SERI PELAJARAN USAHA · BONUS MITRA

Membangun 8.000 Follower Instagram Praktis, Tanpa Buka HP Sama Sekali

398 → 8.296 pengikut



Mas Cahyo

DAFTAR ISI

Isi Buku Ini

1. **Titik awal: akun yang terakhir diurus tahun 2019**
   398 pengikut, dan tidak ada waktu.
2. **Harta karun yang nganggur**
   Ratusan video lama di TikTok.
3. **Mesin posting**
   Tiga kali sehari, stok terisi sendiri.
4. **Saringan isi**
   Tidak semua video lama pantas tayang lagi.
5. **Komentar adalah pintu**
   "Mau" yang tidak dibalas adalah pembeli yang hilang.
6. **Tumpukan 861 komentar**
   Cara membalas pelan-pelan.
7. **Threads: sekalian jalan**
   Satu stok, tempat ketiga.
8. **Angka 16 hari pertama**
   Dan apa saja yang ikut menyumbang.
9. **Follower bukan pembeli**
   Angka yang lebih penting daripada pengikut.
10. **Otomatis tetap perlu dicek**
    Mesin saya macet tiga hari, dan saya tidak tahu.
11. **Penutup: versi Anda, tanpa server**
    Ringkasan dan daftar centang minggu ini.

Tentang angka di sampul

Pada 14 Oktober 2026 akun Instagram saya punya 398 pengikut. Laporan otomatis terakhir (30 Oktober) mencatat 4.277. Saat buku ini ditulis, 23 November 2026, jumlahnya 8.296. Di Bab 10 Anda akan tahu kenapa laporan otomatis saya sempat berhenti, sehingga angka terakhir saya cek sendiri.

BAB 1

Titik Awal: Akun yang Terakhir Diurus Tahun 2019

Pada 14 Oktober 2026, Instagram saya punya 398 pengikut. Halaman Facebook saya 395 pengikut, dan postingan terakhirnya dari tahun 2019.

Saya bukan orang yang tidak dikenal. Di TikTok, pengikut saya waktu itu sudah mendekati dua ratus ribu, dan beberapa video saya pernah ditonton ratusan ribu kali. Tetapi di Instagram dan Facebook, saya nyaris tidak ada.

Kenapa dibiarkan kosong?

Jawaban jujurnya: tidak sempat. Saya PNS, saya berjualan, saya siaran langsung, saya mengurus Mitra. Membuka tiga aplikasi setiap hari, mengunggah video yang sama tiga kali, menulis keterangan tiga kali, lalu membalas komentar di tiga tempat, itu pekerjaan satu orang penuh.

Saya kira banyak Mitra merasakan hal yang sama. Anda sudah susah payah membuat satu video. Selesai diunggah ke satu tempat, tenaga sudah habis.

Kenapa akhirnya saya urus?

Karena saya hendak memasang iklan di Facebook dan Instagram. Orang yang melihat iklan biasanya mengintip profil dulu. Kalau yang mereka temukan halaman kosong dengan postingan tahun 2019, kepercayaan langsung turun. Saya butuh halaman yang terlihat hidup, dan saya butuh itu cepat.

Apa yang dimaksud "tanpa buka HP"

Supaya judul buku ini tidak menyesatkan, saya jelaskan batasnya.

Dikerjakan mesin, tanpa saya buka HP	Tetap saya kerjakan sendiri
Mengunggah video ke Facebook, Instagram, dan Threads, tiga kali sehari	Merekam videonya. Semua video itu saya buat sendiri, dulu, untuk TikTok.
Menulis keterangan dan ajakan di tiap unggahan	Menyetujui setiap langkah baru sebelum dijalankan
Mengisi stok video untuk hari-hari berikutnya	Beberapa pengaturan sekali jalan di aplikasi (misalnya mengizinkan akses pesan)
Membalas komentar dan mengirim pesan berisi link	Membaca komentar bernada negatif yang sengaja tidak dibalas mesin

Jadi "tanpa buka HP" berlaku untuk pekerjaan hariannya. Bukan berarti tanpa kerja, dan bukan berarti tanpa pengawasan. Bagian pengawasan itu justru pelajaran terpenting buku ini.

Bagaimana mesinnya dibuat?

Saya punya server sewaan dan asisten AI yang bisa bekerja di server itu. Program-program di buku ini ditulis oleh asisten AI atas permintaan saya, memakai pintu resmi yang disediakan Meta untuk pemilik akun. Anda tidak perlu server untuk meniru intinya. Versi tanpa server ada di bab penutup.

