

WNI

Luar Biasa, 3 Brand Ini Raih Followes dan Viewers Tiktok Terbanyak se-Kota Makassar

Subhan Riyadi - MAKASSAR.WNI.OR.ID

Dec 22, 2022 - 13:10



MAKASSAR- Bertempat di Balai Besar Pelatihan Vokasi dan Produktivitas Makassar (BBPVP), pelatihan digital marketing telah memasuki hari ketiga, di Jl.Yusuf Daeng Ngawi, Kecamatan Rappocini, Kota Makassar, (21/12/2022).

Pada hari ketiga lewat sesi Focus Group Discusstion, peserta dituntut untuk mengamati perkembangan online shop di Kota Makassar yang menggunakan aplikasi Tik-Tok sebagai sarana dalam mengembangkan bisnis dan brand-nya.

Tik-Tok menjadi salah satu aplikasi yang pilihan yang mulai banyak diminati pelaku usaha dalam memuluskan jalannya mencapai sasaran pasar dengan mudah.

Melansir portal umkmindonesia.id dengan fitur yang menarik banyak sekali pengguna yang mempromosikan bisnisnya, mulai dari UMKM hingga brand besar.

Dari pengamatan peserta FGD, dijaring beberapa brand yang menempati 3 posisi tertinggi dari jumlah followers dan viewers terbanyak konten di aplikasi Tik-Tok, diantaranya:

Urutan ketiga adalah Girlsneed dengan username @kikiagustinakibe memperoleh followers sebesar 98 ribu dengan view sebesar 3,1JT.

Brand ini konsisten membuat 1 tema konten dan sering melakukan live selling (live tiktokshop) sehingga membuat brand ini menjadi dikenal.

Urutan kedua ditempati Missy Shop dengan username @missyshop.official dengan banyaknya followers yakni sebesar 99,7RB dengan view terbanyak sebesar 322 ribu.

Uniknya brand ini memiliki inovasi fashion yang kekinian dengan kualitas harga yang terjangkau sehingga memiliki banyak peminat.

Kemudian brand ini juga konsisten meng-upload konten selling seperti review dan melakukan giveaway.

Terakhir sekaligus brand dengan followers terbanyak di tiktok adalah Esana Store username @esana.store dengan followers sebesar 143,4 ribu dengan view terbanyak sebesar 1,3JT.

Brand ini tidak kalah kecennya karena memiliki produk yang terus berinovasi dan memiliki kualitas produk yang worth itu untuk kalangan cewek kekinian dan brand ini konsisten meng-upload konten yang memanjakan mata.

Andi Cahaya sebagai salah satu peserta Pelatihan Digital Marketing BBPVP mengatakan bahwa pengelolaan social media brand tersebut, memiliki daya tarik terhadap calon customer-nya.

"Harapannya social media top brand ini, bisa jadi contoh untuk mengembangkan usaha saya kedepan," katanya.

Selain Andi Cahaya, Alda selaku peserta sekaligus customer Missy Shop mengaku bahwa produknya menyediakan banyak pilihan dengan berbagai macam warna dan model.

"Selain itu terjangkau ki harganya," sambungnya singkat.

Reporter: Rizal Domunikus