

## MEDIA SOSIAL

# TREND PEMASARAN DAN LUBUK DUIT

Nur Alia Amirnordin, Hilwana Abd Karim, Tengku Sharifeleani Ratul Maknu Tengku Sulaiman, Norhaniza Md. Akhir, Dr. Nurazilah Zainal, Zarifah Fadilah Ramli dan Iskandar Ariffin

Dapat duit melalui media sosial? Jadi jutawan guna media sosial? Rezeki mencurah-curah kalau guna media sosial? Itu adalah antara persoalan masyarakat terhadap penggunaan media sosial pada masa kini. Facebook, Instagram, Youtube dan Tik Tok antara platform media sosial yang sedang trend di kalangan masyarakat dunia termasuk Malaysia. Dunia kini memerlukan media sosial sebagai cabang utama sumber pendapatan manusia yang mudah di hujung jari. Tidak kira golongan muda atau tua, teknologi ini mampu mengubah cara mencari rezeki dengan lebih mudah dan cepat.

Jual makanan menggunakan Instagram, bersiaran langsung di Facebook mempromosikan baju, guna Youtube buat demonstrasi masakan, menyanyi, menari dan pelbagai cara dilakukan di media sosial untuk menarik minat pelanggan untuk melihat, memberi respon dan seterusnya membeli produk tersebut. Mari kita lihat dan amati beberapa individu yang menjadi luar biasa dengan menjadikan media sosial lubuk duit dalam kehidupan mereka.

### 1. Marques Brownlee (YouTube)

Pemuda berusia 26 tahun dari New Jersey ini mempunyai lebih daripada 13 juta pelanggan dan 700 juta tontonan di saluran Youtubanya MKBH. Brownlee menuntut di Stevens Institute of Technology dan salurannya adalah tentang teknologi. Minat beliau dalam mengulas pelbagai jenis gadget seperti jenis-jenis komputer, telefon pintar, kamera dan banyak lagi telah mendorong beliau untuk lebih serius dan aktif di saluran Youtubanya. Beliau juga pernah diberi peluang dan kepercayaan untuk mewawancara beberapa selebriti terkenal seperti Barack Obama dan Elon Musk (Forbes, 2021).





## 2. Addison Rae Easterling (Tik Tok)

Menurut majalah Forbes, penari berusia 20 tahun ini sebagai TikToker yang berpendapatan paling tinggi setakat ini. Beliau sangat terkenal dengan video tariannya di TikTok dan telah berjaya mendapat kepercayaan untuk bekerjasama dengan beberapa jenama antarabangsa seperti Reebok, American Eagle, dan jenama jam tangan Sweden Daniel Wellington. Kebanyakan video TikTiknya juga turut disertai oleh ahli keluarga termasuk ibu dan ayahnya.



Dua figura di atas mungkin kurang dikenali di Malaysia tetapi mereka telah tersenarai antara bintang yang menjana pendapatan lumayan di platform media sosial masing-masing. Tidak kurang hebatnya rakyat Malaysia yang berjaya mencipta nama dan mengubah nasib diri dan keluarga hanya menggunakan media sosial sebagai lubuk emas. Tidak pernah dikenali sebelum ini dan kini antara mereka telah menjadi ikon dan perkembangan mereka sentiasa diikuti di media sosial. Antaranya:

## 3. Che Nom (Youtube)

Menurut akhbar Malay Mail, vlogger makanan Malaysia Che Nom yang terkenal dengan resipi Melayu yang mudah diikuti telah menerima satu juta pelanggan di saluran YouTube. Jurutera bersara bernama Norma Bakar telah menerima *Gold Play Button* dari YouTube atas pencapaian tersebut. Beliau yang berusia 39 tahun telah memulakan perjalanan YouTube-nya pada 2012 selepas dia memutuskan untuk bersara awal daripada syarikat telekomunikasi dan seterusnya menjadi vlogger sepenuh masa. Minat Che Nom dalam bidang masakan juga disokong oleh suaminya yang akan membantu dalam rakaman video memasak.

Personaliti popular itu sebelum ini mendedahkan pendapatannya menerusi satu video yang dimuat naik dua tahun lalu telah mengejutkannya. Che Nom berkata, resepi Ayam Mentega yang disiarkan pada Julai 2019 telah menjana pendapatan sebanyak RM7,762. Seiring minat Che Nom dalam bidang masakan dan berkongsi minatnya dalam Youtube, beliau bergerak lebih aktif dalam menghasilkan video-video masakan yang lebih menarik dan mudah difahami oleh pengikut-pengikutnya. Kini, Youtube menjadi cabang utama pendapatan beliau sekeluarga. (Sumber: Melanie Chalil, Malay Mail, 5 Feb 2021)





#### 4. Khairul Aming (Instagram)

Khairul Aming terkenal dengan slot '30 Hari 30 Resipi' bulan Ramadhan di Instagram miliknya yang berjaya meraih 3.2 juta pengikut. Jumlah pengikutnya di Instagram bertambah, kesan daripada idea bernasnya berkongsi video resipi masakan mudah yang kebanyakannya berdurasi 1 minit. Video masakannya juga dikatakan unik, ringkas dan lain daripada yang lain kerana kepintarannya menyelitkan unsur drama serta komedi yang membuatkan penonton terhibur. Bermula dengan hanya 500 pengikut di Instagram pada tahun 2018, kini nama Khairul Aming melonjak naik di media sosial tersebut dengan video-video masakan yang ringkas dan cepat untuk tatapan semua.

Menurut laman sesawang akhbar The Star, beliau menyatakan cabaran dalam menghasilkan video adalah memperkenalkan resipi mudah, video yang menarik dan plot video yang mudah diikuti. Untuk merealisasikan matlamatnya, dia dibantu oleh pasukan kreatif yang ditubuhkannya sendiri. Khairul Aming juga telah mendokumentasikan perjalanannya ke arah gaya hidup yang lebih sihat, dengan mengetengahkan video resipi sihat dan senaman yang diamalkan oleh beliau.

Kemuncak kepada perkongsiannya di Instagram, beliau kini bergelar usahawan 'Sambal Nyet' yang sangat popular di platform e-dagang Shopee. Hasil olahan resepinya, beliau telah memperkenalkan produk 'Sambal Nyet' dengan menggunakan Instagram dan maklum balas dari pembeli sangat mengagumkan. Menurut beliau lagi, jualan sambalnya secara



dalam talian menerima permintaan yang sangat tinggi sehinggakan beliau perlu menambah fasiliti pengeluaran dan mewujudkan slot masa tertentu untuk pembelian sambalnya di Shopee. Tahun lalu sahaja 'Sambal Nyet' telah merekodkan jualan 10,000 botol pertama dijual dalam masa hanya 54 minit. (Sumber: Xiao Tong, The Star, 13 April 2021).

Individu-individu hebat di atas telah memperlihatkan trend media sosial seperti Youtube, TikTok dan Instagram dalam memperkembangkan bakat, minat dan berkongsi citarasa. Situasi ini telah menjuruskan mereka ke bidang perniagaan yang kini menjadi lubang mata pencarian mereka.