BAB 2

Harta Karun yang Nganggur

Saya tidak punya waktu membuat konten baru untuk Instagram. Ternyata saya tidak perlu. Kontennya sudah ada, menumpuk di tempat lain.

Video pertama

Video pertama yang saya pilih adalah video TikTok saya yang sudah ditonton 338 ribu kali. Logikanya sederhana: kalau sebuah video sudah terbukti disukai orang di satu tempat, kemungkinan besar ia juga disukai di tempat lain. Saya tidak perlu menebak.

Pada 14 Oktober video itu terbit sebagai Reel di Halaman Facebook, lolos pemeriksaan hak cipta, lalu terbit juga di Instagram. Hari itu juga akun Instagram saya ditautkan ke Halaman Facebook supaya keduanya bisa diurus dari satu pintu.

Menghitung isi gudang

Setelah video pertama berhasil, saya meminta daftar seluruh video di profil TikTok saya. Hasil hitungan pertama: 192 video. Dari situ dipilih yang paling terbukti, yaitu yang sudah ditonton 10 ribu kali atau lebih. Ada 27 video. Semuanya memakai suara asli saya, bukan musik orang lain.

Dua belas hari kemudian, ketika daftar dibaca lebih dalam sampai video-video lama, jumlahnya ternyata sekitar **1.559 video**. Bertahun-tahun saya merekam hampir tiap hari, dan hampir semuanya hanya pernah tayang di satu aplikasi.

1.559
video saya di profil TikTok

1
aplikasi tempat video itu pernah tayang

0
video yang perlu direkam ulang

Kenapa ini berhasil

Penonton TikTok, Instagram, dan Facebook itu orangnya sebagian besar berbeda. Video yang bagi pengikut TikTok saya sudah basi, bagi orang di Instagram adalah video baru. Tidak ada yang merasa dibohongi, karena memang belum pernah mereka lihat.

Hanya video milik sendiri

Semua yang diposting ulang adalah video yang saya rekam sendiri, dengan suara saya sendiri. Jangan mengambil video orang lain lalu mengunggahnya sebagai milik Anda. Selain tidak jujur, platform memeriksa hak cipta, dan akun yang melanggar bisa dibatasi.

Yang bisa Anda lakukan

Buka profil TikTok atau galeri HP Anda. Hitung video produk yang pernah Anda buat. Tandai lima yang paling banyak ditonton atau paling banyak ditanya orang. Itu stok pertama Anda untuk tempat lain.

BAB 3

Mesin Posting

Mengunggah satu video dengan tangan itu mudah. Yang sulit adalah melakukannya setiap hari, selama berbulan-bulan, tanpa bolong. Di situlah mesin berguna.

Berapa kali sehari?

Hari pertama saya sempat plin-plan. Awalnya sekali sehari. Lalu saya ingin cepat, minta lima kali sehari. Lalu atas saran asisten saya, turun jadi dua kali: pukul 12.00 dan 19.00 WIB. Lima kali sehari berarti stok cepat habis dan pengikut bisa merasa dibanjiri.

Pada 26 Oktober, setelah stok terbukti aman, jadwalnya saya naikkan menjadi **tiga kali sehari: 05.00, 12.00, dan 19.00 WIB**. Subuh, istirahat siang, selepas magrib. Jam orang memegang HP.

Apa yang dikerjakan mesin setiap jadwal

1. Mengambil satu video berikutnya dari antrean.
2. Mengunggahnya sebagai Reel ke Halaman Facebook, dengan keterangan pembuka dan ajakan.
3. Mengunggah video yang sama ke Instagram, menunggu sampai Instagram selesai mengolahnya, lalu menerbitkannya.
4. Sejak 30 Oktober: mengunggahnya juga ke Threads.
5. Mencatat hasilnya, supaya video yang sama tidak terbit dua kali.

Ada satu pengaman kecil: kalau dalam beberapa jam terakhir sudah ada postingan baru, mesin melewatkan gilirannya. Jadi kalau suatu

hari saya mengunggah sendiri, tidak terjadi dua postingan berdempetan.

Stok yang terisi sendiri

Antrean pertama hanya berisi tujuh video dan habis dalam dua hari. Saya tambah 22 video, cukup sampai sekitar 20 Oktober. Setiap kali stok menipis, saya harus turun tangan lagi.

Pada 26 Oktober saya bilang ke asisten saya: kamu saja yang mengurus, yang penting stok aman. Sejak itu ada mesin kedua yang bekerja tiap pagi sebelum subuh. Kalau sisa antrean kurang dari enam video, ia memilih enam video berikutnya dari profil TikTok saya, menyiapkannya, dan memasukkannya ke antrean. Video yang lebih baru didahulukan, lalu yang paling banyak ditonton.

