

Ingin Konten Sosial Media Anda Viral? Perhatikan Faktor – faktor Ini

Konten viral adalah konten yang menyebar dengan cepat secara *online* melalui berbagai platform media sosial dan digital. Meskipun ada berbagai tingkat viralitas, konten yang paling terkenal adalah konten yang menjadi dikenal secara global, tak hanya melalui media sosial dan digital namun juga dibicarakan secara langsung misalnya melalui radio, saat berdiskusi maupun ketika membahas obrolan ringan.

Jika dilihat, sebenarnya apa aja sih faktor yang membuat konten menjadi viral? Meskipun tidak ada aturan tertulis, Anda harus menyesuaikan strategi konten Anda dengan mempertimbangkan faktor-faktor di bawah ini saat membuat konten untuk memastikan bahwa postingan Anda akan memicu percakapan baik *online* maupun *offline*.

- **Nilai:** Apakah konten Anda memberikan nilai luar biasa kepada audiens? Apakah ini merupakan trik, *hack*, tips, pengetahuan atau kebijaksanaan yang bagus? Apakah konten Anda membantu orang? Tentunya konten Anda harus memiliki nilai bagi audiens Anda.
- **Keterkaitan:** Apakah audiens Anda berpikir "Saya tahu bagaimana rasanya," atau "Saya pernah ke sana sebelumnya. Buatlah konten yang audiens Anda dapat menghubungkannya dengan diri mereka sehingga mereka memiliki kertekaitan dengan konten Anda, sehingga mereka dapat membagikan kepada teman, keluarga, dan kolega.
- **Emosional:** Konten memiliki kedekatan emosional, misalnya konten yang mampu menimbulkan atau meningkatkan kondisi sedih, senang dan sebagainya. Apakah konten ini mengejutkan atau tidak dapat dipercaya sehingga audiens Anda merasa terdorong untuk membaginya dengan teman, keluarga, dan kolega mereka?
- **Relevansi:** Konten harus relevan dengan tren budaya saat ini, topik yang relevan berita topikal atau sesuatu yang terus relevan selama berminggu-minggu. Tidak masalah untuk membuat konten yang *out of the box* namun tetap harus diperhatikan relevansinya dengan target audiens Anda.
- **Tepat waktu:** Waktu sangat penting untuk membuat postingan menjadi viral. Posting konten pada saat orang cenderung bekerja atau tertidur secara drastis mengurangi kesempatan Anda menjadi viral. Anda dapat platform media sosial yang memiliki alat untuk mempelajari pola tampilan pengunjung sehingga Anda dapat menggunakannya untuk merencanakan postingan Anda agar bisa menjadi viral.
- **Kualitas:** Salah satu elemen yang paling menonjol untuk menjadi viral adalah pentingnya tampilan visual yang menarik. Konten yang akan dibagikan harus memiliki kualitas video/gambar yang baik. Hal ini dapat mengeluarkan biaya produksi yang tidak sedikit, namun kualitas yang baik akan banyak disukai oleh audiens.
- **Mudah dibagikan:** Apakah kontennya mudah dibagikan? Apakah ada *hashtags* terkait atau ajakan bertindak? Bisakah audiens membuat tanggapan unik mereka sendiri terhadap konten? Biasakan menggunakan *hashtags* agar mudah ditemukan oleh pengguna.

- **Amplifikasi berbayar:** Tidak apa-apa jika Anda ingin memulai perjalanan konten dengan dorongan dari media berbayar yang dapat membawa konten Anda ke target audiens yang dituju secara cepat.
- **Kreatif:** Ketika berpikir tentang membuat konten, pikirkan tentang format mudah yang dapat dicerna audiens Anda dengan cepat. Seperti contohnya: Tips make-up untuk pemula serta berupa kuis yang cenderung sangat dapat dibagikan, demikian juga infografis dan video.
- **Influencer:** Memiliki seseorang yang terkenal atau ahli dalam topik ini, dapat membuat dan membangun kepercayaan dengan audiens Anda dan membuat mereka lebih mungkin untuk membagikannya, untuk itu menggaet *influencer* untuk berbagi konten Anda bisa mendorong konten Anda menjadi viral.

Selain beberapa faktor-faktor di atas yang berkontribusi terhadap kemungkinan terjadinya postingan viral. Buatlah konten yang dapat menjangkau semua orang karena tujuan pertama Anda menciptakan posting yang memiliki potensi menjadi viral di media sosial adalah untuk membuat konten yang mudah dibaca oleh sebagian besar audiens. Dalam hal ini, konten Anda harus menjangkau segmen pemula, menengah, dan pembaca tingkat lanjutan dalam industri Anda, semua dalam satu postingan yang sama.

Tak hanya itu, Anda harus fokus pada pembuatan konten yang melampaui semua tolak ukur dan KPI sebelumnya serta memahami bahwa tidak semua konten akan menarik bagi semua orang. Cerita yang menarik juga jadi pemicu kenapa sebuah konten bisa *viral*. Cerita yang seru, lucu sampai yang menginspirasi jadi latar belakang sebuah konten bisa disukai banyak orang dan hingga akhirnya menjadi viral.

Meskipun pada kenyataannya tidak semua konten yang Anda buat akan menjadi viral. Tetapi dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini dan menentukan strategi yang tepat, Anda akan memiliki kesempatan yang lebih baik untuk menjadi viral dan kemungkinan untuk konten Anda memiliki banyak *likes* dan dibagikan oleh orang-orang. Selamat mencoba!

(oleh Irianty Nur Afiah, praktisi Public Relations – IndoneisaPR.id; referensi dari berbagai sumber)