

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bakulstreaming merupakan suatu vendor pelayanan jasa dokumentasi acara. Dengan bisnis yang masih merintis tentunya Bakulstreaming memerlukan adanya media untuk berpromosi agar perusahaan tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas serta bisa mendapatkan konsumen yang lebih banyak. Dalam suatu bisnis atau usaha sangat dibutuhkan adanya promosi atau pemasaran karena tanpa adanya promosi, masyarakat tidak mendapatkan informasi mengenai bisnis apa yang ditawarkan dan apa keunggulan dan kekurangan vendor tersebut dengan vendor lain. Konsumen mendapatkan informasi produk di jejaring sosial dan sebaliknya.

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini dibuktikan dengan adanya media baru yang penggunaannya semakin luas. Saat ini, dengan berkembangnya teknologi, media baru digunakan sebagai sarana komunikasi baru. Munculnya jaringan komputer dan internet mempunyai kemampuan menyebarkan informasi dengan cepat dan mudah, sehingga mengakibatkan perubahan perilaku terhadap konsumsi media informasi. Saat ini perkembangan teknologi semakin pesat, dan penggunaan internet serta media sosial di masyarakat dalam kehidupan sehari-hari semakin meningkat.

Perusahaan dapat memanfaatkan teknologi media sosial untuk meningkatkan engagement dan citra merek perusahaan. Maka sebelumnya diperlukan adanya sebuah strategi untuk mengelola sosial media agar sesuai dengan tujuan dan target perusahaan. Strategi pengelolaan adalah langkah sistematis yang digunakan untuk merancang, mengorganisasikan, melaksanakan, mengevaluasi, mengidentifikasi kebutuhan, merancang langkah-langkah yang relevan, memastikan setiap proses dapat berjalan dengan baik serta semua aktifitas suatu pemasaran ataupun sumber daya agar perusahaan dapat mencapai tujuan yang

telah ditentukan. Strategi pengelolaan media sosial tiktok merujuk pada untuk memastikan bahwa akun yang dikelola dapat menciptakan *visibilitas*, *engagement*, *brand awareness* serta, dibutuhkan nya pemahaman mengenai *trend* tiktok, *audiens*, dan cara untuk memaksimalkan potensi media sosial sebagai media pemasaran.

Tik Tok merupakan salah satu *platform* media sosial dengan pertumbuhan tercepat di dunia. TikTok memungkinkan pengguna membuat video pendek berdurasi 15 detik dengan musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Aplikasi tiktok oleh perusahaan Cina pada tahun 2016 media ini merupakan platform untuk berbagi video. TikTok memungkinkan pengguna untuk membuat video berdurasi 15 sampai 10 dan memutar video berdurasi 2-60 detik (Williams, 2020). Salah satu *platform* yang saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. TikTok merancang bagi pengguna untuk menciptakan video dengan durasi pendek untuk mengandalkan kreativitas pengguna. Craig Chapple (2020) dalam blog *sensortower* ia mengatakan bahwa Popularitas *platform* ini dibuktikan dengan jumlah pengguna dengan unduhan yang mencapai lebih dari 2 miliar di seluruh dunia pada tahun 2020, dengan lonjakan yang terjadi saat pandemi Covid-19.

Di Indonesia pengguna media sosial tiktok juga memiliki pengguna yang terus meningkat, terutama pada kalangan Gen Z dan milenial. Menurut laporan *We Are Social* 2024 mencapai 5 miliar pengguna diseluruh dunia, data statistik per juli 2024 jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 157,6 juta dan Indonesia menjadi negara dengan pengguna paling banyak didunia. Hal tersebut yang menjadikan tiktok sebagai tempat yang tepat sebagai media pemasaran produk dan layanan jasa. TikTok memungkinkan bagi pelaku bisnis untuk memasarkan atau mengiklankan produk atau layanan jasa mereka, dengan mengunggah foto atau video dengan durasi pendek yang akan ditawarkan kepada calon pelanggan (saffira & Rahman, 2022). Media sosial TikTok dapat menciptakan viralitas yang tinggi, dengan adanya algoritma tiktok *For You Page* (FYP) dapat memungkinkan akun dengan pengikut kecil seperti Bakulstreaming ini dapat menciptakan

