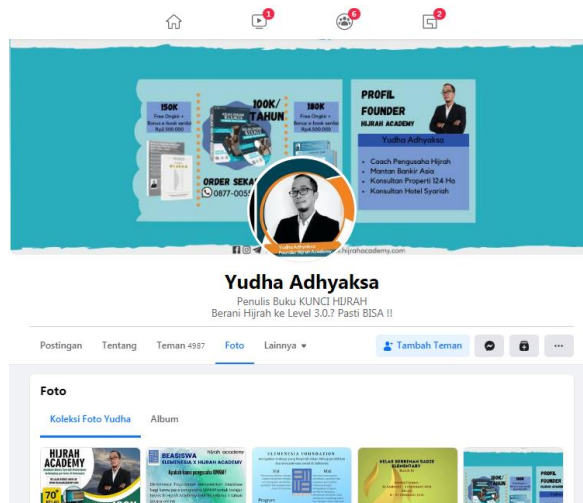
Seperti bahasan sebelumnya, personal branding yang bagus akan membuat produk kita lebih diminati daripada produk lain yang sejenis. Target pasar akan sadar dengan eksistensi kita, dan menunggu-nunggu setiap konten yang akan kita unggah.

Lalu bagaimana caranya?

Pertama, berhati-hati dengan konten yang kita buat. Konten akan menunjukkan **siapa diri kita**. Konten kita = diri kita.

Jadi, apa yang mau kita unggah adalah pengenalan yang kita lakukan kepada target pasar kita.

Jika mau lebih mudah, cukup jadi diri sendiri dan menampilkan diri kita yang sejati. Meskipun bisa saja, kita membangun karakter yang berbeda dengan kita untuk kebutuhan konten. Namun, itu akan sangat menguras energi.



Kemudian, kita mau dikenal sebagai...

- ✓ Teman yang menyenangkan?
- ✓ Teman menyenangkan yang menjual produk X?
- ✓ Teman setia yang suka menolong?
- ✓ Teman yang ahli di bidang X?
- ✓ Atau apa?

Mengapa disebut sebagai teman, karena personal branding itu akan dapat terlihat jika kita sudah menjadi teman bagi orang lain. Kalau baru kenal 1-2 jam, namanya impresi saja (first impression). Belum kenal secara mendalam.

Jika kita bisa menjawab pertanyaan di atas, maka kita bisa mulai menentukan aktivitas kita di facebook. Tentu tidak jauh dari apa yang ingin merek yang kita harapkan tadi.

Ingin dikenal sebagai teman yang menyenangkan? Maka isi konten kita juga harus memuat hal-hal yang menyenangkan. Spread the positivity and happiness..

Lalu yang kedua, apa yang membuat kita berbeda dengan orang lain? **Temukan ciri khas diri kita!**

Apa yang kamu miliki tapi tidak dimiliki oleh orang lain?

Semakin berbeda dan unik diri kita, akan semakin besar peluangnya untuk mendapatkan kesan dari target pasar kita.

“Cari tahu apa yang baik dari diri kita yang bisa diperlihatkan.

Semakin otentik kita, semakin banyak orang yang mau menghargai kita.”

Menuju formula terakhir!

Formula 3: KONSISTEN

Konsisten buat apa sih?

Formula-formula yang kita telah bahas sebelumnya juga berkaitan dengan konsisten. Jika tidak konsisten, ya siap-siap ngga berhasil aja hehe. Jadi konsisten ini menjadi formula pelengkap yang dapat mendukung keberhasilan bisnis kita.

Penentu berhasil atau tidaknya tetap dari kuasa Allah SWT Iho ya.

Kita hanya bisa berusaha.

Ilmu Facebook organic marketing ini sederhana, namun ternyata tetap ada yang gagal. Mengapa?

Karena tidak konsisten.

Mengapa konten kita tidak mendapat feedback sebanyak konten di akun sebelah?

Karena kita tidak konsisten seperti akun sebelah.

Lagi-lagi semuanya butuh proses. Di awal perjuangan kita untuk membangun personal branding, mungkin belum banyak yang mengenal kita. Namun seiring berjalannya waktu, dengan konsistensi yang terus diterapkan, lama-lama orang-orang akan mengenal dan menyadari keberadaan kita.

Bersabar dan teruslah **membuat konten secara konsisten**.

Secara bertahap, kita akan belajar membuat konten yang mendapat like, comment dan share. Tidak instan dan bukan bakat. Semuanya akan diperoleh jika kita melakukannya dengan konsisten.



Sumber: <https://www.kompasiana.com/kan9/5eb87916097f366df91a2c12/bagaimana-trik-menjadi-pribadi-yang-disiplin-dan-konsisten>

Bosan?

Iniilah yang membuat orang gagal melakukannya. Hanya sebagian kecil yang mampu bertahan untuk konsisten. Jadilah bagian dari mereka! Suatu saat akan ada momen 'AHA!' dimana brand kita dikenal dan terobosan demi terobosan terjadi.

Apakah ada tipsnya agar dapat konsisten?

Kita harus punya alasan mengapa kita melakukan hal tersebut.

Misalnya, ketika kita bekerja, apa yang membuat kita bertahan di suatu pekerjaan? Apakah karena harus menghidupi keluarga, meningkatkan skill, menambah pengalaman, atau memperluas jaringan kerja? Semua orang memiliki alasannya.

Sama halnya dengan berbisnis, apa yang membuat kita terus menjalankan bisnis dan promosi setiap harinya?

Jangan lupa, alasan utamanya harus tetap untuk mencari ridho Allah SWT ya. Agar segala hal yang kita lakukan secara konsisten ini juga menjadi berkah dan memberikan keberhasilan di dunia maupun di akhirat.

Aamiin.

PROFIL PENULIS



Maryam Fitriana merupakan lulusan program studi Kehutanan UGM, yang tertarik mendalami bidang jurnalistik.

TEMUKAN HIJRAH ACADEMY DI?



Visit Our Website
www.hijrahacademy.com



Follow Us on Instagram
[@hijrahacademy](https://www.instagram.com/hijrahacademy)
[@yudha_adhyaksa](https://www.instagram.com/yudha_adhyaksa)



Join Us on Facebook Fanspage
Hijrahacademy
Yudha Adhyaksa



Subscribe Our Youtube Channel
Hijrah Academy
Yudha Adhyaksa



Follow Us on Telegram Channel
t.me/hijrahacademy



Contact Us
0856 0102 2588



E-mail
hijrahacademyindonesia@gmail.com