Keterangan dan ajakan

Setiap unggahan diberi kalimat pembuka. Kalau deskripsi asli di TikTok masih layak, itu yang dipakai. Kalau tidak, dipilih salah satu dari delapan kalimat pembuka umum. Di bawahnya ada ajakan: mau tahu caranya, hubungi saya.

Di Facebook ajakan itu berupa link yang bisa diklik. Di Instagram tidak bisa: link di keterangan Instagram hanya tampil sebagai tulisan mati. Hal kecil ini nanti jadi masalah besar di Bab 5.

Per 23 November 2026, menurut catatan mesin	Jumlah
Video yang sudah diposting ulang	104
Terbit di Facebook	104
Terbit di Instagram	103

Terbit di Threads (sejak 30 Oktober)	68

Pelajaran

Rahasia media sosial bukan satu video yang meledak, melainkan muncul setiap hari. Tiga postingan sehari selama 40 hari tidak mungkin saya lakukan dengan tangan. Mesin tidak lebih pintar dari saya. Ia hanya tidak pernah lupa dan tidak pernah malas.

BAB 4

Saringan Isi

Memposting ulang video lama secara otomatis terdengar enak. Risikonya: mesin tidak tahu mana video yang sudah tidak pantas tayang. Saya yang harus memberitahunya.

Video yang saya buang

Saat 27 video terpopuler didaftar, saya periksa satu per satu. Lima di antaranya saya keluarkan:

- **Video yang tidak nyambung dengan usaha sekarang.** Saya pernah membuat beberapa video tentang budidaya ikan. Penontonnya banyak, tetapi orang yang datang karena video ikan tidak mencari toko online.
- **Video dengan angka yang sudah basi.** Ada video lama yang menyebut jumlah Mitra jauh lebih kecil daripada sekarang. Kalau tayang lagi, orang mengira itu kondisi hari ini.
- **Video yang mengarahkan ke cara daftar lama.** Formulirnya sudah tidak dipakai. Orang yang mengikutinya akan tersesat.
- **Video yang judulnya memancing tetapi isinya lain.** Ramai ditonton belum tentu baik untuk nama saya.

Aturan yang ditanam ke mesin

Ketika pengisian stok diserahkan ke mesin, aturan itu harus tertulis, karena saya tidak lagi memeriksa satu per satu.

Aturan	Alasannya

Hanya video dengan suara asli saya	Menghindari masalah hak cipta musik
Panjang 5 sampai 90 detik	Batas yang aman untuk Reel
Sudah berumur minimal sehari di TikTok	Memberi waktu kalau video ternyata perlu dihapus
Menolak video yang keterangannya memuat kata-kata tertentu (ikan, kolam, budidaya, dan sejenisnya)	Supaya topik yang tidak nyambung tidak lolos
Menolak daftar video yang pernah saya coret	Supaya yang sudah dibuang tidak kembali

Melonggarkan saringan

Awalnya mesin hanya mengambil video tahun 2026 yang sudah ditonton 10 ribu kali ke atas. Dengan syarat seketat itu, calon yang tersisa hanya sekitar 32 video. Stok akan habis dalam dua sampai tiga minggu.

Sore itu juga saya longgarkan: tidak harus yang ramai, semua boleh, asal lolos aturan di atas. Calon yang layak melonjak menjadi **1.162 video**.

Lalu satu kelonggaran lagi. Video yang lebih panjang dari 90 detik tadinya ditolak. Saya minta dipotong saja di detik ke-89, dengan gambar dan suara yang memudar halus di detik terakhir supaya tidak terasa terputus. Calon bertambah menjadi **1.418 video**. Dengan tiga postingan sehari, itu stok untuk lebih dari setahun.

Saringan kata itu kasar

Mesin hanya membaca keterangan video, tidak menonton isinya. Video yang isinya sudah basi tetapi keterangannya biasa saja tetap bisa lolos. Karena itu saat mesin pertama kali mengisi stok sendiri, enam video pilihannya tetap saya intip cuplikannya. Semuanya memang tentang toko dan sayur. Sesudah itu baru saya lepas.

Yang bisa Anda lakukan

Sebelum mengunggah ulang video lama, tanyakan tiga hal: Apakah harga dan info di video ini masih benar? Apakah produknya masih saya jual? Apakah cara pesannya masih sama? Kalau ada satu saja yang "tidak", jangan dipakai, atau potong bagian yang basi.

