

FPP BizNewz

January – May 2022

MANAGEMENT • INVESTMENT • ECONOMICS • ENTREPRENEURSHIP • TECHNOLOGY

**Mengapa Pelaburan
Emas Menjadi Pilihan?**

Telur Mana Telur?

*you
are
what
matters*

**An Affair of Online
Learning and Covid-19**

**Pembasmian Kemiskinan Dalam RMK
Ke-12**

Bukit Harimau Menangis
Tarikan Pendakian di Kemaman



Publication Date
30 June 2022

Photo by Marek Levák on Unsplash

TEKNIK PEMASARAN YANG MEMIKAT HATI ONLINE USERS

cara menangani
masalah pengguna
internet dengan
attention span yang
pendek

Oleh:

¹Nur Syikri Harun, ²Fathiyah Ismail

¹Akademi Pengajian Bahasa, Universiti
Teknologi MARA Cawangan Terengganu

²Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti
Teknologi MARA Cawangan Terengganu

Apabila melibatkan perniagaan online, para pemasar Internet tidak dapat lari daripada menggunakan strategi pemasaran tertentu. Dalam memasarkan produk dan perkhidmatan di pasaran online, pelbagai cara digunakan oleh Internet marketers (pemasar-pemasar Internet).

Seperti diketahui umum, pelbagai platform media sosial seringkali digunakan oleh peniaga-peniaga online untuk memuat naik iklan-iklan mereka dan menulis ayat-ayat jualan mereka. Tidak kurang juga ada yang menggunakan pentas jualan secara 'live' menerusi media sosial untuk menstimulasi pemasaran mereka menggunakan Facebook Live, YouTube Live, TikTok,

Instagram, dan sebagainya.

Menurut tren terkini, pemasaran produk dan perkhidmatan yang ditawarkan secara online kini menggunakan video pendek, dikenali sebagai Short Form Video atau SFV, untuk melipat gandakan lagi pemasaran mereka. Ini berikutan, menurut banyak kajian, orang ramai, khususnya para muda belia masa kini, menghadapi masalah rentang perhatian atau 'attention span' yang secara relatifnya lebih pendek berbanding generasi-generasi sebelum mereka. Sebagai contoh, kita tahu bahawa generasi masa kini amat berkait rapat dengan penggunaan gajet dan peranti elektronik seperti telefon bimbit, laptop, dan sebagainya. Generasi ini dikenali sebagai generasi yang menjadi sebahagian besar golongan netizen yang menjadi pengguna dalam talian (online users).

Oleh kerana terdapat berbilion maklumat baharu yang mendominasi platform media sosial pada hari ini, para muda belia selaku pengguna atas talian ini 'terpaksa memilih' maklumat-maklumat tertentu, iaitu dengan mental (scroll) skrin gajet mereka dengan kadar yang pantas. Ini kerana setiap maklumat yang dihidangkan di pentas Internet terlalu banyak.

Oleh itu, untuk menarik perhatian mereka, para Internet marketers perlulah menggunakan kreativiti mereka di samping mengaplikasikan teknik-teknik tertentu untuk menghasilkan video jualan yang lebih padat dan menarik. Antaranya adalah dengan menggunakan video TikTok yang telah dilancarkan oleh ByteDance pada 2017 untuk pengguna-pengguna iOS dan Android. Sehingga kini, TikTok dikenali sebagai aplikasi yang paling banyak dimuat turun berbanding media sosial lain.

Menurut Irfan Khairi, salah seorang peneraju pemasaran Internet terkemuka di Malaysia, penggunaan SFV menggunakan aplikasi TikTok telah menjadi tren

semasa dibandingkan dengan platform media sosial lain seperti Facebook, YouTube, Instagram, dan Twitter.

Bahkan, disebabkan tren terbaharu yang diperkenalkan oleh TikTok ini, media sosial lain turut memperkenalkan saluran video pendek gaya mereka sendiri. Misalnya, YouTube telah memperkenalkan video pendeknya, dikenali sebagai Shorts, manakala Instagram juga cuba bersaing dengan kemunculan TikTok dengan memperkenalkan video pendeknya, dikenali sebagai Reels.

Video pendek yang dihasilkan oleh Internet marketers melalui aplikasi-aplikasi disebutkan di atas lebih efektif dan berdaya saing berbanding platform-platform yang menawarkan saluran video secara live kerana ia lebih 'memahami jiwa' para pengguna atas talian yang dahagakan paparan video singkat berikutan ia lebih digemari kerana mesej yang disampaikan lebih 'direct' dan tidak mengambil masa yang panjang. Oleh itu, ia dapat menyelesaikan masalah pengguna-pengguna dalam talian yang mengalami masalah attention span yang pendek; dianggarkan hanya 8 saat tempoh maksimum dihabiskan untuk menatap skrin gajet dalam satu-satu masa. Tempoh masa ini adalah lebih pendek berbanding daya tumpuan seekor ikan emas (9 saat)! Mengejutkan bukan?! Inilah fakta.

Kenapakah video pendek TikTok lebih digemari ramai? Mungkin ramai ingin mengetahui rahsia di sebalik aplikasi ini. Sebenarnya, SFV yang seringkali sinonim dengan aplikasi TikTok ini mengandungi cerita pendek yang kurang 1 minit. Bahkan, video sependek 30 saat atau 20 saat, menurut beberapa kajian, lebih efektif dan menjadi kunci kepada viralnya video yang dihasilkan berbanding video panjang yang ditimbuni pelbagai informasi yang tidak mungkin dapat dihadap penonton-penonton dalam talian.

Namun, ada juga yang mungkin

bertanya sebab apa video kena pendek? Jawabannya telah disebutkan di atas; kerana informasi di Internet terlalu banyak. Kalau kita perhatikan semasa kita masih kecil, dahulu ada tiga saluran (channels) di kaca televisyen. Namun, sekarang terdapat ribuan saluran yang ditawarkan oleh penyedia perkhidmatan TV berbayar seperti Astro atau aplikasi Internet seperti Netflix dan Viu yang menawarkan pelbagai saluran dan genre filem dan drama online.

Terkadang, disebabkan terlampau banyak saluran filem yang ditawarkan dengan harga yang berpatutan, kita mengalami masalah 'memilih' filem apa yang patut ditonton. Ini berikutan maklumat dan informasi yang terlampau banyak yang kalau dicetak di atas helaian kertas bersaiz A4, jika disusun dari permukaan bumi ke bulan, anda akan dapati timbunan helaian kertas A4 tersebut boleh sampai ke permukaan bulan sebanyak 25 kali!

Oleh itu, tidak hairanlah daya tumpuan manusia menjadi semakin singkat kerana informasi yang datang kepada kita terlalu

banyak. Oleh kerana itu, maka penghasilan dan penggunaan video pendek ini sangat wajar, terutamanya kepada pemasar-pemasar Internet di luar sana yang ingin menarik perhatian prospek-prospek baharu yang akan membeli produk dan perkhidmatan yang mereka iklankan dalam talian. Oleh yang demikian, bagi pemasar-pemasar Internet yang baharu menceburi bidang perniagaan online dan mengembangkan lagi sayap mereka di dunia maya ini, mereka amat digalakkan menggunakan video pendek dan teknik-teknik pemasaran mengikut tren semasa.



BizNewz 2022
Faculty of Business and Management
Universiti Teknologi MARA Cawangan Terengganu, Kampus Dungun
Sura Hujung, 23000 Dungun, Terengganu, MALAYSIA
Tel: +609-8400400
Fax: +609-8403777
Email: biznewzuitm@gmail.com