viralitas dan konten Bakulstreaming dapat muncul dalam beranda FYP *audiens*. Dibandingkan media sosial lainnya seperti instagram, youtube, facebook yang cenderung mengutamakan akun dengan *followers* tinggi dan konten yang berbayar atau berseponsor. Tingkat *engagement* dalam media sosial tiktok lebih tinggi dibandingkan media sosial lainnya seperti instagram, youtube dan facebook yang hanya mengunggulkan *like*, koment dan *share* namun dalam media sosial tiktok juga dapat konten duet atau *stitch* yang dapat memberikan respon konten dalam bentuk video. Hal tersebut yang menjadikan vendor multimedia Bakulstreaming memutuskan untuk menggunakan media sosial tiktok sebagai tempat untuk mempromosikan produk dan jasa vendor multimedia Bakulstreaming. Terbukti dari beberapa media sosial lainnya yang digunakan oleh vendor multimedia Bakulstreaming media sosial Tiktok merupakan salah satu media sosial yang terbilang berhasil untuk meningkatkan *brand awareness*.

Platform tiktok menciptakan viralitas melalui algoritma dalam mempromosikan konten berdasarkan target *audiens* serta menyesuaikan minat penggunaannya sehingga membuat pelaku bisnis tertarik untuk menggunakan platform tiktok sebagai tempat memasarkan bisnis tersebut. Pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media pemasaran merupakan langkah yang tepat untuk menarik pelanggan baru dan membangun *brand awareness* bagi vendor yang sedang merintis seperti bakulstreaming. Salah satu platform media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran langsung adalah tiktok (Hutamy et., 2021). Tiktok berperan membangun *brand awareness* dan meningkatkan keterlibatan dengan konsumen. Pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media pemasaran juga memberikan tantangan. Konten yang sedang menjadi *trend* di media sosial tiktok terjadi dengan perubahan begitu cepat dan dinamis sehingga pengguna media sosial tiktok harus mampu dengan cepat menyesuaikan dengan trend yang telah terjadi dalam media sosial tiktok agar dapat bersaing dengan pelaku bisnis lainnya. Keberhasilan pemasaran yang dilakukan ke platform tiktok bergantung pada penciptaan konten yang kreatif dan menarik baik secara konsep, visual dan relevan dengan target *audiens*.

Vendor Bakulstreaming merupakan suatu vendor yang menyediakan jasa dokumentasi dan jasa sewa peralatan broadcasting. Vendor multimedia terletak di kabupaten Gunungkidul yang dimana di kabupaten Gunungkidul masih sedikit adanya vendor multimedia yang berbasis *live streaming* dan dokumentasi dengan kualitas standar televisi dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat. Karena di kabupaten Gunungkidul kebanyakan vendor yang hanya berbasis foto sedangkan vendor multimedia Bakulstreaming ini merupakan vendor yang menyediakan *live streaming* dengan kualitas standar televisi, dengan hal ini merupakan keunggulan dari vendor multimedia Bakulstreaming untuk dapat mengembangkan bisnis khususnya di kabupaten Gunungkidul.

Dimana vendor Bakulstreaming ini sangat mementingkan dan mengutamakan *audio visual* yang dimana ini sesuai dengan dari *platform* media sosial tiktok yang berkonsep *audio visual*. Maka dari itu media sosial tiktok merupakan *platform* yang tepat untuk memasarkan jasa dari Bakulstreaming karena Bakulstreaming membutuhkan *platform* untuk menunjukkan hasil audio visual dan menunjukkan portofolio dari vendor Bakulstreaming. Sebagai media mengandalkan visual, kreativitas dan teknologi, media sosial tiktok merupakan platform yang tepat bagi bakulstreaming untuk memasarkan jasanya untuk dapat menjangkau *audiens* yang lebih luas dan membangun citra merek Bakulstreaming.