BAB 5

Komentar Adalah Pintu

Postingan yang terbit tiap hari hanya separuh pekerjaan. Separuh lainnya ada di kolom komentar, dan di situ saya kebobolan cukup lama.

Satu kata: "Mau"

Ajakan di video saya biasanya berbunyi "mau tahu caranya?". Maka komentar yang masuk pun pendek-pendek: "Mau", "Mau bos", "Caranya gimana mas". Tiap komentar seperti itu adalah satu orang yang mengangkat tangan.

Pada 15 Oktober saya memasang mesin pembalas komentar untuk postingan iklan. Tiga komentar pertama yang dibalasnya berbunyi persis itu: "Mau bos", "Mau", "mau". Balasannya mengarahkan orang ke WhatsApp. Setiap lima menit mesin memeriksa komentar baru, dan setiap komentar hanya dibalas sekali.

Kebobolan pertama: postingan biasa tidak ikut dibalas

Mesin itu hanya saya suruh membaca komentar di **iklan**. Saya lupa bahwa postingan harian dari mesin posting juga mengundang komentar.

Pada 24 Oktober saya menemukan sebuah Reel Instagram tentang orang gaptek yang bingung membuka lapak. Ada **59 komentar** di bawahnya. Yang sudah dibalas: **nol**. Lima puluh sembilan orang mengangkat tangan, dan tidak satu pun saya datangi.

Hari itu juga mesin diperluas: semua Reel yang berumur sampai 14 hari ikut dibaca. Pagi itu saja, 101 komentar di postingan biasa terbalas.

Kebobolan kedua: mesin hanya membaca 100 komentar pertama

Ini lebih halus. Mesin saya meminta "daftar komentar" dan menerima paling banyak 100. Kalau komentarnya 500, yang ke-101 dan seterusnya tidak pernah terlihat. Tidak ada pesan galat. Mesin mengira pekerjaannya selesai. Akibatnya ada di bab berikut.

Masalah Instagram: link tidak bisa diklik

Di Facebook, balasan komentar bisa memuat link WhatsApp yang langsung bisa ditekan. Di Instagram, link di komentar hanya tulisan. Jadi balasan saya di Instagram terpaksa menyebut nomor WhatsApp, dan orang harus mengetiknya sendiri. Sebagian besar tentu tidak melakukannya.

Jalan keluarnya datang 30 Oktober: **balas lewat pesan langsung (DM).** Instagram mengizinkan pemilik akun mengirim satu pesan pribadi kepada orang yang baru berkomentar. Di dalam pesan pribadi, link bisa ditekan.

Sejak pagi itu alurnya begini:

Orang berkomentar	Mesin mengirim DM	Mesin membalas komentar	Orang menekan link
"Mau"	berisi link yang bisa ditekan	"Sudah saya DM, cek Permintaan Pesan"	masuk ke WhatsApp

Balasan di kolom komentar dibuat lima variasi dan tidak pernah sama dua kali berturut-turut. Kalau DM gagal terkirim, mesin kembali ke

cara lama: balasan komentar biasa.

Menyalakan fitur ini butuh satu hal yang hanya bisa saya lakukan sendiri dari aplikasi Instagram: mengizinkan akses ke pesan di pengaturan. Sekali saja.

Yang sengaja tidak dibalas mesin

Komentar bernada marah, mengejek, atau menyinggung hal sensitif tidak dibalas otomatis. Mesin menandainya untuk saya baca sendiri. Membalas orang marah dengan kalimat promosi hanya menyiram bensin. Komentar yang isinya hanya emoji juga dilewati.

Pelajaran

Komentar "mau" yang tidak dibalas adalah pembeli yang hilang. Dan orang hanya mau melangkah kalau langkahnya satu ketukan jari. Menyuruh orang mengetik nomor sama saja menyuruhnya pergi.

BAB 6

Tumpukan 861 Komentar

Ketika batas "100 komentar pertama" diperbaiki pada 24 Oktober, mesin akhirnya bisa membaca sampai habis. Yang ia temukan membuat saya lemas.

Di satu postingan iklan Facebook yang tayang 15 sampai 18 Oktober, ada sekitar **861 komentar yang belum pernah dibalas**. Komentarnya sudah berumur hampir seminggu. Selama itu mesin saya melapor "semua komentar sudah dibalas", karena ia memang sudah membalas semua yang bisa ia lihat.

Godaan: balas semuanya sekarang

Mesin bisa membalas 861 komentar dalam beberapa menit. Saya tidak mengizinkannya, dengan dua alasan.

- **Platform curiga pada ledakan.** Satu akun yang menulis ratusan balasan mirip dalam hitungan menit terlihat persis seperti spam.
- **Orang juga curiga.** Kalau semua balasan di satu postingan berbunyi sama persis, kolom komentarnya terlihat diurus robot. Kepercayaan turun.

Saya pernah kehilangan nomor WhatsApp utama gara-gara terlalu rajin mengirim. Saya tidak mau mengulanginya di Facebook.

Cara pelan-pelan

Aturan	Angka
Jumlah komentar lama yang dibalas sekali jalan	10

Jeda antar-rombongan	15 menit
Jeda antar-balasan dalam satu rombongan	15 sampai 45 detik, acak
Variasi kalimat (pembuka × isi × ajakan)	240 kombinasi
Dua balasan berturut-turut boleh sama?	Tidak
Perkiraan waktu sampai selesai	± 21 jam

Komentar baru di postingan harian tetap didahulukan. Tumpukan lama dikerjakan di sela-selanya. Mulai 24 Oktober siang, selesai sekitar keesokan harinya.

Apakah membalas komentar berumur seminggu masih berguna?

Saya tidak punya angka berapa dari 861 orang itu yang akhirnya menghubungi saya, jadi saya tidak akan mengarangnya. Yang saya tahu, membalas terlambat lebih baik daripada tidak membalas. Dan yang lebih penting: pintu yang sama sekarang tertutup, sehingga tumpukan baru tidak terbentuk lagi.

Komentar yang dibalas mesin	Jumlah
Dalam tujuh hari sampai 30 Oktober: Instagram	1.185
Dalam tujuh hari sampai 30 Oktober: Facebook	889
Total sejak 15 Oktober sampai 23 November	3.619
Di antaranya disertai pesan langsung (DM)	1.046

"Sudah beres" menurut siapa?

Mesin melapor beres berdasarkan apa yang ia lihat. Selama seminggu, yang ia lihat hanya 100 dari hampir seribu. Laporan "nol masalah" paling berbahaya justru ketika alat ukurnya sendiri buta sebagian.

Yang bisa Anda lakukan

Buka postingan Anda yang paling ramai bulan ini. Gulir kolom komentarnya sampai paling bawah, jangan hanya yang teratas. Hitung berapa pertanyaan yang belum Anda jawab. Balas dengan kalimat yang sedikit berbeda-beda, beberapa saja tiap kali Anda memegang HP.

BAB 7

Threads: Sekalian Jalan

Kalau mesin sudah mengunggah ke dua tempat, menambah tempat ketiga hampir tidak menambah pekerjaan. Itu alasan saya membuka Threads.

Threads adalah aplikasi percakapan milik Meta yang tersambung dengan akun Instagram. Pada 30 Oktober akun Threads saya punya 31 pengikut dan belum ada satu pun postingan.

Satu hari, dari nol sampai jalan

- Pagi: izin resmi untuk memposting ke Threads diurus. Ada beberapa langkah yang harus saya setujui sendiri sebagai pemilik akun.
- 11.31 WIB: postingan uji pertama terbit, memakai video "gaptek" yang paling ramai di Instagram.
- Sesudah itu: mesin posting yang sama mengirim tiap video ke Threads setelah Instagram, pada jadwal 05.00, 12.00, dan 19.00 WIB. Mesin pembalas komentar ikut membaca balasan di Threads.

Kalau unggahan ke Threads gagal, Facebook dan Instagram tidak ikut terganggu. Tempat ketiga tidak boleh menjatuhkan tempat pertama dan kedua.

Threads suka tulisan

Berbeda dari Instagram, Threads adalah tempat orang membaca kalimat pendek. Maka selain video, saya siapkan 56 tulisan singkat untuk tayang empat kali sehari.

Jenis tulisan	Jumlah
Cerita saya sebagai PNS yang berjualan	12
Testimoni Mitra, dengan gambar	13
Cerita jualan sayur	12
Tips singkat	12
Angka dan harga	7

Hanya 8 dari 56 tulisan itu yang memuat link. Sisanya murni cerita. Orang datang ke media sosial untuk membaca, bukan untuk ditawari.

Ada satu aturan yang saya pegang ketat: isi tulisan hanya boleh diambil dari naskah siaran langsung saya dan dari testimoni yang memang ada. Mesin boleh merangkai kalimat. Mesin tidak boleh mengarang fakta.

Hasilnya?

Saya tidak punya catatan jumlah pengikut Threads sesudah 30 Oktober, jadi saya tidak bisa bilang Threads berhasil atau tidak. Yang bisa saya katakan: menambahkannya hampir tanpa biaya, dan 68 video sudah terbit di sana sampai 23 November.