Vendor Bakulstreaming perlu memahami dan mengikuti *trend* dan gaya komunikasi yang sedang banyak diminati oleh pengguna tiktok lainnya agar konten yang akan di ciptakan dapat bersaing dengan konten kreator lainnya. Pemanfaatan pemasaran melalui tiktok membutuhkan pendekatan secara dinamis dibandingkan dengan *platform* lain. Pertumbuhan konten tiktok terbilang sangat singkat dan berubah ubah, sehingga membutuhkan kreativitas dan fleksibilitas secara terus menerus. Bakulstreaming harus beradaptasi dengan *trend* guna menjaga keterlibatan dengan konsumen. Target *audiens* yang dimiliki oleh vendor multimedia Bakulstreaming kepada vendor lainnya yang membutuhkan dokumentasi seperti vendor *makeup*, *sound system* dan calon konsumen yang

akan mengadakan suatu acara pernikahan dan *event*. Target *audiens* tersebut sesuai dengan *audiens* yang berada dalam media sosial tiktok seperti anak-anak muda yang akan menggelar acara pernikahan.

Pemilihan vendor multimedia Bakulstreaming sebagai objek penelitian ini berdasarkan pada kendala yang dihadapi perusahaan Bakulstreaming dalam memanfaatkan media sosial tiktok sebagai media pemasaran. Perusahaan Bakulstreaming tidak memiliki sumber daya yang dikhususkan untuk mengembangkan dan mengelola media sosial tiktok sebagai media pemasaran Bakulstreaming, sehingga aktivitas pemasaran dalam platform ini tidak menjadi prioritas dari perusahaan Bakulstreaming. Pengelolaan media sosial tiktok Bakulstreaming tidak mempunyai jadwal yang konsisten dalam produksi pemasaran dalam media sosial tiktok yang menyebabkan penonton semakin berkurang. Dengan adanya masalah ini memerlukan adanya strategi pengelolaan yang lebih strategis dan terarah, agar media sosial tiktok dapat menjadi platform yang mendukung pertumbuhan bisnis Bakulstreaming secara signifikan. Penelitian ini memberikan wawasan dan solusi strategi pengelolaan media sosial tiktok bagi vendor Bakulstreaming.

Dengan banyaknya pengguna dalam media sosial Tiktok akan meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* yang tinggi apabila media sosial tersebut dikelola dengan baik dan optimal secara maksimal. Namun untuk sekarang ini vendor multimedia Bakulstreaming belum memiliki pengelolaan yang baik untuk memaksimalkan media sosial Tiktok sebagai tempat untuk mempromosikan produk dan layanan jasanya secara efektif.



Gambar 1 1 Akun Media Sosial TikTok Bakulstreaming

Sumber : Media Sosial Tiktok



Gambar 1 2 Akun TikTok Kompetitor

Sumber : Media Sosial Tiktok

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengelolaan konten pada media sosial tiktok vendor multimedia Bakulstreaming?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian pasti memiliki tujuan, adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengelolaan konten pada media sosial tiktok vendor multimedia Bakulstreaming.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan untuk memberikan wawasan lebih mendalam mengenai penggunaan *platform* tiktok secara efektif guna membangun brand *awareness* dan meningkatkan keterlibatan dengan pelanggan serta meningkatkan visabilitas dan daya saing pasar digital yang semakin kompetitif.

### 2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu vendor bakulstreaming dalam mengantisipasi serta mencari solusi guna meningkatkan efektifitas pemasaran dalam *platform* tiktok dan memastikan konten yang dihasilkan tetap relevan serta dapat menarik perhatian *audiens*.

### 1.5 Sistematika Bab

Penulisan skripsi memiliki sistematika penulisan yang terdiri dari 5 bab, yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I                    PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batas penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II                  TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori, dan kerangka konsep

#### **BAB III                METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang Paradigma Penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengambilan data, waktu penelitian, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

#### **BAB IV                TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis akan membahas dan menjelaskan mengenai profil Bakulstreaming, temuan penelitian, dan hasil pembahasan mengenai Analisis pemanfaatan tiktok sebagai media pemasaran studi kualitatif pada vendor dokumentasi Bakulstreaming.

#### **BAB V                 PENUTUP**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Serta memaparkan saran agenda penelitian untuk penelitian selanjutnya dan bagi vendor Bakulstreaming.