Pelajaran

Urutannya penting. Bereskan satu tempat sampai jalan sendiri, baru tambah tempat berikutnya dengan bahan yang sama. Jangan membuka lima akun sekaligus lalu kelelahan di minggu kedua.

BAB 8

Angka 16 Hari Pertama

Sekarang bagian yang paling ditunggu: hasilnya. Saya tulis angkanya, lalu saya tulis juga apa saja yang membuat angka itu tidak boleh dibaca terlalu polos.

398
pengikut Instagram, 14 Oktober

4.277
pengikut Instagram, 30 Oktober

8.296
pengikut Instagram, 23 November

Dalam 16 hari, pengikut Instagram saya bertambah sekitar 3.900 orang, lebih dari sepuluh kali lipat. Saat itu akun saya baru berisi 41 postingan. Lima minggu kemudian, 23 November, pengikutnya sudah 8.296, lebih dari dua puluh kali lipat dari titik awal.

Tidak semua video bekerja sama kerasnya

Reel Instagram	Akun yang dijangkau
Video "gaptek" pertama (23 Oktober)	29,7 ribu
Video "gaptek" kedua (23 Oktober)	24,9 ribu
Video "belanja, kemas, kirim" (24 Oktober)	16,4 ribu
Semua video lainnya	di bawah 3,5 ribu

Tiga video membawa sebagian besar hasil. Puluhan lainnya biasa saja. Saya tidak tahu sebelumnya video mana yang akan naik. Yang saya tahu, kalau saya hanya mengunggah lima video lalu berhenti, kemungkinan besar tiga video itu tidak termasuk.

Video "gaptek" itu juga yang paling ramai dikomentari: 552 komentar, dan 129 di antaranya jelas menunjukkan minat.

Tiga catatan supaya angka ini jujur

1. Ada iklan yang berjalan bersamaan. Pada 15 sampai 18 Oktober saya memasang iklan video di Facebook dan Instagram. Iklan itu pasti ikut membawa orang ke profil saya. Saya tidak bisa memisahkan berapa pengikut yang datang dari postingan biasa dan berapa dari iklan. Jadi jangan membaca "398 menjadi 4.277" (apalagi 8.296) sebagai hasil posting gratis semata.

2. Facebook tidak ikut naik. Video yang sama, jadwal yang sama, di Halaman Facebook jangkauannya kecil: semuanya di bawah 300 akun per video saat saya periksa 30 Oktober. Mesin yang sama, hasil yang sangat berbeda.

3. Angka sesudah 30 Oktober tidak saya punya. Kenapa, ada di Bab 10.

Pembanding: harga satu pengikut kalau dibeli lewat iklan

Beberapa minggu sebelumnya, di TikTok, saya pernah memasang iklan yang tujuannya mengajak orang mengunjungi profil. Dalam dua minggu, iklan itu menghasilkan 29.601 kunjungan profil dan hanya 75 pengikut baru. Dengan perkiraan biaya yang saya pakai waktu itu, jatuhnya sekitar **Rp49 ribu per pengikut**.

Angka itu perkiraan, dan aplikasinya berbeda. Tetapi cukup untuk memberi rasa: pengikut yang datang karena melihat video Anda muncul setiap hari jauh lebih murah daripada pengikut yang dikejar dengan iklan profil.

Pelajaran

- Anda tidak bisa memilih video mana yang akan ramai. Anda hanya bisa memperbanyak kesempatan.
- Platform yang berbeda memberi hasil berbeda untuk bahan yang sama. Coba dulu, ukur, lalu beri tenaga lebih ke tempat yang merespons.
- Kalau ada dua hal berjalan bersamaan, jangan mengaku-aku hasilnya untuk satu hal saja.

BAB 9

Follower Bukan Pembeli

Empat ribu pengikut baru terasa menyenangkan. Lalu saya bertanya hal yang seharusnya ditanyakan sejak awal: berapa dari mereka yang membeli?

Saya tidak bisa menjawabnya

Pada 30 Oktober saya memeriksa. Dalam tujuh hari terakhir ada 41 orang yang membuka percakapan WhatsApp dengan kalimat ajakan dari postingan saya. Dari 41 itu, 7 orang memilih jalur Mitra. Yang sudah membayar: belum ada.

Lebih buruk lagi, saya tidak tahu 41 orang itu datang dari mana. Instagram? Facebook? Threads? Semua link saya menuju tempat yang sama, tanpa tanda.

Memberi tanda pada setiap pintu

Hari itu juga saya membuat link bertanda. Tujuannya tetap sama, yaitu WhatsApp saya, tetapi setiap tempat mendapat link dengan tanda berbeda: satu untuk balasan komentar Facebook, satu untuk DM Instagram, satu untuk Threads, dan seterusnya. Setiap klik dicatat sebelum orang diteruskan ke WhatsApp.

Dengan begitu saya bisa membaca laporan sederhana: minggu ini, pintu mana yang paling banyak diketuk, dan dari pintu mana orang akhirnya menjadi Mitra.

Satu percobaan yang saya batalkan

Pada 9 November saya mengubah ajakan di semua balasan dan postingan. Tidak lagi "chat WhatsApp saya", melainkan "buka web saya". Saya ingin orang mendaftar sendiri di web supaya biaya chat turun.

Empat hari kemudian, 13 November, saya kembalikan ke tombol WhatsApp. Pendaftaran lewat web tidak berjalan seperti harapan: dari 198 orang yang diarahkan ke sana pada hari-hari pertama, hanya 9 yang sampai membayar, dan tidak satu pun mengunggah bukti di web. Penyebab turunnya pembayar waktu itu tidak tunggal, dan saya membahasnya di ebook lain dalam seri ini. Pelajaran untuk bab ini cukup satu: orang yang datang dari media sosial lebih nyaman diajak mengobrol daripada disuruh mengisi halaman.

Tangga yang sering dilupakan

Penonton → pengikut → komentar → chat → pembeli. Setiap anak tangga kehilangan sebagian besar orang. Empat ribu pengikut bisa berarti empat puluh chat, dan empat puluh chat bisa berarti nol pembeli pada minggu itu. Mengukur hanya anak tangga pertama membuat Anda merasa berhasil padahal belum.

Yang bisa Anda lakukan

- Setiap minggu, catat tiga angka: pengikut baru, chat masuk, dan pembeli. Kalau hanya yang pertama yang naik, yang perlu diperbaiki bukan videonya, melainkan ajakannya.
- Tanyakan kepada setiap pembeli baru: "Tahu toko saya dari mana?" Itu cara paling murah untuk memberi tanda pada pintu.
- Jangan memindahkan pelanggan dari cara yang mereka sukai hanya demi berhemat.

BAB 10

Otomatis Tetap Perlu Dicek

Bab ini saya tulis dengan sedikit malu. Saat menyiapkan buku ini pada 23 November, saya membuka catatan mesin posting untuk mengambil angka. Yang saya temukan adalah mesin yang sedang macet.

Enam kali gagal berturut-turut

Jadwal	Facebook	Instagram
21 Nov, 19.00 WIB	Terbit	**Gagal**
22 Nov, 05.00 WIB	–	**Gagal**
22 Nov, 12.00 WIB	–	**Gagal**
22 Nov, 19.00 WIB	–	**Gagal**
23 Nov, 05.00 WIB	–	**Gagal**
23 Nov, 12.00 WIB	–	**Gagal**

Sejak 21 November malam, Instagram menolak mengolah satu video dengan kode galat yang sama setiap kali. Sebelum itu mesin berjalan mulus selama 38 hari, tiga kali sehari.

Satu video macet, semuanya ikut berhenti

Perhatikan kolom Facebook. Sesudah 21 November malam, Facebook juga kosong. Bukan karena Facebook bermasalah.

Mesin saya dirancang rapi: sebuah video harus selesai di Facebook **dan** Instagram dulu, baru boleh lanjut ke video berikutnya. Aturan itu masuk akal ketika dibuat, supaya tidak ada video yang hanya terbit separuh. Tetapi akibatnya, ketika satu video ditolak Instagram, mesin terus mencoba video yang sama, jadwal demi jadwal, dan tidak pernah beranjak. Facebook dan Threads ikut menunggu di belakangnya.

Satu video bermasalah menghentikan tiga tempat selama hampir dua hari. Dan saya tidak tahu, karena mesin posting tidak pernah saya beri tugas mengabari saya kalau gagal.

Laporan mingguan yang hanya terkirim sekali

Ini jawaban kenapa laporan angka pengikut saya berhenti di 30 Oktober.

Hari itu saya membuat laporan mingguan otomatis: jumlah pengikut, komentar terbalas, pintu yang paling ramai, semuanya dikirim ke Telegram saya. Laporan pertama terkirim pukul 11.52 dan mencatat 4.277 pengikut. Rencananya terbit tiap Senin pagi.

Laporan kedua tidak pernah datang. Jadwal otomatisnya ternyata tidak pernah terpasang; itu langkah terakhir yang harus saya ketik sendiri, dan terlewat. Selama tiga minggu saya tidak menyadari bahwa laporan yang saya tunggu tidak pernah dijadwalkan.

Jadi saya membangun mesin, membangun alat pengawasnya, lalu lupa menyalakan alat pengawasnya. Kalau laporan itu jalan, macetnya Instagram akan terlihat paling lambat hari Senin.

Diam bukan berarti sehat

Mesin yang berjalan baik itu diam. Mesin yang mati juga diam. Dari luar keduanya terlihat sama. Satu-satunya cara membedakannya adalah mesin yang rutin melapor "saya masih hidup, ini hasil hari ini", atau Anda yang rutin menengok.

Yang saya perbaiki dari kejadian ini

- Video yang gagal berkali-kali harus dilewati, bukan ditunggui selamanya.
- Kegagalan di satu tempat tidak boleh menahan tempat lain.
- Setiap mesin harus mengabari pemiliknya ketika gagal, bukan hanya mencatat diam-diam.
- Sekali seminggu saya tetap membuka akun dan melihat dengan mata sendiri.

Untuk Anda

Kalau Anda memakai fitur jadwal posting, jangan anggap "sudah dijadwalkan" sama dengan "sudah terbit". Seminggu sekali, buka akun Anda sebagai orang luar dan lihat: apakah postingan kemarin benar-benar ada?

PENUTUP

Versi Anda, Tanpa Server

Anda tidak perlu server atau asisten AI untuk memakai inti buku ini. Yang Anda perlukan adalah stok video, jadwal, dan kebiasaan membalas.

Padanan sederhananya

Yang dikerjakan mesin saya	Versi Anda
Mengunggah video ke Facebook dan Instagram sesuai jadwal	Fitur jadwal posting bawaan Meta Business Suite (gratis). Sekali duduk, isi jadwal untuk seminggu.
Mengambil stok dari video lama	Simpan video Anda sendiri ke galeri sebelum atau sesudah diunggah ke TikTok, lalu pakai ulang.
Menyaring video yang sudah basi	Tiga pertanyaan di Bab 4, dijawab sendiri.
Membalas komentar "mau"	Siapkan dua atau tiga kalimat balasan tersimpan. Balas tiap kali memegang HP.
Mengirim link lewat DM	Balas komentarnya, lalu kirim pesan langsung berisi link toko atau link WhatsApp Anda.
Memberi tanda pada tiap pintu	Tanyakan ke pembeli: "Tahu dari mana?" dan catat.
Laporan mingguan	Tiga angka di buku catatan, tiap Senin.

Tujuh pelajaran dari buku ini

1. Satu video bisa bekerja di tiga tempat. Jangan biarkan stok lama nganggur.
2. Yang menang adalah yang muncul setiap hari, bukan yang sekali viral.
3. Saring dulu: info basi lebih merugikan daripada tidak posting.
4. Balas setiap komentar "mau". Gulir sampai bawah.
5. Di Instagram, link di keterangan dan komentar tidak bisa ditekan. Pakai DM atau link di bio.
6. Ukur chat dan pembeli, bukan hanya pengikut.
7. Otomatis bukan berarti ditinggal. Tengok seminggu sekali.

Yang bisa Anda lakukan minggu ini

☐ Pilih **lima video** buatan Anda sendiri yang paling banyak ditonton atau ditanya.

☐ Periksa kelimanya dengan tiga pertanyaan: harga masih benar, produk masih ada, cara pesan masih sama.

☐ Pastikan akun Instagram Anda berjenis bisnis atau kreator dan tertaut ke Halaman Facebook.

☐ Jadwalkan lima video itu untuk lima hari ke depan, pada jam yang sama setiap hari.

☐ Pasang **link toko online** atau link WhatsApp Anda di bio Instagram.

☐ Tulis dua kalimat balasan untuk komentar "mau" dan simpan di catatan HP.

☐ Buka postingan Anda yang paling ramai, gulir komentarnya sampai habis, balas yang terlewat.

☐ Senin depan: catat pengikut baru, chat masuk, dan pembeli. Lalu cek apakah kelima video benar-benar terbit.

Pesan terakhir

Ribuan pengikut itu bukan tujuan. Tujuannya adalah orang yang tepat menemukan toko Anda, bertanya, lalu membeli. Video lama Anda bisa membuka jalan itu setiap hari, asal ada yang menjaga pintunya.

Semoga usaha Anda ramai dan berkah. Salam, Mas Cahyo.